

# Mujeres sin poder en los medios de comunicación

---

Exclusión de las periodistas de los cargos directivos de la empresa informativa

Elena Criado Calero

2012

**TRABAJO FINAL DE MÁSTER DE IGUALDAD  
EN EL ÁMBITO PÚBLICO Y PRIVADO. LÍNEA  
DE INVESTIGACIÓN**

**MUJERES SIN PODER EN LOS MEDIOS DE  
COMUNICACIÓN. EXCLUSIÓN DE LAS  
PERIODISTAS DE LOS CARGOS DIRECTIVOS  
DE LA EMPRESA INFORMATIVA.**

**Autora:** Elena Criado Calero

**Tutoras:** Mercedes Alcañiz y Paula Carolina Carballido  
Universitat Jaume I de Castellón

## Mujeres sin poder en los medios de comunicación

A Sara, Marcos y Celia, para que cuando crezcan la discriminación laboral por razón de sexo sea sólo una anécdota.

Para Pedro, por el trabajo en equipo.

## ÍNDICE

1-INTRODUCCIÓN.....	5
1.1.-La situación actual de la mujer periodista: datos generales.....	6
1.2.-Objetivos e hipótesis.....	8
1.3.-Acerca del proceso de investigación.....	9
1.4-Metodología.....	11
2-MARCO TEÓRICO.....	16
2.1.-Preliminar.....	17
2.2.-Marco actual de la Ley Orgánica 3/2007 de Igualdad efectiva entre mujeres y hombres.....	17
2.3.-El “Techo de Cristal”.....	19
2.3.1.-Posibles explicaciones de la menor presencia de mujeres en la jefatura.....	21
2.3.2.- En resumen.....	31
2.4.-El periodismo es cosa de hombres.....	32
2.4.1.-Comunicación y género.....	32
2.4.2.-Presidentas, directoras, editoras y redactoras.....	34
2.4.3.-Jerarquías y exclusión.....	37
2.4.4.-Razones subjetivas para el “Techo de cristal” en los medios.....	40
2.4.5.-La amenaza de la crisis: periodistas en cifras.....	49
3-INVISIBILIDAD DE LAS PERIODISTAS EN LA DIRECCIÓN DE LA EMPRESA INFORMATIVA. EL CASO DEL PERIODISMO ALICANTINO.....	51
3.1.-La importancia de los horarios para mejorar la conciliación .....	52
3.2.-El periodismo en Alicante. Perfil de las personas entrevistadas.....	54
3.3.-Formas de liderazgo de jefes y jefas.....	55
3.4.-Discriminación de las profesionales en las redacciones.....	57
3.5.-Malos tiempos para las periodistas.....	65
4-ALGUNAS CONCLUSIONES.....	67
4.1.-Dos reflexiones y un temor.....	71
5-BIBLIOGRAFÍA.....	74
6-GLOSARIO DE TÉRMINOS.....	78
7-ANEXOS.....	83

## **1- INTRODUCCIÓN**

“Si quieres conocer una realidad, trata de cambiarla”.

(María Miles, 1999).

## 1.1- La situación de la mujer periodista: datos generales

En el siglo XVI, un cirujano francés, Paré, explicaba que la mujer no pudo expulsar sus órganos genitales sexuales hacia el exterior como el hombre debido a la “imbecilidad de su naturaleza” (cit. en Lienas, 2005). Afortunadamente, lo que indica esta afirmación está alejado de la realidad social que nos rodea y se ha avanzado mucho en materia de igualdad y de derechos para las mujeres. No obstante, si se profundiza en las relaciones que se establecen entre hombres y mujeres, y en las imágenes que se proyectan a través de los medios de comunicación sobre la población femenina, aún prevalecen muchas de las tradiciones, estereotipos y conceptos machistas que están muy interiorizados por la ciudadanía y que sitúan a la mujer en una situación de desventaja, de subordinación ante el hombre.

Rosa Paz, subdirectora de la Vanguardia en los primeros años del siglo XXI y una de las pocas mujeres en España que han sido directoras de periódicos, recuerda que en 1979, marchó a Huesca a realizar prácticas en el diario La Nueva España. Como ella, había un chico que también acudía de becario al periódico: “A él le mandaron al pleno municipal y a mí a cubrir unas jornadas infantiles en el parque de Huesca, porque era chica” (García-Albi, 2007:50).

Han pasado más de tres décadas desde que esta anécdota tuvo lugar pero me atrevería a asegurar esta ridícula situación bien podría ser un ejemplo que ilustrase la dinámica profesional de la mitad de las redacciones de los medios de comunicación del país. Si bien las profesionales del sector periodístico han ido alcanzado nuevas metas y accediendo a mejores puestos dentro de las empresas de comunicación, la herencia social de los estereotipos que asignan diferentes funciones en base al sexo de la persona permanecen como un peso inamovible en las estructuras y maneras de entender la profesión periodística. Esta división sexual centrada en los estereotipos que la sociedad otorga a hombres y mujeres -y “somete” a la mujer- se repite hasta el aburrimiento en los medios de comunicación, tanto en su organización empresarial como en la asignación de funciones y en la imagen que se proyecta de las personas a través de la televisión, la radio o en los periódicos.

Son numerosas las investigaciones que ponen de manifiesto la feminización que ha experimentado el sector periodístico desde los años 90 desde un punto de vista cuantitativo, han sido muchas las mujeres que han asumido alguna de las secciones denominadas “duras” de un medio como son las áreas de nacional, política o economía. Es cierto que hay una larga

## Mujeres sin poder en los medios de comunicación

lista de mujeres corresponsales en medio mundo y son muchas las periodistas que han sido enviadas de guerra a un territorio en conflicto ejecutando con maestría un trabajo reservado, hasta entonces, a sus compañeros varones.

Pese a estos innegables avances femeninos, existe un vacío palpable y evidente de mujeres directivas en los cargos de toma de decisiones de los principales medios de comunicación en España. Nadie duda en la actualidad que el principal marco en el que defender nuestros intereses y opiniones en público son los medios de comunicación. El problema reside, como explica Pilar López, en quién tiene acceso a estos medios y, de esta forma, la posibilidad efectiva de ejercer, en la práctica, la libertad de expresión como derecho fundamental de la ciudadanía:

“Parece sensato pensar que aquellas personas que están situadas en los más altos de puestos de la jerarquía de poder en los medios, son quienes, de hecho, pueden expresar más libremente sus opiniones o decidir quiénes deben hacerlo. Sin embargo, dado el desequilibrio que existe, en cuanto a la presencia de mujeres en los puestos de decisión de los medios de comunicación, se puede concluir que la voz que mayoritariamente percibe en la arena pública y que ayuda al resto a estructurar y a organizar el mundo de las ideas, es masculina”. (López, 2000:1).

Los datos del informe de 2009 de la Asociación de la Prensa de Madrid sobre el estado de la profesión periodística reflejan que los hombres acaparan el 76% de los puestos de dirección mientras que apenas hay un 24% de mujeres que ocupan las altas esferas de estas empresas. Con la crisis económica mundial como telón de fondo, la presidenta de la Federación de Periodistas de España (FAPE), Elsa González, auguraba este mismo marzo de 2012 que no son tiempos de conquistas económicas pero sí que “es hora de cambios sociales” en referencia a la escasísima representación femenina en la dirección de los medios de comunicación de nuestro país, a su invisibilidad en la toma de decisiones de lo que se muestra a la población.

Según el último estudio de la Federación Internacional de periodistas, la presencia femenina es mayoritaria en casi todas las redacciones y hay un 70,2% de licenciadas en periodismo en las facultades españolas con datos de 2008. Por tanto, extraña el hecho de que las profesionales de la comunicación sigan ganando un 12% menos que sus colegas masculinos en nuestro país, que la crisis esté evidenciando la debilidad del trabajo femenino con el doble de periodistas femeninas en paro que de hombres, y que se haya ralentizado el

## Mujeres sin poder en los medios de comunicación

número de directivas que acceden a los consejos de dirección y de redacción de las empresas informativas.

En materia de igualdad, por tanto, el periodismo ha avanzado muy tímidamente en la última década quedando el acceso a este “Techo de cristal” como asignatura pendiente de las profesionales de la comunicación. Pese a la intensa presencia de las nuevas tecnologías en los medios con herramientas informáticas de última generación al alcance de las plantillas (telefonía móvil, ordenadores portátiles..) y, sobre todo, con la omnipresencia de Internet, los cambios en las dinámicas de trabajo en las empresas de este sector han sido muy leves, escasas y poco flexibles, imperando el presentismo, el estar más horas de las debidas dentro y fuera de la oficina como una actitud de consolidar el trabajo a través de las relaciones, o también una manera de afianzar el puesto de trabajo por temor a su pérdida<sup>1</sup>.

Desde la aprobación de la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva entre mujeres y hombres (LOI) son muy pocas las empresas del sector -a excepción del Grupo RTVE y la Agencia EFE, de titularidad pública- que han acatado las directrices legales relacionadas con la composición de manera equilibrada entre hombres y mujeres en los nombramientos y designaciones de los cargos de responsabilidad. Esta puesta en marcha de mecanismos o dinámicas, -ya sea por discriminación positiva o por valientes apuestas empresariales- que ofrecen poder de decisión a las mujeres en los medios, demuestran la capacidad directiva y de gestión de estas profesionales, poniendo de relieve que ellas también saben y pueden liderar un medio de comunicación. Entonces, ¿cuáles son los motivos por los que hay tan pocas periodistas en cargos directivos en las empresas de comunicación?

### 1.2.- Objetivos e hipótesis

El objetivo de este estudio es el de identificar los motivos por los que las mujeres periodistas no acceden a los puestos de responsabilidad de los medios y, como consecuencia, valorar si se dan casos de discriminación o exclusión laboral de las mujeres en las redacciones en el momento de acceder a la dirección de estas empresas.

Para trabajar sobre este objetivo me dispongo a demostrar dos hipótesis. La primera es que las periodistas no acceden a estos cargos directivos porque sus compañeros o directores -varones- no confían en sus habilidades y destrezas como profesionales del sector como consecuencia del arraigo de los estereotipos sexuales que no permiten colocar a las mujeres como responsables de un medio. La segunda hipótesis que trataré de

---

<sup>1</sup> En <http://www.elmundo.es/mundodinero/2010/11/04/economia/1288885926.html> (Consultado el 4-9-2012).

demostrar se centra en la idea del “hay que estar”. Este concepto, que subyace en el imaginario de muchas de las llamadas profesiones vocacionales, obliga a los trabajadores de esta rama a estar el mayor número de horas vinculados al trabajo “por si acaso”, a vivir para el periodismo, estar de manera permanente (el presentismo), y hacer de esta profesión una especie de sacerdocio.

Este enganche laboral, lógicamente, da al traste con la proyección de muchas periodistas de primera línea que, en un momento determinado de sus vidas, se ven obligadas a escoger entre disfrutar de una maternidad de calidad, conciliar trabajo y familia, o continuar el desarrollo y ascenso en la carrera profesional en la empresa de comunicación en la que se tiene la extraña idea de que cuantas más horas se dediquen al trabajo, mayor profesionalidad. De hecho, son muy habituales los abandonos de mujeres, periodistas de primera línea, en su primera experiencia con la maternidad porque priorizan su dedicación a la familia frente al trabajo. Por tanto, la segunda hipótesis plantea las opciones dicotómicas de las periodistas: se apartan de sus carreras y cambian de trabajo para dedicarse a sus familias, rechazan puestos de alto nivel por primar conciliación frente a éxito profesional, o renuncian a la experiencia de la maternidad o del disfrute de la vida privada para triunfar profesionalmente.

Iñaki Gabilondo, periodista de referencia en España, aseguraba en una entrevista que, a sus 68 años, había descubierto la “estafa” que estaban sufriendo las periodistas experimentadas en plena crisis económica: “con tantos cierres y despidos he observado mujeres de 45-50 años que han entrado en el circuito laboral, han estudiado idiomas y que de repente se encuentran en la calle, a lo mejor han sacrificado la maternidad, y las está escupiendo el mercado”.<sup>2</sup>

### **1.3.- Acerca del proceso de investigación**

La ejecución de este trabajo se enmarca en el análisis del sistema de relaciones sexo-género en el marco conceptual de la teoría feminista y se orienta desde una consciente perspectiva de género. El objetivo de este enfoque es que la investigación social incorpore la perspectiva de género, de modo que incluya y no elimine a las mujeres. Por ello, desde nuestra opinión, en todo estudio con perspectiva de género hemos de referirnos a la parcialidad intencionada de la que habla María Miles cuando establece las líneas de una metodología femenina (1999). Miles nos transmite la idea de una implicación que nos permite mantener una distancia crítica sin la habitual frialdad de los estudios científicos. Se

---

<sup>2</sup>Entrevista a Iñaki Gabilondo en el programa La Ventana de la Cadena Ser el 3 de marzo de 2011.

## Mujeres sin poder en los medios de comunicación

trata de un tipo de empatía en la que se toma partido. Según Miles, la investigación social debe ser realizada para servir a los intereses de los grupos dominados, discriminados y en situación de desventaja, como es el caso de las mujeres. Hablamos, pues, de una implicación que permite la participación activa, la integración de la investigación y la praxis.

El planteamiento de Miles es que el propio estudio se convierte en una lucha que transforma, a su vez, el proceso de investigación en un proceso de concienciación tanto de los científicos investigadores como de los grupos investigados. En el asunto o problema social que se está investigando, Miles apuesta por implicar al científico para visibilizar a las mujeres o grupos sociales oprimidos. Como punto interesante en el proceso de investigación, Miles habla de dar a conocer, colectivizar y alejarse del individualismo y la competitividad de los académicos del género masculino.

En gran medida, la génesis de este trabajo de investigación se encuentra en el seminario Mujeres en la nueva sociedad de la información (2011) organizado por el Centro de Estudios de la Mujer de la Universidad de Alicante. El curso abordaba, desde el punto de vista cualitativo y cuantitativo, la proyección de la imagen de la mujer a través de los medios y las consecuencias de la falta de mujeres en cargos de toma de decisiones de estas empresas. Una de las ideas de debate obtenidas de este seminario es que esta imagen que nos muestran los medios -sobre todo, la televisión con su grandísima influencia social- es estereotipada y nada acorde con la realidad social. El icono de mujer que nos muestran los medios se repite una y otra vez y se adapta a los roles tradicionales femeninos (como madre, esposa, objeto sexual, o víctima de cualquier tipo de violencia) que la sitúan en una posición de subordinación con respecto al hombre, lo que provoca un excelente caldo de cultivo para la justificación de la violencia cultural contra las mujeres.

Otro de los aspectos clave de discusión es que hay pocas mujeres directivas en los medios. Esta falta de poder de decisión de las mujeres en las empresas informativas distorsiona la realidad que se nos muestra porque no existe perspectiva femenina para iniciar el proceso de selección y configuración una noticia que se desarrolla en todo trabajo informativo.

Con este patente vacío de mujeres en puestos de mando en los medios, la visión informativa que se presenta no es un fiel reflejo de la realidad social. Tal y como analiza Pilar López (2005:8), si la manera de ver la vida del 50% de la población está ausente en las noticias, los informativos son “planos, monocordes, monótonos y aburridamente iguales”. Si además de ser invisibles en las informaciones diarias, las mujeres apenas tienen mando

para decidir qué visión aportar a las noticias o qué contar a la sociedad, el sesgo de la realidad es aún mayor.

Otro foco de interés es que el entramado empresarial de los medios y las dinámicas de trabajo de este sector discriminan a las mujeres que aspiran a alcanzar puestos de mando. Esta exclusión se justifica en la desconfianza que mantienen los hombres sobre las habilidades y destrezas de las mujeres directivas. Es decir, el sexo influye en las percepciones de la mujer como directiva, ya que los hombres siguen manteniendo una visión estereotipada del trabajo directivo.

En síntesis, la incorporación de la perspectiva de género de la que hablábamos antes, permite a los profesionales elaborar relatos mucho más diversos, creativos y completos, ya que se tiene en cuenta otra realidad social basada en la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres. Con esta máxima, el objetivo de esta investigación es contribuir en la identificación de las causas que alejan de los cargos de mando a las mujeres en los medios, de manera que sea más sencillo trabajar para erradicar las posibles discriminaciones y efectos perversos en los modelos de trabajo que hacen invisibles a las mujeres en el poder en los medios y les impiden ofrecer una visión más plural e igualitaria de nuestra realidad social.

### **1.4.- Metodología**

Una primera aproximación al objeto de estudio ha consistido en el proceso de documentación, en la revisión de estudios tanto teóricos como empíricos que en las últimas décadas han abordado el fenómeno del “Techo de cristal”, tanto desde el punto de vista de las barreras subjetivas (Molero, 2009; Gallego, 2001; Wirth, 2002) como de las objetivas (Menéndez, 2003; Barberá et.al. 2000).

También la búsqueda se ha centrado en documentos provenientes de noticias. A partir de este trabajo de documentación se articula la segunda fase del trabajo de final de máster tanto en el diseño del trabajo de campo como en el posterior análisis del mismo. Así, esta etapa se ha centrado en la realización de entrevistas estructuradas a cuatro profesionales de tres medios de comunicación de la ciudad de Alicante. Esta técnica de investigación se enmarca dentro de una metodología cualitativa y consisten en una serie de preguntas preestablecidas para poder ser aplicadas a diferentes sujetos sociales. La elaboración de éstas se ha basado en nuestro proyecto de investigación, en los objetivos,

## Mujeres sin poder en los medios de comunicación

hipótesis, unidades de observación y unidades de análisis contemplados. El objetivo de este tipo de entrevistas es el de conocer las opiniones y percepciones de las personas escogidas, para realizar una posterior reflexión sobre lo que cuentan y sienten. Se trata de una técnica muy útil para realizar un estudio exploratorio de un tema de investigación social.

Las entrevistas se han realizado a la directora de informativos de la Cadena COPE en Alicante, al delegado del diario La Verdad-Las Provincias en Alicante, a una de las redactoras de la Cadena SER-Radio Alicante y a la ex jefa de sección de Sociedad del diario Las Provincias de la misma ciudad. Estas conversaciones, realizadas durante la segunda quincena de julio de 2012, están desarrolladas para configurar una idea aproximada de la percepción que tienen las personas que trabajan en los medios día a día, sobre las causas, motivos y circunstancias que mantienen alejadas a las mujeres de la dirección de los medios de comunicación.

Se trata de entrevistas a modo de proyecto piloto por el escaso tiempo con el que contábamos para desarrollar este estudio de final de máster y que pretenden ser ampliadas y revisadas en una futura tesis doctoral. De ahí, que hayamos escogido los perfiles profesionales que nos han parecido más significativos y que se han centrado, por proximidad, en la capital alicantina, si bien éste es un ejemplo de mediana ciudad extrapolable a cualquier otra localidad de más de 300.000 habitantes del territorio español.

Hemos elegido para la muestra a representantes de dos medios de gran influencia: radio y prensa escrita. La primera elección de las radios se ha realizado por la carga “democrática” que parecen haber acumulado tradicionalmente las emisoras, con una presencia mayoritaria de mujeres en sus plantillas y unos horarios, en teoría, más acordes con las posibilidades de conciliación de la vida laboral y profesional, lo que ha ubicado a muchas de ellas en cargos directivos. De los medios impresos nos hemos centrado en uno y hemos entrevistado a dos personas que pertenecen o han formado parte de su *staff*: el delegado actual del diario provincial y una ex jefa de sección del mismo.

Nos interesaba particularmente la percepción que tenían diferentes personas que han ocupado cargos directivos en la prensa escrita -con horarios interminables y una absoluta dedicación- y que fueran de diferente sexo, es decir, un hombre y una mujer, para poder establecer una comparativa con los resultados de sus respuestas sobre lo que opinan de los motivos que mantienen apartadas a las profesionales de los puestos de poder de los medios.

## Mujeres sin poder en los medios de comunicación

Las entrevistas han seguido un guión similar, si bien hemos introducido preguntas diferentes atendiendo al cargo de mayor o menor responsabilidad de la persona entrevistada. El cuestionario ha sido dividido en tres bloques para facilitar la aglutinación de temas y, además, mejorar la comprensión a la hora de transcribir las respuestas para esta investigación. De este modo, las preguntas se han agrupado en tres temáticas: los puestos de dirección en la empresa informativa, las situaciones y condiciones discriminatorias por razón dentro del periodismo y la opinión personal y balance sobre las percepciones que tienen las personas entrevistadas sobre el pasado, cuando comenzaron sus carreras profesionales, y el futuro inmediato de las periodistas, y, más concretamente, de las mujeres directivas de empresas informativas en España.

Por otra parte, somos conscientes que la bibliografía consultada es susceptible de ser ampliada en esta futura tesis pero, por la restricción de tiempo, hemos tenido que centrarnos en las materias ya descritas. Me gustaría resaltar el hecho de que los documentos seleccionados en una primera instancia nos han llevado a otros libros, vídeos, noticias en prensa y textos en la red, ampliando la perspectiva inicial de este trabajo de investigación y enriqueciendo, según nuestra opinión, la visión global del objeto de análisis.

La estructura de este documento se divide en tres capítulos. Tras la introducción en la que se detallan el objetivo, hipótesis del proyecto, el proceso de investigación y la metodología utilizada, damos paso al primer capítulo al que hemos denominado Marco Teórico. Este “macrocapítulo” pretende la revisión de los conceptos y debates más interesantes que se hallan contenidos en la bibliografía y documentos en torno al fenómeno del “Techo de cristal”, tanto en lo que atañe a la situación actual en el sistema empresarial en general y, de manera más concreta, a la realidad de las periodistas y de las mujeres directivas en los medios de comunicación en España.

En el apartado relativo al “Techo de cristal”, después de describir lo que significa y representa la igualdad de oportunidades en el trabajo, los avances legales en el contexto europeo y español, nos hemos centrado en revisar algunas de las posibles causas que mantienen inamovible el “Techo de cristal” en las empresas nacionales gracias a la aportación que han realizado diversos autores y autoras.

En el segundo apartado de este capítulo, titulado, El periodismo es cosa de hombres, se desarrollado un repaso muy somero por los estudios de género y comunicación realizados en nuestro país, y se trata de profundizar sobre aspectos relacionados con las dinámicas de trabajo y estructuras de poder de los medios de comunicación. También en

## Mujeres sin poder en los medios de comunicación

esta sección se ha revisado cómo está el estado del sector periodístico en España, cuál es la realidad de las personas que trabajan en los medios y cómo se aborda la crisis económica actual.

Para poder llegar a comprender los motivos por los cuales las mujeres siguen permaneciendo alejadas de los puestos de mando, hemos repasado algunas de las razones subjetivas a las que aluden periodistas, alumnado, empresarios y empresarias aluden cuando son preguntados sobre si hay discriminación por razón de sexo llegado el momento de designar a una persona en la dirección de un medio o en un cargo de toma de decisiones.

El último capítulo es el que aborda el núcleo de nuestra investigación, ya que en él se desgranar las respuestas de las entrevistas realizadas a cuatro periodistas (tres mujeres y un hombre) y se ratifican nuestras hipótesis de partida. Este capítulo, denominado como el título del trabajo, se divide en cuatro apartados:

El primero trata de efectuar una introducción sobre la importancia de la dedicación total y de los imposibles horarios en la profesión periodística.

La segunda sección de este capítulo aglutina las respuestas de las personas entrevistadas vinculadas con la percepción que tienen los y las profesionales del liderazgo, de las cualidades que debe asumir un buen director o directora de medio de comunicación y si existen diferencias en la manera de mandar en función de si se es hombre o mujer.

El siguiente apartado aborda las estimaciones que tienen las personas que hemos entrevistado sobre la discriminación de las mujeres en los medios: modos de trabajo, horarios, conciliación, maternidad, encrucijadas a la hora de elegir entre carrera profesional o trabajo, etc. Se trata de una parte fundamental de esta investigación porque es aquí donde se resuelven algunas de las cuestiones que planteamos como hipótesis de trabajo.

La última parte del capítulo engloba la opinión de nuestro entrevistado y entrevistadas sobre la actualidad del periodismo, su relación con las profesionales y las perspectivas de futuro para las mujeres directivas en los medios de comunicación.

El capítulo cuatro detalla algunas de las conclusiones fundamentales a las que hemos llegado tras la realización de este proyecto de final de máster. En él se incluye un pequeño apartado en el que se esbozan unas recomendaciones-reflexiones sobre la necesidad de un cambio de modelo en el sector de la comunicación y para alertar sobre la

## Mujeres sin poder en los medios de comunicación

amenaza que la crisis está desempolvando: el retorno de las mujeres al hogar. A continuación se detalla la bibliografía con la que se ha trabajado. Se ha querido incluir un glosario de términos al final del repaso por las fuentes documentales y bibliográficas porque consideramos que no todas las personas tienen porqué estar familiarizadas con vocabulario de género y porque, además, estimamos que con esta clasificación, cualquiera puede comprender el contenido del escrito. Para terminar, se adjuntan dos anexos en los que se incluyen las tablas de la configuración de los organigramas de los medios de comunicación con mayor difusión en nuestro país (Anexo 1), y las entrevistas realizadas (Anexo 2).

Por último, me gustaría resaltar que en el trabajo que presento se ha tratado de narrar los hechos con un lenguaje no sexista, evitando -en la medida de lo posible-, los artículos femenino y masculino en una misma frase, el genérico masculino para nombrar a hombres y mujeres y procurando utilizar un vocabulario que incluya y visibilice a la mitad de la población, a las mujeres.

## 2. MARCO TEÓRICO

“El techo de cristal sirve para ilustrar el hecho de que cuando no existen razones objetivas para que las mujeres no alcancen los puestos más altos, que los hombres obtienen, sí existe una discriminación inherente en las estructuras y en los procesos, tanto de las organizaciones, como de la sociedad en general”.

(Linda Wirth, 2002).

## **2.1.-Preliminar**

La progresiva y creciente incorporación de las mujeres al mercado de trabajo ha supuesto una importante evolución en materia de igualdad de oportunidades en las sociedades occidentales. En España, hasta que se aprobó la Ley de Relaciones Laborales en 1976, el permiso del marido era un requisito legal imprescindible para la esposa que decidía trabajar. Pese a que los avances en materia de derechos han sido evidentes, en otros muchos, como la equidad salarial o la presencia de mujeres al mando de empresas, el desarrollo se ha paralizado como consecuencia de la actual crisis económica mundial.

## **2.2.- Marco actual de la Ley Orgánica 3/2007 de Igualdad efectiva entre mujeres y hombres**

El principio de igualdad para todas las personas nace en 1948 cuando Naciones Unidas rubrica la Declaración Universal de los Derechos Humanos. Esta fecha marcó el punto de partida de acciones gubernamentales e institucionales que promovieron, por todo el mundo, acciones encaminadas a defender la igualdad y la no discriminación de las mujeres. En 1975, la ONU proclama el Año Internacional de la Mujer, se afronta por primera vez la idea de que las mujeres no forman parte de un colectivo sino que representan a la mitad de la población mundial. Desde esta fecha se emprende un proceso de protección, empoderamiento y promoción de las mujeres a través de la celebración de diferentes conferencias de índole mundial para conocer la situación de las mujeres y activar mecanismos y programas -económicos, legales y sociales- que permitan alcanzar el desarrollo de la mitad de la población.

En 1978, la ONU emite un texto que reafirma el principio de igualdad para las mujeres: la Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra las Mujeres, la CEDAW. Se trata del primer documento de carácter mundial que recoge, de manera específica, apoyo jurídico e institucional para las mujeres.

A estas medidas internacionales han de sumarse la celebración de cuatro conferencias mundiales para potenciar y asegurar estas mejoras: la reunión en México (1975), la de Copenhague (1980), Nairobi (1985) y la de Pekín (1995)<sup>3</sup>. El resultado de la Conferencia de Pekín fue la adopción de dos documentos: La Declaración de Beijing y su

---

<sup>3</sup> En 2000 y 2005 se desarrollaron dos encuentros en Nueva York a modo de seguimiento de los acuerdos y compromisos acordados en Pekín en 1995. La ONU planifica una nueva Conferencia Mundial de la Mujer para 2015.

## Mujeres sin poder en los medios de comunicación

Plataforma para la Acción, centrada en 12 esferas de acción (pobreza, educación, salud, etc) entre las que se encuentra la importancia de ejecutar medidas prioritarias para incrementar la presencia de las mujeres en el poder y en la toma de decisiones, asunto sobre el que rota nuestro estudio. Este encuentro fue fundamental para empezar a valorar la perspectiva de las mujeres desde un enfoque de género, término definido como la “construcción social de los papeles asignados a los hombres y a las mujeres y las posibilidades, oportunidades y discriminaciones que de ello se derivan”<sup>4</sup>.

Esta nueva visión de los géneros “implica que la condición de la mujer no se puede contemplar aisladamente sino que, para su mejora, se han de cambiar las estructuras mismas de la sociedad, recreando unas relaciones más igualitarias entre mujeres y hombres” (Giménez Armendia, 2007:83).

En Europa, la normativa legal sobre igualdad es muy amplia: desde directrices y directivas de la Comisión Europea, hasta tratados y normas de los que han bebido las legislaciones de numerosos países europeos. No es cuestión de este trabajo enumerar las disposiciones aprobadas en Europa en materia de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres y, por ello, nos vamos a detener un instante en la última norma aprobada en España, heredera de los documentos internacionales y europeos, y de la que se han cumplido ya cinco años: la Ley Orgánica 3/2007 para la igualdad efectiva entre hombres y mujeres (LOI).

Aprobada el 22 de marzo de 2007, esta novedosa ley, en su exposición de motivos, basa su fundamento constitucional en la igualdad de derechos de todas las personas (art. 14 y 9.2. de la Constitución Española), siendo la igualdad un valor, como principio y como derecho público subjetivo, en éste último caso vinculada a su vez a la prohibición de toda forma de discriminación.

La LOI ha sido necesaria, tal y como subraya Asunción Ventura (2010: 9) porque el “pleno reconocimiento de la igualdad formal, o igualdad ante la ley, aún habiendo comportado un paso decisivo, ha resultado ser insuficiente”. De hecho, la igualdad que ha venido aplicándose en nuestro país, es la igualdad formal y no la igualdad real (tal y como la Constitución prescribe en su artículo 9.2). Esto significa que a pesar de los instrumentos desarrollados hasta la aprobación de la LOI para la aplicación de la igualdad entre hombres y mujeres, existe una situación de desigualdad a favor de los hombres que hace necesaria la intervención del Estado a través de nuevos instrumentos jurídicos.

---

<sup>4</sup> Anexo 4 del Informe de la IV Conferencia Mundial de la Mujer.

Por tanto, la LOI viene a cubrir un hueco importante en el ordenamiento jurídico español con la finalidad de solucionar el incumplimiento sistemático del mandato constitucional de alcanzar la igualdad real y efectiva (Ventura, ob.cit.).

La importancia de esta norma -propuesta por el segundo gobierno socialista de José Luis Rodríguez Zapatero y respaldada por todos los grupos parlamentarios a excepción del Partido Popular- viene por el hecho de que expone una serie de medidas de acción positiva que buscan corregir la evidente situación de desigualdad de las mujeres ante los hombres, adoptando medidas específicas que promuevan su participación en todos los niveles de la vida: desde la política, hasta los consejos de administración y de gestión de universidades o medios de comunicación de carácter público. No obstante, la ley peca de no ser lo suficientemente “dura” o sancionadora con el sector privado al que recomienda, y no ordena, cumplir la ley, dejando a su voluntad la adopción de medidas que promuevan la igualdad entre hombres y mujeres, premiándose, eso sí, a las firmas que cumplan con los requisitos de no discriminación a través de sellos de calidad y de reconocimiento público.

### **2.3.- El “Techo de Cristal”**

En Europa, menos de un tercio de los directivos de la mediana y pequeña empresa son directivas, y en las 50 firmas europeas más importantes que cotizan en bolsa, apenas un 10% de los directivos son mujeres (Wirth, 2001). No obstante, en algunos países como España, Luxemburgo o Italia, este porcentaje no llega ni al 0,5%. Estas cifras ponen de manifiesto que existe algún tipo de desajuste estructural porque las estadísticas plasman que las mujeres están obteniendo titulaciones universitarias de manera brillante, y se están incorporando de manera masiva al mercado laboral, al menos, hasta la llegada de la crisis mundial en 2008.

Alertados por esta situación, la Comisión Europea de Empleo, Servicios Sociales e Igualdad de Oportunidades realiza, en 2007, un informe (Special EUROBAROMETER 263 “Discrimination in the European Union”), en el que se refleja que el 40% de la población europea percibe la desigualdad de oportunidades por razón de sexo en el empleo.

Es más, la percepción de esta discriminación se percibe de manera más acentuada en estados como el español o el italiano donde este porcentaje es del 55%, lo que nos

## Mujeres sin poder en los medios de comunicación

indica que donde más se subrayan las desigualdades -y consecuentes discriminaciones- por razón de sexo es en el entorno laboral.

Esta discriminación en el trabajo en función de si se es hombre o mujer viene a describirse en el denominado “Techo de cristal” o *glass ceiling*, un término que se acuña en la década de los ochenta y que viene a designar la barrera invisible -y más o menos subjetiva- que impide a las mujeres cualificadas ocupar puestos de alta dirección o de responsabilidad en empresas e instituciones (Morrison, et. al. 1987). Pese a que en la década de los noventa la incorporación de las mujeres al mercado de trabajo fue muy numerosa, la ocupación femenina de estos cargos de las altas esferas sigue siendo muy limitada. Además, con la recesión económica actual, el proceso hacia un reparto más equitativo de las funciones de liderazgo en las empresas se ha ralentizado.

Según datos de la Comisión Europea, sólo hay un 11% de media de féminas en los centros de decisión en la Unión Europea. En España, la cifra es del 10,8%. Lejos aún del llamado “Objetivo 15” que trata de impulsar la Comisión Europea, que aspira a elevar entre un 40 y un 60% el porcentaje de mujeres en los consejos de administración en 2015, la media española de las empresas que no cuentan con ninguna voz femenina en estos órganos de dirección está por encima del 41%.<sup>5</sup>

En nuestro país, como indican Barberá y otras investigadoras (2000), la proporción de mujeres que ocupan puestos de liderazgo o directivos es pequeña, tanto si se comparan las cifras de mujeres con las de hombres que desempeñan estos puestos, como si se contrasta la representación de líderes que son mujeres con la participación femenina en el conjunto del mercado laboral.

Según los datos del Instituto de la Mujer de 2008, durante el tercer trimestre de ese mismo año, las mujeres constituyeron el 42,21% del total de la población ocupada, y su presencia en la alta dirección de la administración pública y de empresas de diez o más profesionales en plantilla, se reduce a un 23,38% del total, creciendo levemente (28,88%), en el liderazgo de empresas de menos de diez personas trabajando.

En 2010, apenas el 6,73% de las 550 personas en la alta dirección de las empresas del IBEX 35 eran mujeres, una cifra superior a la registrada en 2007 cuando las directoras de estas firmas eran un 4,29%. Hace apenas un año, en 2011, en los consejos de administración

---

<sup>5</sup> Noticia insertada en El Periódico del 23 de octubre de 2011, “Crece la cifra de directivas que preparan su entrada en los consejos”, disponible en [www.elperiodico.com/es/noticias/economia](http://www.elperiodico.com/es/noticias/economia) (Consultado el 11-7-2012).

## Mujeres sin poder en los medios de comunicación

de estas empresas que cotizan en bolsa (entre las que se encuentra Inditex, Banesto, Gas Natural o Repsol) no hay apenas representación femenina: ninguna presidenta, 8% de cargos de vicepresidencia, 11,37% mujeres como consejera y ninguna consejera secretaria<sup>6</sup>.

Si revisamos el sistema universitario español nos encontramos con el hecho de que las cifras de alumnado y profesorado no alcanzan a demostrar la cualificación de las mujeres. En las últimas dos décadas el sistema de enseñanza superior está viviendo una feminización de su alumnado. Así, el 60% de las personas egresadas en 2008 fueron mujeres y pese a este hecho, en ese año apenas había un 13,11% de catedráticas en las universidades españolas.

Según un estudio realizado por el profesor de Economía Alberto Vaquero (2010), con una estructura docente de 98.000 profesionales en España, en 2009 había 35.620 profesoras y sólo 1.420 catedráticas frente a 7.749 varones con este rango. Tampoco la sociedad académica premia y, por tanto, visibiliza, el trabajo de las mujeres ya que durante el curso 2010-2011 sólo el 15,5% de los premios de Doctor o Doctora Honoris Causa, recayó en manos femeninas.

Para constatar este vacío en puestos de mando, en las juntas directivas de las Reales Academias (de Bellas Artes, de la Lengua Española, de la Historia, etc), la presencia femenina también desaparece: sólo el 9,30% de los sillones de las once instituciones españolas son femeninos. ¿Por qué no hay mujeres líderes de multinacionales o dirigiendo una universidad? ¿Es que las mujeres no sirven para gestionar las altas esferas? ¿Qué motivos les hacen abandonar la escala profesional?

### **2.3.1.-Posibles explicaciones de la menor presencia femenina en la dirección**

Durante los últimos años del pasado siglo se registraron bastantes síntomas indicativos de una posible fractura del techo de cristal en la carrera directiva de las mujeres europeas. No obstante, en la actualidad, podemos afirmar que hay suficientes muestras y estudios empíricos para certificar que estas barreras no sólo no se han derrumbado, sino que permanecen casi inalterables.

Existe una extensa bibliografía sobre los orígenes y las justificaciones cuantitativas del techo de cristal, no obstante, en este trabajo hemos optado por centrarnos en una revisión -muy general- de documentos que relacionan estas barreras ocultas para las

---

<sup>6</sup> INE (2011).

## Mujeres sin poder en los medios de comunicación

mujeres cualificadas con los estereotipos de género y cuestiones más vinculadas a la psicología social porque nos interesa conocer los motivos ocultos de porqué las mujeres, con excelente cualificación y experiencia profesional, no están en los cargos de mando. Sólo desde el acceso a estas justificaciones las instituciones pertinentes y los gobiernos comprometidos con la igualdad entre la ciudadanía podrán poner en marcha medidas eficaces para paliar esta injusticia social que relega, una vez más, a las mujeres a un segundo plano.

De manera breve, y siguiendo algunos de los puntos del esquema divisorio del profesor Fernando Molero (2009), enumeramos algunas de las explicaciones más utilizadas para justificar la invisibilidad de las mujeres en los cargos de alta dirección:

### 1-Diferencia en el nivel de formación

Se trata de un manido argumento que queda desmontado al comprobar variables como son las cifras de tituladas y titulados en los últimos años.

En España podemos apreciar que la población femenina de entre 16 y 40 años ha llegado a superar en el nivel de estudios a la población masculina de estas edades (Molero, ob.cit.:15) en las últimas décadas.

Si nos centramos en la formación universitaria, desde el curso académico 1975-1976 hasta el curso 1996-1997 (22 cursos), el alumnado universitario se ha visto triplicado en su conjunto debido, en una gran parte, a la matriculación de mujeres cuya presencia se ha multiplicado por 4.3, frente a la de los hombres que lo ha hecho en un 2.2. Así pues, las mujeres han pasado de un 36,8% de la población universitaria a un 52,9% en dos décadas<sup>7</sup>.

El informe *Education at glance*, promovido por la OCDE<sup>8</sup> en 1996, revelaba que más de la mitad de los títulos obtenidos ese curso en las carreras de ciencias naturales, medicina, empresariales, derecho y humanidades de países como España, Reino Unido y Estados Unidos, estuvieron en manos de mujeres. En el resto de áreas como Matemáticas e Informática, las egresadas se redujeron a un 30%.

Esta tradicional división en la enseñanza: carreras técnicas para los hombres, y las

---

<sup>7</sup> Instituto de la Mujer, 1999.

<sup>8</sup> Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico, OCDE, es un organismo internacional integrado por 34 países y que realizó una muestra sobre 16 estados entre los que se encuentra España.

## Mujeres sin poder en los medios de comunicación

vinculadas a las humanidades y títulos sanitarios (farmacia, enfermería...), para las mujeres, se reproduce en la mayoría de estados de la Unión Europea aunque en la actualidad, se percibe un pequeño cambio si se tiene en cuenta que cada vez más alumnas optan por carreras ligadas históricamente a los hombres como son Informática o las ingenierías técnicas y superiores. Así pues, la igualdad en el acceso de los hombres y las mujeres a la educación y a la formación del puesto de trabajo es un requisito indispensable para que las mujeres puedan obtener empleos mejor pagados y especializados.

Pero para alcanzar esta equidad, según defiende Linda Wirth (2002), es necesario que se diluyan las elecciones educativas basadas en el género que hacen que los estudiantes, sus familias y los empleadores por tradición o por norma. Hasta hace pocos años el hecho de que una mujer quisiera estudiar Arquitectura o Caminos era extraño porque eran titulaciones que desde siempre habían cursado los chicos. Hoy en día ya no es raro encontrar mujeres en carreras científicas o técnicas, si bien su número sigue siendo reducido.

Según datos del INE de 2010 sobre el curso 2010-2011, el 60,53% de los títulos entregados ese año fueron para mujeres. Por carreras las alumnas representaron un 26,66% de los certificados de Arquitectura e ingenierías técnicas, un 74,8% de las diplomaturas, un 63,36% de las licenciaturas y un 31,4% de las carreras de arquitectura e ingeniería.

Ese mismo curso analizado, el 47,5% de las tesis aprobadas eran de mujeres: un 54% en el área de Ciencias Experimentales, un 49% en Humanidades, un 51% en Ciencias Sociales y un 27% en ramas vinculadas con la ingeniería y la tecnología. Un dato que, sumado a los anteriores, acaba por desmontar la tesis de que las mujeres no están preparadas es medir las calificaciones académicas, evidenciando que los títulos son fruto de su trabajo y esfuerzo, al igual que ocurre en el caso de sus colegas de promoción: en 2011, el 56% de los premios fin de estudios recayó en alumnas, lo que evidencia que más de la mitad del alumnado de los bachilleratos, formación profesional o de enseñanza superior del territorio español que lograron un reconocimiento a su esfuerzo intelectual fue para alumnas<sup>9</sup>.

Paradójicamente, ni la feminización del sistema universitario español, ni los datos de éxito académico, se traducen, posteriormente, en una mayor representación femenina en puestos de importancia en las empresas españolas. Habrá que valorar, en los próximos años, cómo la crisis económica está dando al traste con las aspiraciones profesionales de la

---

<sup>9</sup>A medida que crece la escala en los estudios, se incrementa el porcentaje de alumnas que obtienen premios: 33% en bachillerato, 64% en formación profesional de grado superior y un 56,5% de premios en rendimiento académico.

juventud actual -alumnas y alumnos- ya el 52,1% del total de menores de 25 años en nuestro país está sin trabajo. Este nuevo récord coloca a España a la cabeza de la Unión Europea en desempleo juvenil junto con Grecia.<sup>10</sup>

### 2-Estereotipos de género

Los estereotipos de género, término que sirve para explicar la construcción social de las identidades que la sociedad distribuye entre los hombres y las mujeres, están muy presentes en el mercado laboral, donde se reproduce la división sexual del trabajo. Dentro de las investigaciones sobre los motivos que apartan a las mujeres de las jefaturas, el estudio de Lyness y Thompson (cit. en Wirth, 2002) se centraba en conocer la contribución al techo de cristal de factores como el estilo menos autoritario que ejercen las mujeres o la menor disponibilidad para viajar en comparación a sus colegas varones.

Para algunas autoras, las diferencias en el acceso de hombres y mujeres a los cargos de alta dirección se debe a convicciones y prejuicios por los que se asume que los hombres son más competentes en estos puestos que las mujeres (Schein, 2001).

En el terreno que nos interesa, hay que destacar algunos trabajos realizados desde el ámbito psicosocial que advierten que los estereotipos de género son los posibles responsables de crear estas barreras que dificultan el acceso de las mujeres a los consejos de administración de empresas e instituciones.

De este modo, estos estereotipos son los que indican cómo ha de comportarse una mujer jefa y un hombre jefe y también qué barreras no hay que traspasar, qué modelos de conducta no hay que seguir y qué actitudes están vetadas, sobre todo para las mujeres.

De hecho, algunas de las conclusiones realizadas en este terreno plantean el desafío de que sólo a través del cambio cultural, de la modificación de las percepciones o mitos que tiene la sociedad sobre los hombres y las mujeres en ámbito laboral y en los puestos de decisión, se podrán modificar las estructuras empresariales (Morales y Cuadrado, 2004) (*Véase el siguiente cuadro 1*):

---

<sup>10</sup>Noticia del 2 de julio de 2012 de El Mundo:  
<http://www.elmundo.es/elmundo/2012/07/02/economia/1341221759.html>  
(Consultado el 9-8-2012).

## Mujeres sin poder en los medios de comunicación

<b>Cuadro 1: MITOS ASOCIADOS CON LAS MUJERES EN LAS EMPRESAS Y RESERVAS A TÍPICAS A LA HORA DE CONTRATAR O PROMOCIONAR A LAS MUJERES</b>
.Las mujeres cambian de trabajo con más frecuencia que los hombres. Este "hecho" no se ha podido demostrar con estadísticas. Una explicación legítima de por qué la gente cambia de empleo es que ya no se enfrentan a ningún desafío o no se les da la oportunidad de avanzar.
.Las mujeres le quitan el trabajo al cabeza de familia. En la actualidad ya no se puede considerar a los hombres como el cabeza de familia principal. Tanto las mujeres solteras como viudas o divorciadas son también cabezas de familia.
.Las mujeres no trabajarían si no fuese porque se vieran obligadas, debido a motivos económicos, a entrar en el mercado de trabajo.
.La formación de las mujeres es una pérdida de tiempo ya que van a abandonar su empleo al casarse o tener hijos. Esta actitud parece más una excusa que una razón válida para discriminar. La cifra de hombres que abandonan sus empresas es comparable a la de mujeres.
.Ni los hombres ni las mujeres prefieren trabajar para una mujer.
.Las mujeres no soportan las crisis.
.Las mujeres se preocupan más que los hombres por las condiciones laborales. Esta actitud, aunque se considera negativa, es en teoría beneficiosa para el entorno laboral y puede estimular la motivación.
.Las mujeres se preocupan demasiado por los aspectos sociales de sus trabajos y no se les puede confiar asuntos de verdadera importancia.
.Las mujeres, en oposición a los hombres, no necesitan sus trabajos para realizarse a sí mismas.
.A las mujeres les preocupa menos estar a la cabeza, conseguir el éxito y el poder. Estas actitudes están cambiando a medida que las mujeres estudian más y piensan en sus trabajos como en una parte importante de su existencia.
.Las mujeres no pueden asumir trabajos ejecutivos ya que tienen que estar disponibles para un posible traslado de sus maridos, que ocupan altos cargos.
.Las mujeres no están preparadas para viajar regularmente para una empresa.

Fuente: *Public Personnel Management*, volumen 18, num. 1, pag. 88, 1999<sup>11</sup>

El estudio de los estereotipos como causa poderosa de la situación de discriminación laboral de las mujeres tiene, en buena medida, su punto de partida en los trabajos de Schein (1973,1975). La investigadora expuso, con su teoría de *Think manager-Think male*, (piensa en dirección, piensa en masculino), una idea que ha servido de punto de partida de toda una línea de investigación y que tiene como objetivo el análisis y evolución de las barreras psicológicas en el proceso de las mujeres hacia los puestos directivos.

Sus primeros hallazgos (1973) mostraron que tanto los hombres como las mujeres en puestos directivos medios en las empresas norteamericanas percibían que las características asociadas con el éxito en el ejercicio directivo se encontraban más próximas a las cualidades asociadas a los hombres. Esto le llevó a Schein a plantear el lema *Think manager, think male* (1975), indicando que este "fenómeno puede apuntar los sesgos que tienden a desfavorecer a las mujeres en la selección para los puestos directivos, así como en las decisiones sobre promoción, formación y planes de carrera" (Munduate, 2003: 3).

"En el análisis de las barreras que configuran el techo de cristal en la carrera directiva de las mujeres, la investigación psicológica presenta como aportación

<sup>11</sup>En Wirth, (2002: 157).

central que son los estereotipos de género los que ejercen un valor dominante. Los estereotipos hacen referencia o bien a la convicción, comúnmente compartida, de que los varones son mejores directivos que las mujeres, o bien a la creencia de que los rasgos configuradores del perfil directivo ideal se corresponden con aspectos prototípicos de la masculinidad” (Barberá et.al. 2000:61).

Esta asociación del poder a la imagen masculina -con sus características- empieza a ser desmontada. En un reciente programa de investigación desarrollado por Ryam y Haslam (2005) en la Universidad de Exeter se ha descubierto que la discriminación de las mujeres en los cargos de responsabilidad es aún peor de lo que se pensaba. Según la tesis que defienden los investigadores de este estudio existe una segunda forma de discriminación hacia las mujeres líderes: el *glass cliff* o precipicio de cristal (Cuadrado et.al. 2006). Con éste término se alude a una serie de datos que demuestran que cuando las mujeres logran alcanzar las altas esferas de una empresa, estos puestos suelen ser más precarios y están más asociados a una mayor posibilidad de fracaso y de críticas que los ocupados por los hombres

Pero no todo es tan negativo. En este mismo programa se está evidenciando que en las empresas -más de cien británicas- en las que hay mujeres en los consejos de dirección, los resultados no son peores que en las que no cuentan con personal femenino. Todo lo contrario. Al parecer, comienza a configurarse la teoría de que las mujeres en puestos de liderazgo en aquellas compañías en crisis es un factor que ofrece garantías de éxito empresarial. Dicho de otro modo: si hay jefas, se mejoran los beneficios y se gestiona mejor la crisis.

Pareciera, que en tiempos de crisis económica el *think manager-think male*, se transforma en *think crisis-think female* o lo que es lo mismo, en tiempos de crisis, mejor pensar en femenino para salir de ella (en Cuadrado, ob.cit). No es, por tanto, momento para olvidar las aportaciones intelectuales y de gestión que pueden aportar las mujeres empresarias para salir de esta etapa tan convulsa. Así, parece que comienzan a diluirse los vértices del poder vinculado a la masculinidad, si bien es cierto que aún queda mucho camino por andar para lograr una mayor representación de las mujeres en los altos cargos de empresas e instituciones.

### 3-Distintas maneras de liderar

Como ya hemos contado, el imaginario social que conecta poder con el género masculino está muy arraigado en la cultura empresarial del momento. “El persistente estereotipo que asocia a los directivos con los hombres es un obstáculo clave a la hora de introducir una mayor igualdad de género en las carreras profesionales” (Wirth, 2002: 154). En la siguiente tabla (*Tabla 1*), se pueden apreciar algunas de las características masculinas y no femeninas que son las que normalmente se exigen en los puestos de dirección:

<b>HOMBRES</b>	<b>MUJERES</b>
<b>Enérgico</b>	Intuitiva
<b>Independiente</b>	Espontánea
<b>Lógico</b>	Afectuosa
<b>Manipulador</b>	Cooperadora
<b>Competitivo</b>	Flexible
<b>Resistente</b>	Emocional
<b>Decidido</b>	Meticulosa

*Fuente: Morgan G. (1997:145).<sup>12</sup>.*

Pese a que numerosas investigaciones empíricas observan que las mujeres tienden, en mayor medida que los hombres, a emplear un estilo de dirección más “democrático”, apenas hay diferencias de género en los estilos de liderazgo. Algunas autoras (Cuadrado et.al., 2006) destacan el hecho de que numerosas investigaciones empíricas desvelan que estas sutiles distinciones apenas si afectan a la eficacia, ni al esfuerzo extra conseguido en los subalternos, ni tampoco a la satisfacción percibida. No obstante, se pueden apreciar algunas contradicciones en el contenido ya que se empiezan a tener en cuenta valores como la cooperación, democratización, empatía y sensibilidad en ciertos puestos de mando -ligados a la manera de dirigir de las mujeres-. Otros autores (Molero, 2009), adelantan que el estereotipo de mujer directiva ha incluido ciertos rasgos masculinos pero este proceso no se ha producido a la inversa en las últimas décadas.

De este modo, hay estudios que ya avanzan en este sentido, anunciando que es fundamental el desarrollo de mecanismos que redefinan los roles de liderazgo, incorporando

---

<sup>12</sup>En Wirth, (2002: 76).

características típicamente femeninas para que estos valores sean apreciados por la sociedad empresarial que es, en definitiva, quien selecciona al personal para liderar sus firmas.

Según se desprende del estudio “La Mujer Profesional en el Siglo XXI” realizado por la red de mujeres profesionales WOMENALIA<sup>13</sup>, el 57,5% de las trabajadoras considera que sí que existe un estilo de dirección femenino. De ese porcentaje, el 55% está a favor de incorporarlo en las empresas españolas, puesto que consideran que ayudaría a favorecer la conciliación de la vida familiar y laboral. Las mujeres que consideran que existe el estilo de liderazgo femenino coinciden en definirlo como un estilo de dirigir práctico, participativo y directo, que favorece la colaboración entre el líder y el subordinado. Se trata de una forma de dirigir en la que se apuesta por la gestión del talento humano, sacando lo mejor de cada trabajador para cada proyecto. Del mismo modo, las mujeres directivas favorecen la interacción y el diálogo y consiguen la implicación y el compromiso de los equipos. Y, en definitiva, es un tipo de liderazgo que logra la implicación y el compromiso de los trabajadores, que puede complementarse con el estilo de liderazgo masculino, más competitivo y ligado al éxito empresarial.

#### 4-Una conciliación familiar y laboral compleja

En una investigación sobre los modelos de dirección y promoción en las empresas de España y Reino Unido coordinada desde el Institut Universitari d' Estudis de la Dona de la Universitat de Valencia se obtuvieron conclusiones en las que se evidenciaba que en ambos países las directivas, a pesar de poseer la misma cualificación y experiencia que sus compañeros varones, ocupaban en su mayoría categorías de nivel intermedio, se distribuían especialmente en el sector servicios, responsabilizándose en particular de los departamentos de administración, su salario se situaba un tercio por debajo que el de los hombres que ostentaban un puesto similar, y solían dirigir equipos pequeños formados mayoritariamente por mujeres (Barberá et.al., 2000:193).

En este estudio se detectaron también que las asimetrías de género tenían mucho que ver con los perfiles biográficos: mientras que los directivos renunciaban en menor medida a su vida familiar -la mayoría vivía en pareja frente al 50% de mujeres que vivía sola-. Además, la mitad de las directivas investigadas o no tenía hijos o los tuvo antes de iniciar su carrera profesional. En lo que respecta a la manera en la que jefes y jefas

---

<sup>13</sup> WOMENALIA: <http://smoda.elpais.com/articulos/womenalia-la-nueva-red-social-de-las-mujeres-emprendedoras>  
(Consultado el 18-7-2012).

## Mujeres sin poder en los medios de comunicación

organizaban su tiempo se apreció que casi todas las directivas españolas que vivían en pareja lo hacían con personas que tenían trabajo a tiempo completo, mientras que la mitad de los directivos convivía con amas de casa que son quienes habitualmente asumen las funciones de cuidado del hogar y de los hijos e hijas.

Las coordinadoras de este proyecto pudieron demostrar la existencia de diversos factores que influyen en la manera que las mujeres acceden o no acceden a los puestos de mando.

Estos factores se agrupan en las barreras externas vinculadas con la cultura empresarial, las políticas de selección y los prejuicios sociales todavía vigentes, y, por otro lado, en las barreras internas, más relacionadas con la identidad de género, características psicológicas, intereses profesionales o condicionamientos familiares y de aprendizaje (Barberá, ob.cit).

La conclusión conjunta a la que se llega a través de los análisis español y británico se refiere a las continuas dificultades que las mujeres tienen que afrontar para compatibilizar un cargo directivo con su vida familiar. Pareciera, por tanto, que para que una mujer tuviera éxito profesional y alcanzara una jefatura, tendría que: elegir no tener hijos, tener hijos cuando la carrera está totalmente establecida, tener hijos a muy temprana edad para luego iniciar el ascenso empresarial o tener ayuda externa a tiempo completo. Una de las indicaciones que se realizan en este texto para permitir el desarrollo profesional de las profesionales es iniciar acciones encaminadas a aligerar las responsabilidades familiares, es decir, potenciar el que estas cargas sean compartidas entre hombres y mujeres.

También este apartado dedicado a la conciliación familiar y laboral hay que realizar una mención especial a la **jornada laboral**, un aspecto que también revisaremos más adelante cuando hablemos de las dinámicas de trabajo en los medios de comunicación. En general, la sensación que predomina en las empresas es que trabajar muchas horas es lo correcto y está bien visto porque representa una expresión de compromiso y de lealtad. Cuantas más horas, mejor, y que todo el mundo lo sepa, sin atenerse a otros compromisos y sin tener en cuenta la imposible conciliación de este empleo con la familia o el tiempo de ocio. Es como si en “un mundo cada vez más competitivo, los empleados de los servicios financieros y profesionales, especialmente, sienten la presión de tener que trabajar más horas y, en el caso de los directivos, suelen estar exentos de la legislación nacional que limita el número de horas trabajadas” (Wirth, 2002: 174).

Esto supone estar presencialmente en la oficina el mayor número de horas posible y atender a los imprevistos que manda la agenda y que pueden ser desayunos o reuniones de trabajo a última hora del día. Si se consigue estar a todas horas -y a costa de todo- el empleado o empleada podrá avanzar en la empresa. “Esto supone un problema para las mujeres a las que la sociedad asigna la principal responsabilidad del mantenimiento del hogar y del cuidado de la familia. Muchas mujeres pueden sentirse muy comprometidas con su trabajo pero eso no significa que necesariamente deseen sacrificar su vida familiar hasta tales extremos” (ibidem, 174).

### 5-Autocensura femenina

Como consecuencia de los anteriores motivos, estereotipos prejuiciosos sobre la capacidad de liderazgo de las mujeres y la falta de medidas eficaces y reales de conciliación que faciliten la corresponsabilidad de las cargas familiares entre hombres y mujeres, aparece el concepto “techo de cemento” para nombrar esas normas autoimpuestas por las propias mujeres que la hacen rechazar la promoción a los puestos directivos, por entenderlos más rígidos y ambiciosos (Núñez, 2008). Entendemos que este techo de cemento es un “efecto secundario” de uno de los estereotipos más peyorativos que recae sobre las mujeres y que las investigadoras Loscertales y Núñez (2002), lograron delimitar en otro trabajo de investigación: 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. Esta creencia, en muchos casos asumida por las propias mujeres, mezcla una manera masculina de entender el trabajo y el poder y les obliga a continuar pensando que la familia y los hijos, el hogar y el cuidado son su responsabilidad, independientemente de si tienen una carrera profesional o no.

Llegadas a este punto, ellas mismas son las que ejercen una autocensura cuando son propuestas para cargos de mayor responsabilidad o cuando se ven en la tesitura de tener que escoger entre familia y salud personal o trabajo y éxito profesional. No se trata de falta de capacidad sino de cierto celo o por exceso de responsabilidad: quieren hacer bien su trabajo dentro y fuera (el reproductivo y el productivo) y como piensan que puede ser complicado, deciden renunciar a aspiraciones laborales (Loscertales y Núñez, ob.cit). Así, parece que los requisitos “instrumentales” asociados a las posiciones de liderazgo excluyen a una proporción importante de mujeres y que existe “autoexclusión por parte de estas profesionales que tratan de ocupar estos puestos, ya que no están dispuestas a romper estereotipos y las expectativas tradicionalmente atribuidas a ellas con las dificultades, tanto personales como sociales que este proceso conlleva” (Cuadrado. et.al. 2006:66).

### 6-Menor acceso de las mujeres a las redes sociales de la empresa

En este apartado relacionado con los medios de comunicación, se aborda la situación de que las mujeres están menos predispuestas o habituadas a establecer relaciones que van más allá del ámbito laboral. En estos encuentros informales (comidas o cenas, seguido de unas copas o salidas en fin de semana), se puede generar un flujo interesante de información y, además, se pueden alcanzar acuerdos y firmar negocios. Como apunta Molero (2009:18): “Se trata de estrategias sutiles, solapadas y, en muchos casos, inconscientes, que sustentan el apoyo de los hombres hacia otros hombres para que asciendan en la jerarquía de poder”.

A estos entornos las mujeres no suelen acudir por diversos motivos: por cargas familiares, por inexperiencia en el manejo de estas reuniones, porque se trata de un ambiente exclusivo de hombres y para hombres al modo de los clubes del siglo XIX o porque temen poner en riesgo sus puestos al ser calificadas como inoportunas u otros calificativos más peyorativos.

#### **2.3.2. En resumen**

A modo de síntesis sobre algunas de las posibles justificaciones que alejan a las mujeres de los cargos directivos, es evidente que la asociación entre el estereotipo masculino y el liderazgo está disminuyendo y que cada vez es más patente la ausencia de diferencias significativas entre la percepción de los estilos de dirección ligados al sexo. No obstante, permanece inalterable el mecanismo social, tal y como subraya Molero (2009: 211), de que “los hombres tienden a evaluar mejor a los hombres directivos, y las mujeres a las directivas mujeres”, por lo que éstas saldrán perdiendo, puesto que los hombres son los que de forma mayoritaria ocupan los puestos de poder que permiten la promoción y selección del personal de una empresa.

Una de las principales conclusiones a las que llega el equipo de investigadores de este último estudio es que, existe un grupo clave sobre el que sería importante actuar para incrementar la presencia de las mujeres en puestos de responsabilidad y es el de los hombres que ocupan la dirección porque ellos son quienes contratan. Un cambio de mentalidad sobre lo que significa ser líder en los consejos de dirección y administración bien puede traer una transformación en las plantillas. ¿Será cuestión de tiempo que las mujeres accedan a los puestos de alta dirección?

## 2.4. El periodismo es cosa de hombres

No es una frase recurrente con carga machista. Es un hecho. Porque si a los medios de comunicación se les conoce como el cuarto poder de las sociedades democráticas de nuestros días, y casi nueve de cada diez empresas de este sector están gestionadas por hombres, la conclusión es bastante evidente: las mujeres no están en los puestos de mando de los medios y, por tanto no son quienes toman las decisiones, quienes deciden qué es noticia y qué se queda en el cajón del olvido.

Esta falta de presencia de la perspectiva de la mitad de la población consigue crear informativos “planos, monocordes, aburridos y calcados” en donde la diferencia radica simplemente, el ahondar o evitar la carga sensacionalista de las informaciones. De ahí la relevancia de analizar la vida “a través de las gafas de género” para elaborar relatos mucho más diversos, creativos y completos (López, 2005: 8).

En las noticias, por tanto, la perspectiva femenina es inexistente, lo que aumenta el sesgo al informar sobre la realidad social que nos rodea. La contradicción de esta situación radica en que, como hemos señalado, no hay directivas en los medios pero las mujeres son mayoría en las facultades de periodismo y comunicación de España y conforman la mayoría de las plantillas en las redacciones<sup>14</sup>.

### 2.4.1. Comunicación y género

Para llegar a comprender los entresijos internos de cómo funcionan las dinámicas de poder en los medios de comunicación es fundamental realizar un repaso por algunas de las líneas de investigación sobre los medios: su discurso, cómo se organizan, quiénes adoptan decisiones, y relacionarlas con la perspectiva de género, es decir, qué papel juegan los asuntos relacionados con el género en el entorno de las agendas informativas y en la representación de las mujeres como profesionales de las redacciones y como protagonistas de la noticia.

---

<sup>14</sup> Parece ser que esta tendencia está cambiando con la llegada de la crisis ya que, en general, según se detalla en el libro “Desigualdades, mujeres y hombres en la crisis financiera” (Gálvez y Torres, 2010), las medidas protectoras o de conciliación han expulsado del mundo laboral a las mujeres y el futuro tampoco es halagüeno cuando, en plena crisis, las directivas propuestas por la Unión Europea para el fomento de la igualdad sólo van a conseguir relegar aún más a las mujeres.

## Mujeres sin poder en los medios de comunicación

A mediados de la década de los ochenta empieza a discutirse sobre género y se habla también de análisis de los medios de comunicación desde esta perspectiva. La investigadora Gayle Tuchman (cit. en Gallego, 2002) lleva a cabo -a finales de los años setenta- una de las primeras investigaciones sobre la producción del discurso mediático. A partir de un marco teórico funcionalista, señaló que “aniquilación simbólica”<sup>15</sup> de las mujeres en los medios de comunicación “pone en peligro el desarrollo social, al no mostrar imágenes positivas que permitan representaciones adecuadas del colectivo femenino” (Gallego, ob.cit: 22). Esta situación, que ya Tuchman advertía hace varias décadas, puede verse aumentada en nuestros días porque en la era de la globalización, la presencia de la mujer en los medios de comunicación sigue siendo escasa en sus dos vertientes, como profesional de la información y objeto protagonista de la misma, y como imagen que transmiten los medios, proyección que no suele reflejar la realidad social del momento actual (Fraga, 2006).

Y es que, la representación de la mujer en los medios de comunicación -sobre todo a través de la televisión como medio de masas que ejerce mayor influencia sobre la población- se centra en estereotipos que suelen conectar a la mujer con la imagen de objeto sexual, de víctima de cualquier tipo de violencia y que vinculan su perfil con el mundo de la moda, la farándula y el espectáculo (López, 2005). Si a esto le sumamos el hecho de que apenas hay presencia femenina en los puestos de poder de las empresas informativas nos encontramos con que la realidad que se nos muestra a través de los medios es absolutamente irreal y distorsionada.

Como defiende Florencia Rovetto (2010), la consolidación de la democracia en algunos países como España, también ha favorecido que las mujeres se hayan ido incorporando a diferentes actividades públicas y laborales, hayan ido alcanzando nuevos derechos y obligaciones y adquiriendo un mayor prestigio social. Sin embargo, los medios de comunicación “no han sido sensibles” a estos cambios de los últimos treinta años, excluyendo estas transformaciones, minusvalorando los cambios u ofreciendo un enfoque peyorativo. En definitiva, subraya Rovetto, los medios de comunicación no han asumido aún su responsabilidad social frente a la conformación de las sociedades actuales.

Con el desarrollo de este nuevo área de conocimiento que relaciona género y comunicación en el marco académico europeo, las investigaciones de género y comunicación se llevan a cabo en un gran número de facultades que abarcan desde las humanidades o las ciencias sociales, más concretamente en departamentos de Periodismo

---

<sup>15</sup> Tuchman utiliza esta expresión, *symbolic annihilation*, para descubrir la expulsión de la realidad en los procesos mediáticos de determinadas cuestiones y personajes entre los que se incluyen las mujeres.

y Comunicación de masas, aunque también se desarrollan estudios a través de las instituciones vinculadas a la mujer y los centros académicos de estudios de la mujer.

Los proyectos desarrollados hasta el siglo XXI -con mayor una mayor repercusión e impacto los ejecutados desde los países nórdicos, Reino Unido, Países Bajos o Alemania- se han realizado desde una orientación política y una metodología básicamente cuantitativa, además de enfocar el principal interés hacia los análisis de contenido en detrimento de otros aspectos como la investigación de la producción o de la audiencia (Gallego, 2002).

En España, los planes de investigación llevados a cabo en la década posterior a 1985 pueden clasificarse entre los análisis de representaciones o imágenes de las mujeres en los medios, que significan una cuarta parte del repertorio bibliográfico incluido en el estudio dirigido por Vicente Romano (cit. en Gallego, 2002), los estudios que analizan la presencia de personajes públicos que interesan a las mujeres, los usos de la comunicación pública por parte de las mujeres y en menor medida empieza entonces a analizarse la producción informativa, ofreciendo una especial atención a las profesionales del sector, así como a la repercusión de las políticas sociales en la promoción de las mujeres en los medios. Es a partir de los noventa cuando el concepto de género se incorpora al estudio, ya que empieza a analizarse no sólo la presencia de la mujer y su representación, sino la “dimensión comparativa con el colectivo masculino” (Gallego ob.cit.).

Posteriormente a los estudios cuantitativos y a los de análisis de contenido, a finales de los noventa se abren camino las investigaciones para conocer aspectos más complejos como la estructura informativa, las culturas periodísticas o el significado que las representaciones de género han ido imponiendo. En ésta última tendencia es donde se enmarca nuestro estudio.

### **2.4.2. Directoras, editoras y redactoras**

En el libro “El sexo de la noticia” (Bach.et.al. 2000:119) se realiza una afirmación muy reveladora: “Nuestra tradición grecolatina y el poso cultural consideran que el hombre representa a toda la humanidad”. Si lo traducimos al sistema organizativo imperante en los medios de comunicación esta sentencia se confirma por el hecho de que si desde el poder quien decide, manda, ejecuta es un hombre, la herencia que gestiona es la masculina.

La evolución de la presencia de las mujeres en la profesión indica una paulatina feminización de la profesión. Así, siguiendo con los datos aportados en algunas

## Mujeres sin poder en los medios de comunicación

investigaciones (Canel, et. al. 2000: 13), los sondeos oficiales de 1990, demostraban que el 17% de los profesionales en las empresas informativas españolas eran mujeres. Cuatro años después, en 1994, según la encuesta de la Asociación de la Prensa, este sector había alcanzado el 25%. En 2000, las mujeres representaban el 43% del total de periodistas en activo

Pese a esta feminización del sector del periodismo en las últimas décadas, la representación de directivas en los medios nacionales es más bien escasa. El estudio realizado en 1997 por la empresa ASEP (Instituto de la Mujer, 1998) se revelaba que solamente el 1% de mujeres tenían acceso a puestos de alta dirección, y que ocupaban sólo un 13% de los considerados de nivel medio. Dos años después, teniendo en cuenta los cinco periódicos de mayor difusión en España (El País, ABC, El Mundo, La Vanguardia y El Periódico de Cataluña), además de La Razón, las mujeres constituían el 14% de los puestos de decisión incluyendo a las jefas de sección. Si recogemos los puestos directivos (hasta el nivel de subdirector), de 49 personas, sólo 2 son mujeres. Algunos análisis (López, 2000) destacan el bajo porcentaje de mujeres que detentan espacios importantes como por ejemplo las firmas de opinión: de 63 firmas, sólo 3 son de mujeres, un 5% del total de análisis realizados en los periódicos nacionales. Si atendemos a las televisiones autonómicas, excepto Telemadrid, donde hay un 42% de directivas, el resto de canales (Euskal Telebista, Canal Nou y Canal Sur), el porcentaje de mujeres que ocupan puestos de dirección es del 12% de media, pero el porcentaje de profesionales en estos medios es del 55%, 50% y 34%, respectivamente (Instituto de la Mujer, 1998).

En lo que atañe a las emisoras de radio se observa que la presencia de mujeres en los puestos directivos es más bien escasa. En la COPE, de un total de 54 puestos directivos, apenas 5 son mujeres. En la SER, pese a tener un 43% de mujeres en las redacciones, de los 74 cargos de responsabilidad, sólo 7 los ocupan mujeres. En Radio Nacional de España, de 57 jefaturas, 11 son lideradas por mujeres.

En 1999, por tanto, no había apenas mujeres en la dirección de los medios. Posteriormente, en el estudio llevado a cabo por Isabel Menéndez (2003) de 129 diarios nacionales impresos en todas las comunidades autónomas, se observó que a medida que se iban escalando posiciones en la jerarquía de poder, desaparecían las periodistas. Otra conclusión interesante que se dedujo en esta investigación empírica es que, en estos puestos distribuidos en cuatro niveles (dirección, subdirección y adjunto a dirección, jefaturas de redacción y jefaturas de sección), había un 14,63% de mujeres si se incluían las denominadas jefaturas de sección, es decir, las ubicadas en la cola de los poderosos. Esto

## Mujeres sin poder en los medios de comunicación

supone que la capacidad de decisión de las mujeres en la prensa escrita es prácticamente nula o anecdótica.

En este mismo proyecto se observó que en la radio, un medio que se ha caracterizado por ser más igualitario, contaba a comienzos del siglo XXI con un 40,9% de mujeres en cargos directivos (dirección emisora, dirección informativos y en programas) en Radio Nacional de España, o un 22,7% de jefas en el caso de Canal Sur Radio.

En lo que respecta a la estructura organizativa de las televisiones, la distribución de las áreas de poder se divide entre el consejo de administración y las secciones de contenidos, de producción, de marketing y de producción e informativos. En cada división se ramifican los cargos desde la dirección, gerencia, jefe de informativos, jefe de producción, jefe de programas, etc...Según Menéndez (ob.cit. 2003), el 66% y el 88,7% de los cargos directivos de Canal Dos Andalucía y de Canal Sur Televisión, respectivamente, estaban ocupados por hombres lo que dejaba muy poco margen de maniobra a las profesionales.

Seis años después, la situación de desequilibrio no se ha corregido. Según datos de 2009 (Asociación de la Prensa de Madrid, 2011), los hombres acaparan el 76% de los puestos de dirección o lo que es lo mismo, sólo el 24% de los altos cargos está ocupado por mujeres. En octubre de 2011, atendiendo a las manchetas<sup>16</sup> de los cinco medios de prensa escrita de mayor difusión nacional Marca, El País, AS, El Mundo y La Vanguardia, la representación de mujeres en puestos de dirección era del 15% frente al 85% de cargos masculinos.

En las radios generalistas SER, Onda Cero, COPE y RNE, este desajuste se mantiene, ya que las profesionales gestionan un 30% de las emisoras. En lo que respecta a la televisión, las cadenas analizadas TVE, Telecinco+Cuatro, Antena 3 y La Sexta, la situación es más extrema: un 21% de cargos de decisión a manos de mujeres y un 79% de hombres<sup>17</sup>. El resumen que se hace de la lectura de estos datos es muy negativo: sólo dos de cada diez cargos de dirección de las principales empresas informativas españolas recae en manos femeninas (Tablas de la 1 a la 13 en el Anexo 1).

---

<sup>16</sup> La mancheta o staff de un periódico es el lugar impreso en el que se expone el organigrama del medio y en el que consta el nombre de quien lleva la dirección, la subdirección, las jefaturas de redacción, etc.

<sup>17</sup> Para la organización del curso Mujeres en la nueva sociedad de la información del Centro de Estudios de la Mujer de la Universidad de Alicante se realizó, en octubre de 2011, un análisis de las manchetas de los periódicos de mayor difusión en España, atendiendo al Estudio General de Medios de ese mismo año (EGM, 2011). También se analizaron las informaciones remitidas por las empresas de radio y televisión con mayor difusión sobre la jerarquía de mando de cada medio.

## Mujeres sin poder en los medios de comunicación

Por último, si realizamos un repaso por la representación femenina en las asociaciones profesionales de periodismo, podemos también confirmar la invisibilidad femenina frente a la omnipresencia masculina: sólo 18 de los 48 colectivos asociados a la Federación de Asociaciones de Periodismo en España (FAPE)<sup>18</sup> están dirigidos por mujeres.

Esto a pesar del importante número de ellas que, sin necesidad de medidas de discriminación positiva, integran las juntas directivas de estas organizaciones. Así, la media de presencia femenina en estas entidades es del 44,04% y como dato positivo hay que destacar el hecho de a lo largo de las últimas décadas, su representación ha ido aumentando de manera progresiva (Ufarte Ruiz, 2012).

Este desajuste fuertemente anclado en la dinámica de funcionamiento de los medios contradice alguna de las investigaciones que se situarían en el “optimismo explicativo” y que consideraban que el hecho de que las mujeres ocuparan los mismos espacios que los hombres en el terreno público sería cuestión de tiempo, justificando así su invisibilidad por haber accedido más tarde al sistema universitario y laboral (Peleteiro y Gimeno, 1999). No ha sido así. Más bien lo que ha sucedido se relaciona con el hecho de que la exclusión de las mujeres de los puestos de decisión no es coyuntural, sino estructural, debido a “causas antropológicas, socioculturales y también como expresión estratégica de la dominación masculina, y no se contempla la desaparición natural del desequilibrio si no es mediante la acción positiva sobre dicha situación” (López, 2000: 2).

Según una encuesta del CIS (1999) sobre los profesionales del periodismo, mientras que las mujeres llevan 8,69 años ejerciendo en los medios su puesto actual, los hombres, 11,46 años, es decir, tres años más de experiencia. Los datos del CIS también indican que las mujeres tenían una experiencia de 15,61 en la profesión, mientras que los varones llevaban algo más de 21 años.

### 2.4.3. Jerarquía y exclusión

El producto final de una empresa informativa es la noticia de actualidad y ésta es el resultado de un proceso de selección de los hechos, configuración de la información y de redacción, maquetación y edición de fotografías en el caso de la prensa escrita, a la que hay que sumarle el trabajo de locución en radio y de edición de vídeo en la televisión. La

---

<sup>18</sup> Noticia en [http://www.fape.es/la-fape-pide-igual-salario-y-condiciones-laborales-para-mujeres-y-hombres-periodistas\\_fape-818326371460.htm](http://www.fape.es/la-fape-pide-igual-salario-y-condiciones-laborales-para-mujeres-y-hombres-periodistas_fape-818326371460.htm) (Consultado el 14-6-2012)

## Mujeres sin poder en los medios de comunicación

información que se nos cuenta a través de la radio -por ejemplo- es fruto de una elección en la que se han jerarquizado las noticias, en función de diferentes criterios de tipo empresarial, de inmediatez, de ideología de la empresa o de presión publicitaria, de intereses políticos y que también depende de la actitud en la que se encuentre la persona que decide qué noticias debe contener la agenda del medio.

La mayoría de las empresas informativas responden a una organización piramidal: en la base se encuentra –tanto en radio, televisión y prensa- la plantilla de redacción, de fotografía y de maquetación, el equipo técnico de sonido en la radio, y de montaje en televisión. En la cúspide están los directores, subdirectores, productores y editores, hombres en una apabullante mayoría. Ellos son, en definitiva, quienes deciden qué se publica y se omite y quienes nos indican sobre lo que se ha de pensar y opinar. Como consecuencia del monopolio masculino muchas han sido las voces que han denunciado el perfil masculino de los medios y que alertan sobre sus peligros: sesgo en la información, discriminación de las profesionales, incremento de los casos de acoso sexual y laboral, desprestigio de las mujeres en cargos de dirección y, en definitiva, una situación heredada de una “tradicción” periodística en la que ésta profesión es “cosa de hombres” y en donde se coloca a la mujer en una clara situación de desventaja, normalmente de subordinación, ante el hombre.

Para conocer cómo se incluyen y eliminan las informaciones que configuran la agenda de los medios y que es la parcela de la realidad que se va a mostrar a la ciudadanía resulta muy interesante tomar como referencia la estructura de trabajo del diario El País. En este sentido, la investigación dirigida por Gallego (2002) supuso un nuevo avance dentro las investigaciones sobre comunicación y género puesto que, por primera vez en España se realizaba una descripción detallada de las rutinas periodísticas de cuatro diarios (La Vanguardia, El País, Avui y El Periódico) a la vez que se lograba una reflexión crítica sobre la incidencia de las prácticas productoras de información en la trasmisión y mantenimiento de los estereotipos de género, especialmente de los femeninos. En el texto se fiscalizó la rutina profesional de El País y se observó que existía multitudinaria presencia femenina en la redacción, escasa presencia en los cargos intermedios y nula representación de mujeres en el llamado consejo de redacción.

Por otra parte, en el área de opinión y en el consejo de redacción, es decir, donde se decide qué se publica y que se excluye, la presencia femenina era del 17%, muy por debajo “del 30% necesario para obtener una masa crítica e influir en los contenidos que se discuten ahí” (Gallego, ob.cit: 162). En el citado consejo de redacción, que suele reunirse de dos a tres veces al día (dependiendo de si la jornada es complicada o si los temas son confusos y

## Mujeres sin poder en los medios de comunicación

poco definidos), están presentes las personas que ocupan la dirección del periódico, las direcciones adjuntas y las jefaturas de redacción. Como mucho, y en contadas ocasiones, entran las personas responsables de las jefaturas de sección (el cuarto nivel en rango del que hablábamos más arriba). En total, dependiendo de la dimensión del periódico, unas doce personas.

En estas reuniones la tensión casi se puede cortar, se trata de una situación que se podría calificar de violenta en la que se “cantan” los temas a publicar, se discute el lugar de la página en el que irán, si en página par o impar y, por supuesto, se defienden como si fueran el asunto más importante del mundo. Y en estas reuniones no hay casi mujeres que defiendan, ratifiquen, opinen y planteen cuestiones porque apenas hay representación femenina en los cargos de mayor calado en la redacción.

De esta modo, los asuntos agrupados en el calificativo de “de género o con perspectiva de género” ni se plantean como materias susceptibles de ser publicadas. De hecho, este tipo de temas no interesan, son asuntos colaterales y aunque hay periodistas que parecen haberse hecho un hueco para tratar noticias de género rescatadas del rastreo realizado por los canales rutinarios, en los consejos de redacción son cuestiones que, si no están muy bien argumentadas y cerradas, no son ni propuestas o, si son aceptadas, se trasladan a la “periferia informativa” (Gallego, ob.cit: 109).

Siguiendo con el ejemplo del diario El País, es cierto que el filósofo José Luis Aranguren lo calificó en plena Transición Democrática como el “intelectual colectivo”, pero diversos estudios avalan el hecho de que en sus páginas existe una escasa presencia de temas relativos al género y a las mujeres.

Un aspecto relevante es la tenencia de las periodistas por ser consideradas profesionales antes que mujeres, (un dilema identitario que no parece preocupar a los hombres), y que influye en su propia elección de los temas que, a menudo, no corresponden a sus intereses de género porque plantearlos les desgasta. Según Soledad Gallego-Díaz (cit. en Gallego, ob.cit: 125), directora adjunta en 1988 y en cargos de responsabilidad en este periódico a lo largo de su dilatada trayectoria, el problema principal es que “las mujeres no nos atrevemos a plantear temas de mujeres” por el miedo subyacente de que quienes lo hagan no serán “consideradas lo bastante profesionales si dejan que su ideología o pertenencia de género influya en su trabajo”.

La cuestión no es sólo que por el hecho de ser mujeres deban tener una visión particular de los temas a informar sino que la infrarrepresentación femenina en las élites del poder puede llegar a “coartar alternativas informativas que pudieran ser consideradas una adscripción ideológica catalogada como antiprofesional”, tal y como apunta Gallego-Díaz (cit. en Gallego ob. cit: 377). Con este panorama en el que la organización empresarial de los medios es vertical, donde los hombres mantienen las riendas de las altas esferas y en donde los periodistas de la plantilla apenas si plantean cuestiones relativas al género por miedo a ser poco profesionales o pecar de tendenciosidad, es palpable el hecho de que existe desigualdad tanto en la estructura de poder como en la información y, por lo tanto, se ratifica el hecho de que el producto que se ofrece a la ciudadanía está basado en un sistema androcéntrico de difícil salida.

Así, parece que las jerarquías profesionales de las empresas periodísticas hacen difícil romper ciertas dinámicas respecto al tratamiento de los temas de género. Si a esto le sumamos el hecho de la escasa presencia de mujeres en los puestos de decisión de las redacciones, se explica la rigidez en la estructura informativa respecto a estas cuestiones.

### **2.4.4. Las razones subjetivas del techo de cristal en los medios**

Loscertales y Núñez (2008), en su trabajo sobre la incorporación de la perspectiva de género en los medios andaluces denuncia la vigencia de las percepciones sobre el poder de los medios que realiza H. Molotoch en 1978:

“Es la revelación del poder del varón sobre la mujer y una parte del proceso social a través del cual el varón le habla al varón. Cuando se trata de temas de mujer, se tratan desde el punto de vista de las ventajas del varón. El varón es el preocupado porque la mujer pierda su feminidad. Es para el varón para el que la mujer existe como objeto sexual y frágil cuidadora de hijos. Y es ese varón el que posee y edita los periódicos y domina las corporaciones profesionales” (cit. en Loscertales y Núñez, 2008: 58 ).

Retomemos de nuevo la paradoja que se viene planteando en la exposición que estamos haciendo. Si las estudiantes de periodismo y comunicación son mayoría en las universidades y obtienen mejores calificaciones, si la mitad de las plantillas de mayoría de las redacciones de los medios son femeninas y cada vez hay más mujeres cubriendo informaciones o secciones “duras” como economía, política, ejerciendo de jefas de sección o trabajando como directoras o editoras de informativos, ¿por qué persiste la invisibilidad de

estas profesionales en la jefatura de los medios? ¿Es cuestión de tiempo que ellas alcancen esta meta? ¿La formación ayudará al cambio?, o, por el contrario, ¿hay estrategias a favor de los hombres para que gestionen estas empresas informativas?

Llegados aquí, recordamos que el punto de partida de este trabajo es confirmar los motivos que mantienen a las periodistas alejadas de los altos cargos en los medios. La explicación de estas causas del techo de cristal, esa barrera irrompible y subjetiva, parece ir encaminada a justificarse desde una perspectiva estructural, antropológica y de tradición masculina.

El “problema que no tiene nombre”, citando a Betty Friedan<sup>19</sup>, también parece hacer acto de presencia en los mecanismos que invisibilizan y discriminan a las profesionales de los medios cuando de lo que se trata es de acceder al poder, de tomar decisiones de peso, de mandar, en resumidas cuentas. Muchas son las investigaciones centradas en el techo de cristal en el sector del periodismo y la comunicación que nos tratan de desvelar los hilos que mueven este muro inaccesible a las mujeres (y serán ampliadas en una futura tesis doctoral) pero en este estudio nos hemos centrado en la muestra que nos ha parecido más representativa. Veamos algunos de los motivos que exponen diferentes textos y autores y que hemos concentrado en cuatro apartados.

### 1- Desigualdad de oportunidades

La encuesta del CIS (1999) antes citada desgrana la opinión que tienen los hombres y mujeres periodistas sobre los motivos del techo de cristal en la empresa informativa. Tanto ellos como ellas consideran que hay pocas o muy pocas mujeres en puestos de responsabilidad. La primera razón que señalan ambos es la falta de igualdad de oportunidades (lo establecen así un 37,5% de los encuestados).

La discriminación de las mujeres en el periodismo se remonta a los inicios del desarrollo de la profesión y se pone de manifiesto en las experiencias de las primeras profesionales que acceden al empleo en un medio de comunicación en nuestro país, pero que, en gran medida son experiencias discriminatorias que se siguen reproduciendo

---

<sup>19</sup> Betty Friedam, periodista y madre, escribe en 1974 un libro clave para el feminismo: “La mística de la feminidad”, un texto en el que descubre todo un entramado de motivos y mecanismos generados por la sociedad norteamericana tras la Segunda Guerra Mundial, en la que se busca la vuelta a la casa de las mujeres. No obstante, al cabo de los años, Friedam descubre que estas mujeres no son felices, que abarrotan los consultorios médicos y que se quejan de la inexistencia de algo más allá del hogar y los hijos. La mística de la felicidad fue una denuncia contra la concepción paternalista de la vida femenina que salvó muchas conciencias de mujeres y que obtuvo el Premio Pulitzer.

## Mujeres sin poder en los medios de comunicación

actualmente, tal y como denuncian incluso periodistas de reconocido prestigio. Resulta interesante realizar un repaso por algunas de los testimonios y vivencias de las primeras periodistas para valorar cómo fueron recibidas en un sector reservado, hasta entonces, para los hombres.

Carmen de Burgos (1867-1932) lució el título de la primera redactora en España y abrió la puerta a muchas mujeres. Desde que empezara a escribir en el Diario Universal, contratada por Augusto Figueroa, tuvo que cambiar su nombre y firmar bajo seudónimo, Colombine, lo que supone una muestra evidente de discriminación de la mujer en esta profesión.

Tras su rastro laboral fueron muchas las periodistas que empezaron a ocupar puestos de redacción y, posteriormente, cargos de responsabilidad en los medios de la primera mitad del siglo XX: Concepción Arenal que fue la primera mujer que cubrió asuntos bélicos en España, María Luz Morales, quien también solía firmar bajo el seudónimo Felipe Centeno y que fue directora de La Vanguardia en pleno alzamiento, en 1936, y Pilar Narvi6n, subdirectora de Pueblo en 1922, entre otras.

En plenos a6os sesenta, hay que destacar nombres como el de Milagros Vald6s, directora de Diez minutos e impulsora de la revista Gala Espa6a, o Covadonga O'Shea, directora de Telva durante muchos a6os.

Casi todas relatan, en el libro "Nosotras que contamos", de In6s Garc6a-Albi (2007), lo apasionante que result6 empezar a trabajar de manera profesional pero tambi6n detallan el grand6simo esfuerzo que tuvieron que realizar para no sentirse discriminadas, para que se contara con ellas para los temas importantes, reservados hasta entonces para los hombres.

La periodista Isabel San Sebasti6n (cit. en Garc6a Albi, 2007:145) resume muy bien esta idea de que las periodistas tienen que esforzarse y trabajar m6s para demostrar su profesionalidad:

"Los hombres tienden a arroparse. Nuestras maneras de acceder a las influencias son m6s individuales. Creo que las mujeres nos curramos m6s las cosas. Todas las que conozco se preparan muy bien las entrevistas, somos m6s responsables y llegamos a puestos de mando por nuestro esfuerzo".

## Mujeres sin poder en los medios de comunicación

En la Transición, el periódico El País apuesta por una mujer para llevar una sección dura y considerada masculina, la jefatura de nacional: Soledad Álvarez-Coto (cit. en García-Albi 2007:110) relata:

“Era la sección estrella del periódico y había muchos hombres con ganas, que yo fuera una mujer era un argumento más: ¿cómo una sección tan importante podía estar dirigida por una mujer?”

Abandonó la pelea porque no aguantaba la presión y se marchó a Nueva York pero ha seguido teniendo cargos de dirección en este diario. En 2004 era la única mujer en el consejo de administración de Sogecable:

“En El País, cuando era redactora jefa ganaba menos que el chico de Internacional. Discutí y me replicaron: '¡Pero si no estás casada y no tienes hijos!'...siempre ha sido así. En Sogecable, de todos los del consejo, seguro que era la que menos cobraba”.

Rosa Paz (cit. en García-Albi, 2007: 86), subdirectora de la Vanguardia durante años, recuerda que en 1979 entró en prácticas en el diario La Nación de Huesca. También el mismo día entró un chico becario:

“A él le mandaron al pleno municipal y a mi a unas jornadas infantiles en el parque de Huesca porque era chica”.

La periodista Ángels Barceló (cit. en García-Albi, 2007: 140) se indigna cuando habla de su paso por los informativos de TV3, la televisión pública catalana:

“Me fui de TV3 (...) cuando se decidió que los presentadores de informativos podían ser los editores. Yo llevaba trece años y como no era presentador sino presentadora, no me dieron la posibilidad de editar, de dirigir los informativos. Me fui porque me sentí muy maltratada, porque compañeros míos, que habían llegado más tarde y que incluso eran peores que yo, tuvieron la oportunidad de dirigir los informativos. Cuando fui a hablar con la dirección me dijeron que no era un tema de sexismo. Yo si lo creía y me fui”.

## 2- Desconfianza en la capacidad femenina

La segunda razón de la inaccesibilidad femenina a la dirección de los medios se centra en la confianza en su trabajo. Así, mientras que el 29,8% de las periodistas creen que es la desconfianza de los directivos en su capacidad, el 30% de sus colegas varones afirma que es por la tardía incorporación de las mujeres a la profesión (CIS, 1999). De este modo, podemos observar que son las mujeres quienes consideran que los motivos para mantener el techo de cristal son subjetivos, quizá por el hecho, incuestionable, de que son quienes padecen más esta discriminación.

Un estudio desarrollado por profesorado de la Universidad de Sevilla entre el alumnado de segundo ciclo de la Facultad de Periodismo certifica que tanto los estudiantes como las estudiantes tienen una visión estereotipada del trabajo de dirección que podrá reflejarse en el comportamiento futuro, cuando algunas de estas personas accedan a puestos de dirección de un medio de comunicación.

Por otra parte, las percepciones “de las mujeres sobre su rol como directivas son más positivas que las de los hombres, ya que los varones siguen teniendo una visión estereotipada de los directivos y dudando de la capacidad de dirección de las mujeres” (Caro González, et. al. 2007:405). En resumen, los hombres siguen sin confiar en las habilidades de la mujer a la hora de dirigir un medio lo cual es un hecho preocupante cuando quienes dirigen el monopolio de la comunicación son ellos.

En esta línea de lo que opinan los varones sobre las capacidades femeninas en puestos de liderazgo en los medios, según López (2000), hay que tener en cuenta y cuantificar una tendencia que se venía observando en las organizaciones tanto públicas como privadas y que se centra en el hecho de que los hombres eligen a sus pares para los puestos de decisión y éstos son quienes dirigen secciones, departamentos de personas y medios. Además, hay que valorar cómo acceden unas y otros al trabajo. Según el informe del CIS, el 18,5% de los periodistas entró a trabajar a través de sus compañeros de profesión, mientras que esta respuesta la dan sólo el 6,3% de las periodistas. Por otra parte, las mujeres, en un 50,5% acceden a través de la realización de prácticas frente al 37,5% de los hombres.

Ángeles Afuera (cit. en García-Albi, 2007: 136), locutora estrella de la Cadena SER, afirma que el machismo siempre está presente:

“(…) en la falta de confianza en la que una mujer dirige un informativo (…). (En la SER) ha habido muchas jefas de nacional o de economía pero a la hora de presentar los espacios informativos, siempre se ha confiado en los hombres”.

La periodista Pepa Bueno (cit. en García-Albi, 2007: 138) –ex directora de los informativos de la noche de TVE1 y del programa Los Desayunos de la misma cadena– también hizo su primera incursión en el periodismo en la radio en los años ochenta, época en la que era la directora de informativos de Radio Cadena Zaragoza. Según narra, con 25 años, tuvo que gestionar la compra de Radio Huesca:

“Mi padre me preguntaba, 'hija, ¿has firmado bien?'. No tuve problema en llegar a ser jefa pero si he visto el interrogante en muchas caras: ¿esta niña, tan joven y ya mandando?, ¿qué habrá hecho ésta?...”Notaba mucha resistencia, te encuentras, de repente, en la terrible tesitura de masculinizar tu comportamiento para que te respeten. Hubo un momento en el que tuve que elegir la manera de mandar y decidí no dar voces, no masculinizar”.

### 3-Conciliación: misión imposible

Dentro de los motivos objetivos de exclusión de las mujeres de los puestos de dirección se encuentra la dificultad que tienen las mujeres para poder conciliar trabajo y familia. De hecho, ante la decisión de ser madres, son muchas las periodistas que “ralentizan o incluso detienen sus carrera profesional en la medida que deciden no postular a puestos de responsabilidad si ello conlleva dejar de atender su personalidad social, es decir, la atención y cuidado de su familia” (López: 2000, 8).

En esta área, De Pablos y Tarifa (2003) analizan las causas que dificultan la conciliación de vida laboral y familiar entre las periodistas. Los resultados muestran la escasa preocupación empresarial por el tema y destacan la percepción negativa de las mujeres frente a la maternidad en relación a su carrera profesional. Si al hecho de que la jornada laboral del periodista (se sabe cuando se empieza pero no cuando se acaba), se le une la escasa preocupación de la empresa informativa por adoptar medidas que ayuden a mujeres y hombres a conciliar el empleo con su vida familiar y privada, nos encontramos con una situación de imposible resolución.

Desde una perspectiva de género han surgido diferentes investigaciones y reflexiones que ponen de relieve la situación irreconciliable entre periodismo y proyecto familiar. Así,

## Mujeres sin poder en los medios de comunicación

Vilanova (2011:45) desarrolla un estudio sobre las dificultades que entraña la maternidad en el sector del periodismo y las complicadas situaciones a las que tienen que enfrentarse las profesionales:

“(…) a ningún “periodista vocacional” se le puede hablar de horario de salida o de tiempo de descanso para comer y, por supuesto, nada de llevar al niño al pediatra o de recogerlo del colegio. La vida del periodista se convierte así –según el imaginario colectivo- en un ir y venir de la redacción al encuentro con las fuentes de información para charlas informales, entrevistas, intercambios off the record o incontables ruedas de prensa, un continuo en el que es imposible separar la vida profesional de la privada”.

Inma Sanchís (cit. en García-Albi, 2007: 130), periodista desde los años ochenta y creadora de la sección estrella de La Vanguardia, La Contra, con Víctor Amela y Lluís Amiget, no guarda reparos en afirmar que cobra menos que sus compañeros “pese a que la iniciativa de la contra fue mía”. Según explica esta profesional, el periodismo es un mundo dirigido por hombres donde se trabaja innecesariamente (tal y como demuestran los periódicos punteros europeos) hasta más allá de las 20.30 o 21.30 de la noche.

“Cuando las mujeres deciden tener hijos, ese horario es incompatible con la maternidad, de manera que las mujeres deben acabar renunciando a los cargos de responsabilidad. Si no quieren abandonar a sus hijos. El problema está ahí. Algunas lo padecen, otras no, pero ahí está”.

Esta especie de sacerdocio no puede caminar de la mano de los intereses de las profesionales, sobre todo si en un momento de sus carreras, deciden ser madres. El informe del CIS elabora una radiografía sobre la situación personal del sector: el 84% de los hombres conviven en situación de pareja, mientras que este porcentaje baja hasta el 60% cuando hablamos de las periodistas que tienen pareja. El hecho de que el periodista casado pueda entregarse en cuerpo y alma a la profesión tiene su relación con que el 19% de sus esposas sean amas de casa. Ninguna periodista se encontraba en esta situación cuando se realizó el estudio. En cuanto al número de hijos o hijas, el 76% de los periodistas tenía una media de 2,06, las periodistas que tienen descendencia eran menos de la mitad, el 47% y tenían menos que sus colegas, un 1,91 de media.

El informe sobre el estado de la profesión periodística (APN, 2011) del que ya hemos hablado anteriormente revelaba que el aspecto de la vida laboral que más preocupa a los

periodistas es la conciliación de la vida familiar y laboral. La meta prioritaria para el 60,6% de las personas encuestadas sería alcanzar la posibilidad de conciliar el ámbito público y privado. Una cuestión que bien podría organizarse si se cuenta con la complicitad de las empresas informativas y gracias a la intervención de las nuevas tecnologías que facilitan el acceso a la información y comunicación sin la necesidad de estar anclados en las redacciones. Pero a los responsables de los medios apenas les interesan las cuestiones relacionadas con la igualdad de oportunidades y, además, la crisis planea sobre las cabezas de los profesionales del sector en forma de carta de despido.

### 4-Concepto del “hay que estar”

Cuando se trabaja en un periódico, en una televisión, agencia de noticias o en una emisora de radio el principal reto al que se enfrentan las personas que en ella trabajan es lo inesperado de los acontecimientos. Esto conlleva la disponibilidad de los y las periodistas: han de estar listos para salir a cubrir una noticia imprevista, tienen que tener el móvil encendido, han de tener disposición para acudir a la rueda de prensa a última hora de la tarde y también han de acceder, de manera gustosa, a la cena de 'trabajo' más copas de 'amistad' en compañía de alguien de la dirección para acceder a nuevas fuentes de información. Para ser periodista ésta es una de las primeras lecciones que hay que aprender, pero esto no significa que haya que asumirlas de manera permanente, a lo largo de una larga trayectoria profesional, ni que todos los días acontezca un desastre natural hacia el que hay que salir corriendo para ofrecer una información rápida, contrastada y atractiva.

Ésta es la manera de trabajar en los medios, y también es la percepción que tiene la sociedad sobre el trabajo del periodista: bohemio, aventurero, valiente, sugerente y con vocación. Aquí entramos en la otra razón que podría justificar la exclusión de las mujeres a la dirección se centra en la idea de que en los medios de comunicación, lo mismo que sucede en la política, existe una manera de entender y vivir la profesión que se basa en el concepto del “hay que estar” y, se debe hacer “por si acaso”. Esto significa que, aunque no sea necesaria la permanencia en la redacción para mejorar una exclusiva o acceder a una noticia de última hora, un suceso, o una larga lista de imprevistos -imposibles en la mayoría de diarios o emisoras de carácter local o provincial-, “estaría muy mal visto que alguien se marchara antes del anochecer” (Papí Gálvez, 2004: 23).

En la investigación de Vilanova (2011) se desgrana la imagen que la opinión pública tiene de esta profesión y que tiene mucho de herencia del cine y los personajes de ficción: desde Luna Nueva (Howard Hawks, 1940) a la película de Buenas Noches, Buena Suerte

## Mujeres sin poder en los medios de comunicación

(George Cloony, 2005) y en donde se aprecia una imagen muy atractiva del poder de la prensa, de la lucha contra la corruptela política por parte de los profesionales y del triunfo de la verdad y de la libertad de expresión frente a todos los males del mundo. Pero esta forma vital de existencia ni es la de la mayoría de profesionales, ni todos los días, ni en todos los medios de comunicación:

“Por mi experiencia durante 15 años en tres periódicos distintos de índole provincial puedo afirmar que ni un terremoto ocurre a diario ni todos los días detienen al presidente de la Diputación ni hay un robo con rehenes en un banco cada semana. Tampoco he conocido a ningún Woodward o Bernstein en este tiempo y para que el presidente de la Generalitat Valenciana, Francisco Camps, dejara su cargo por el “escándalo de los trajes” han hecho falta dos años y un procesamiento en toda regla del TSJ. No ha sido el cuarto poder, sino el poder judicial el que ha frenado la ascendente carrera política de Camps” (Vilanova, op.cit.48).

Este hecho de la permanencia, del “hay que estar” por encima de todas las cosas, sale a la palestra cuando alguien de la redacción disfruta de un permiso de maternidad o de una excedencia por cuidado de hijos (normalmente las mujeres). En este momento empieza una batalla entre las personas que han decidido defender sus derechos e intentar una conciliación, y el resto de plantilla y la dirección que consideran que el “por si acaso” ha de primar siempre. De antemano, esta pelea está perdida a favor de quienes mandan en el medio. Y esto pese a que las nuevas tecnologías de la comunicación ponen al alcance de los profesionales accesorios que facilitan el hecho de que no haya que estar, de manera permanente, en la redacción: el teléfono móvil siempre conectado por si surge una noticia de última hora y el acceso a Internet que puede servir para enviar información desde cualquier lugar del mundo. Pero parece que la dinámica de trabajo de los y las periodistas se nutre de una interiorizada manera de vivir la profesión: ejercer el periodismo como si fuera lo más importante de la vida de hombres y mujeres, para quienes no existe vida más allá de la redacción.

Siendo optimistas, y a tenor de las percepciones que comienzan a asentarse en el sector de la comunicación -motivado, en gran medida por la actual crisis mundial-, este modelo de disponibilidad está cambiando, tal y como apunta Vilanova (2007:47):

“Se encuentra en la cabeza de muchos profesionales de la información, pone en jaque la verdadera necesidad de esta dedicación exclusiva en el

periodismo y abre una nueva corriente de pensamiento que rompe con la imagen estereotipada que se tiene del periodismo”.

### **2.4.5. La amenaza de la crisis: periodistas en cifras**

Para terminar con este repaso que describe cómo está el panorama actual en el sector de los medios de comunicación, nos centramos precisamente en el estado de la profesión, en la situación laboral y de desempleo de los hombres y mujeres periodistas en España y en la ciudad en la que hemos desarrollado el trabajo de campo, Alicante. Según el informe de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE, 2011) en los primeros meses de 2011 había un 65,1% de mujeres periodistas en paro, frente a un 34,9% de hombres.

En Alicante esta situación es una copia. De las 277 personas que integran la Asociación de la Prensa de Alicante (la única con sede física en esta capital que aglutina a profesionales de toda la provincia), hay un 38,9% de mujeres y un 61,1% de hombres. Una evidente mayoría en la representación masculina que no se traduce, como sería de esperar, en una presencia más amplia de profesionales varones en situación de desempleo ya que, según los datos de la APA (2012) de junio de este mismo año las mujeres representan el doble de profesionales en paro que los hombres. O lo que es lo mismo: de un 18% de periodistas en paro, el 6,13% son varones y el 12% mujeres.

Parece, por tanto, que la crisis está mermando considerablemente la presencia de mujeres profesionales de los medios de comunicación. Por diferentes motivos, por distintas causas, pero así lo evidencian las cifras. Este contexto conlleva a que la situación no sea la idónea para que las periodistas progresen debido a que la propia situación económica lo impide, o en el mejor de los casos, la empeora (Ufarte Ruiz, 2012). Esta perspectiva tan pesimista y gris para el sector periodístico nacional se justifica ante la nueva ola de despidos y Expedientes de Regulación de Empleo (ERE) de algunos de los principales medios de comunicación que van a suponer una auténtica sangría entre las plantillas de profesionales este otoño. Esta situación de reducción de periodistas se extiende a las redacciones de los principales medios de comunicación españoles como son: El País, la SER, Expansión, Marca, EFE, Telemadrid, Canal 9, entre otros, planea la espada de Damocles de los despidos.

## Mujeres sin poder en los medios de comunicación

Según datos del Observatorio de la FAPE<sup>20</sup>, se han perdido en los últimos años más de 6.200 puestos de trabajo en los medios de comunicación españoles -no sólo de periodistas- y estima que tras este verano se alcanzará la cifra de 8.000 periodistas en paro. De hecho, una de cada dos personas licenciadas en Periodismo ya está en situación de desempleo, colocando al sector del periodismo, entre los más afectados por la crisis, tras la construcción.

---

<sup>20</sup> Recogidos en la revista vozpópuli.com el 10-8-2012: <http://vozpopuli.com/impresion/12792-los-medios-de-comunicacion-preparan-una-nueva-ola-de-eres-tras-el-verano> (Consultado el 16-8-2012).

### **3. INVISIBILIDAD DE LAS PERIODISTAS EN LA DIRECCIÓN DE LA EMPRESA INFORMATIVA. EL CASO DEL PERIODISMO ALICANTINO.**

“La representación equitativa entre los sexos no se cumple en la mayoría de los medios de comunicación. (...)Tampoco los medios son democráticos ni ofrecen información democrática al sesgar parte de la información de un mundo global”.

(Ana Sánchez Bello, 2004).

### 3.1. La importancia de los horarios para mejorar la conciliación

En esta parte del trabajo se pretende profundizar sobre las condiciones laborales de las plantillas periodísticas, especialmente de las situaciones diferenciales que afectan a las mujeres a partir de las percepciones y apreciaciones de los propios actores y actrices sociales a partir de las entrevistas que hemos realizado.

De manera general, cabe apuntar que España es uno de los países de la Unión Europea donde más horas se pasan en el trabajo. Se entra a las ocho o las nueve de la mañana, se paran unas dos horas de media para comer y se retorna hasta acabar la jornada sobre las ocho de la tarde, sino más. Esta cantidad de horas en el trabajo no significa necesariamente que se pasen trabajando (Chinchilla y León, 2004). Las tiendas en España suelen cerrar sobre las ocho de la tarde y sólo se asemejan al horario europeo en el hecho de no cerrar al mediodía, para facilitar las compras en el descanso del mediodía, ya que en países como República Checa, Portugal o Inglaterra los comercios suelen cerrar a las seis de la tarde.

Además, durante los meses de verano, los grandes centros comerciales modifican su horario de apertura y cierre y acaban echando la persiana a las 12 de la noche. Este hecho, junto a la reciente liberalización de la apertura de comercios, mantiene el debate sobre la imposible conciliación entre la vida familiar y laboral en nuestro país, más si tenemos en cuenta que los horarios escolares y periodos de vacaciones tampoco se ajustan a las obligaciones familiares y de descanso de las madres y padres residentes en España.

La Asociación para la Racionalización de los Horarios Españoles (AHORE) sostiene en un manifiesto -que aglutina a un centenar de asociaciones, entidades y personas- que España necesita una profunda modificación de los horarios, “que nos ayude a ser más felices, a tener más calidad de vida, y a ser más productivos y competitivos”<sup>21</sup>.

Como ya hemos visto anteriormente en este trabajo, los horarios intensos de la profesión periodística impiden una verdadera conciliación entre trabajo y vida personal, sobre todo en el caso de las mujeres, que no pueden acceder a los puestos de responsabilidad por las viciadas dinámicas de los medios, que están abandonando la profesión cuando deciden ser madres o son “invitadas” a marcharse de las empresas informativas por carecer del perfil del profesional de vocación en el que la noticia de

---

<sup>21</sup>Manifiesto disponible en <http://www.horariosenespana.es/manifiesto/manifiesto.php> (Consultado el 20 del 8 de 2012)

## Mujeres sin poder en los medios de comunicación

actualidad es la medida de todas las cosas. Tal es la irracionalidad de los horarios en el sector periodístico que la Federación de Asociaciones de Periodistas en España ha suscrito este manifiesto de la racionalización de los horarios, en el que se pide al gobierno del país las medidas legislativas pertinentes para llevar a cabo una mejor gestión de los tiempos de trabajo y de vida privada, lo que implicaría una mayor calidad en la conciliación de hombres y mujeres.

En este sentido la FAPE ya ha solicitado en varias ocasiones a las administraciones públicas que eviten colocar ruedas de prensa y otros actos relevantes a partir de las seis de la tarde para facilitar el hecho de que ni las personas tengan que justificarse cuando reclaman tiempo para conciliar ni las empresas entiendan que les están haciendo un favor. Y lo ha hecho una mujer, la actual presidenta de la entidad, Elsa González.

Del mismo modo, hay que subrayar la fuerte presión que ejercen algunas asociaciones profesionales dentro del feminismo y de la búsqueda de mejoras en el ámbito profesional y, por tanto, en la conciliación con la vida familiar.

Pero sobre el papel y en los actos públicos, las declaraciones de intenciones caen en el saco roto. Son eso, intenciones y promesas de mejora que de poco sirven si no hay compromiso real tanto por parte de las administraciones públicas como de las empresas del sector de los medios de comunicación que suelen olvidar con facilidad los asuntos relativos a la conciliación y, por tanto, a la igualdad de oportunidades en el trabajo.

No obstante, en las últimas décadas se ha ido generando, de manera paulatina, una conciencia progresiva acerca de la idea del desequilibrio entre vida privada y pública y la importancia del cultivo de las aficiones, de la crianza y cuidado de los hijos e hijas, del disfrute de las amistades y de la imperante necesidad de un cambio en el modelo de organización social.

La introducción masiva de las mujeres en el mercado de trabajo y el nuevo rol de las mismas, junto con las reivindicaciones desde el movimiento feminista, han venido cuestionando el patrón basado en la competitividad y en el éxito económico. Se trata una oposición a los parámetros androcéntricos, antiguos y desgastados de entender la vida, tal y como ponen de relieve Núñez y Loscertales (2004:45): “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 el ocio”.

### **3.2. El periodismo en Alicante. Perfil de las personas entrevistadas**

Desde esta actitud más optimista y que invita al cambio nos interesa conocer las vivencias y opiniones de hombres y mujeres periodistas de nuestro entorno más inmediato, la ciudad de Alicante, una capital de más de 300.000 habitantes, en el que trabajan y residen las cuatro personas a las que hemos entrevistado; dos profesionales de emisoras de radio generalista de emisión nacional, COPE y SER, y dos periodistas de un diario de ámbito provincial, La Verdad-Las Provincias. Dos de estas personas ocupan cargos de dirección en diferentes medios, una es redactora de la plantilla de informativos y la otra fue ex jefa de sección. ¿Quiénes son, qué piensan sobre las mujeres directivas, y cuáles son los retos del periodismo?

Pedro López es el actual delegado del diario Las Provincias-La Verdad de Alicante, un periódico de ámbito provincial que aglutinó en 2009 a dos cabeceras de Alicante, La Verdad y Las Provincias (la primera con una trayectoria de décadas en la ciudad y la provincia, y la segunda con una experiencia vital desde 2000).

Este experimento piloto de unificar dos diarios fue ideada por el Grupo Vocento para recortar gastos y rentabilizar al máximo las publicaciones desde un punto de vista de venta de periódicos en toda la provincia (desde Murcia hasta Valencia), lo que obligó a la empresa editorial a despedir a personas dentro de un ERE que afectó a más de 70 profesionales en Alicante y Valencia, en el caso de Las Provincias. Como resultado existe una redacción que cubre informaciones para ambos diarios, con la diferencia de salir publicadas bajo diferente cabecera. Pedro López, de 46 años, ha trabajado en el equipo de redacción y cierre de La Verdad durante años y está al frente de este proyecto desde hace dos. Tiene a sus espaldas más de dos décadas de experiencia profesional en el sector, es casado y sin hijos.

Isabel Bartolomé, lleva diez años como directora de informativos de la Cadena COPE en Alicante. Esta emisora es una sucursal de la cadena nacional, tercera en el ranking de audiencias a nivel nacional, cuenta con una plantilla de una decena de personas y cubre la información local y provincial. Bartolomé tiene 39 años, una dilatada experiencia en medios desde hace quince años, y está casada sin hijos.

Con 43 años, Laura Vinalova Pelluch, ha pasado por la redacción de los periódicos Diario Información y El Mundo, de Alicante. En el último, Las Provincias, estuvo nueve años, en los que ocupó la jefatura de sección de Sociedad hasta que solicitó una excedencia y una reducción de jornada con motivo de la llegada de su hijo. En 2009 la empresa le ofreció -a

ella y a otras dos personas en la misma situación laboral que ella, un hombre y una mujer- un despido con unas ventajosas condiciones al no estar incluida en el expediente de empleo que posteriormente realizó la firma. Cuenta con diecinueve años de experiencia profesional, está casada y, como hemos indicado, tiene un niño, Ramón, de seis años.

La última periodista entrevistada es María Cáceres, redactora de informativos de la Cadena SER-Radio Alicante. Con 38 años, lleva trece en la profesión y ha trabajado en Radio España, donde estuvo varios años en el equipo de redacción. También ha permanecido al frente del equipo asesor de prensa y comunicación de la Subdelegación del Gobierno en la capital. Tras una excedencia para ocupar este cargo de confianza en la administración pública, ha vuelto a la SER hace siete meses, y acumula en esta empresa cinco años de experiencia. Cáceres está separada y tiene una hija de cuatro años, Julia, y un niño de uno, Mario.

Estas cuatro personas comparten una misma profesión, son periodistas desde hace más de una década –veinte años en el caso de Pedro López-. La justificación de su elección se ha basado en la búsqueda de profesionales que, por ser de una misma generación, pudieran tener o realizar percepciones, valoraciones, expectativas y experiencias similares acerca del periodismo en general, y de la mujer como directiva en las empresas de comunicación, en particular.

### **3.3. Formas de liderazgo de jefes y jefas**

Las personas entrevistadas parecen coincidir en la idea de que para dirigir un medio de comunicación hay que valorar el trabajo en equipo. Se trata de una cuestión lógica si tenemos en cuenta que en los medios hay diferentes escalas en la plantilla: redacción, locución, edición, montaje, maquetación o diseño, fotografía y dirección, y la faena de uno, depende del buen hacer de otro, de manera conjunta y en grupo. El trabajo entre los integrantes de la redacción es fundamental para ofrecer un producto de calidad si bien, lo que ha de tener una persona para conducir un medio es:

“(...) empatía, llevarte bien y conocer a las personas con las que trabajas” (Laura Vilanova).

“Quien dirige no es una mera figura con un cargo representativo, sino que debe conocer y valorar (que no fiscalizar) el trabajo de su equipo y asumir sus propias responsabilidades dentro de la empresa”, (María Cáceres).

La “paciencia” es otra virtud que debe de tener quien dirija una empresa informativa. señalada por Isabel Bartolomé que encuentra que la “capacidad de trabajo, de reacción y de conocimiento del entorno” son aspectos que debe también integrar la dirección. Por su parte, Pedro López subraya que las destrezas necesarias para gestionar un medio son las mismas que para dirigir cualquier empresa, con el añadido de tener “vocación periodística”, es decir, tal y como hemos visto anteriormente, asumir horarios interminables, noticias de última hora, imprevistos, atender relaciones profesionales y estar permanentemente conectados a la actualidad.

“Al tratarse de un medio de comunicación es indispensable contar con una buena agenda y dotes de organización, así como con una rápida capacidad de respuesta ante cualquier imprevisto. Estamos hablando de noticias y lo que hay previsto puede cambiar en cualquier momento. También es importante tener disponibilidad, lo que no significa siempre estar en el puesto de trabajo” (Laura Vilanova).

Todas estas destrezas que, en teoría, debe aunar una persona a la hora de liderar un medio no son exclusivas de un sexo u otro, es decir, son valores o virtudes que tanto hombres como mujeres pueden poseer. Ante esta evidencia, se hace obligatoria la pregunta sobre si existen diferentes maneras de capitanear una empresa en función del sexo. Parece ser que las personas entrevistadas defienden que no existen diferencias relevantes, que es más subrayable el hecho de cómo es cada persona en particular, sus modos de percibir el trabajo y sus dinámicas de gestión. Pese a que en todas las entrevistas se ha expresado que no existe tal distinción en los modos de dirigir, sí que se puntualiza el hecho de que como hay muy pocas directoras en medios de comunicación, no se puede valorar este asunto con precisión.

A la hora de introducir una diferente manera de mandar, María Cáceres defiende que ellas asumen más cuestiones relacionadas con la conciliación, idea que Laura Vilanova apunta también:

“Las mujeres se interesan más por las personas, por todo su entorno, y tenemos más capacidad de conectar más con los empleados”, y narra el caso de la directora de la Voz de Cádiz, que ha sustituido las comidas de trabajo por desayunos, en un intento por mejorar la conciliación del trabajo y la vida personal de los y las profesionales (Laura Vilanova).

## Mujeres sin poder en los medios de comunicación

“Como ya dije antes, estuve varios años a las órdenes de una jefa. Ahora mismo en Las Provincias de Valencia hay una subdirectora y una jefa de edición. En la Verdad de Murcia durante mucho tiempo la jefa de fin de semana era una mujer. No he tenido problemas con ellas, al menos no he tenido más problemas de los que te podido tener cuando se ha tratado de un jefe” (Pedro López).

Esta es la idea general que tienen las personas entrevistadas sobre la pregunta de si han tenido alguna experiencia -positiva o negativa- laboral con mujeres directoras: no depende tanto del sexo como de la individualidad de cada persona.

“Puede ser igualmente de insatisfactorio o grato que sea un hombre o una mujer quien mande. También es verdad que las mujeres somos más “puñeteras” con nosotras mismas” (Isabel Bartolomé).

“Fue agri dulce (la experiencia con una jefa) porque nos estrenábamos las dos: yo como periodista al frente de una sección y ella como jefa de sección. Fue duro, pero creo que más por la inexperiencia de ambas que porque ella fuera mujer” (Laura Vilanova).

Y es que la percepción que tienen las profesionales sobre las mujeres en el mando se centra en la dificultad para conciliar.

“El mayor problema sigue siendo la falta de tiempo porque las mujeres, digan lo que digan, siguen estando al frente de la familia y la casa en mayor proporción que los hombres” (Isabel Bartolomé).

“La mayor dificultad, más que el sexo, viene de la situación civil en la que se encuentra el-la periodista. Me explico, existen multitud de directores o responsables de medios de comunicación que son hombres y padres. Sin embargo, existen pocas mujeres-madres al frente de un medio de comunicación” (Laura Vilanova)

### **3.4. Discriminación de las profesionales en las redacciones.**

La profesión periodística sigue estando concebida como un trabajo masculino, que gestionan hombres que eligen a sus colegas para continuar dirigiendo los medios. Esto provoca que las mujeres permanezcan alejadas de los cargos de dirección y que exista

discriminación por razón de sexo en las empresas informativas.

“En el periodismo todavía hay mucho jefe de la vieja guardia que considera que la mujer en la dirección es un florero y que queda bien (Laura Vilanova)”.

Esta afirmación es la principal impresión que sostienen las entrevistadas, si bien, el único hombre entrevistado determina que existe sexismo en todos los ámbitos aunque en el periodismo:

“(…) hay una incompatibilidad por cuestiones de horarios, se sabe cuándo empieza el trabajo y no cuándo termina. Eso complica mucho la conciliación familiar” (Pedro López).

Y como todas y todos sabemos, la conciliación es un problema de las mujeres. Para llegar a esta conclusión hemos realizado varias preguntas sobre los principales obstáculos que mantienen a las mujeres alejadas de las jefaturas. Pues bien, sin lugar a dudas existen dos dificultades que no “riman” bien con el mundo del periodismo: la maternidad y el monopolio masculino existente en torno a los cargos de responsabilidad en las empresas de comunicación. El primero es un obstáculo objetivo -se puede determinar cuántas mujeres abandonan sus carreras- que también supone una decisión personal e intencionada: muchas mujeres deciden escoger entre el trabajo o su familia, o renunciar a tener hijos y continuar su trayectoria profesional.

La sociedad no se lo pone fácil a estas mujeres ni en el sector de la comunicación ni en ningún otro, ya que en el momento de iniciar la maternidad, son ellas las que mayoritariamente solicitan una excedencia por cuidado de los pequeños. Los últimos datos disponibles (INE, 2012) corroboran estas afirmaciones. En nuestro país el 93,80% de los permisos de maternidad-paternidad fueron de mujeres en 2011, si bien se trata de una cifra menor que la registrada en 2010 cuando el dato se elevó hasta el 95,48%. De las 6.202 excedencias solicitadas en España para cuidar a personas dependientes durante 2011, el 85% eran peticiones femeninas.

Son ellas también las que se acogen mayoritariamente a los trabajos a tiempo parcial, según la misma fuente (INE, 2012). En el primer trimestre de 2012, el 97% de las personas que optaron por un empleo de estas características eran mujeres y el motivo fue por cuidado de menores o personas enfermas. También son ellas las que asumen otras obligaciones familiares y así lo indica el dato de que el 95% de las personas que estaban ocupadas a tiempo parcial eran mujeres para hacerse cargo de “cuestiones familiares”. De quienes no

## Mujeres sin poder en los medios de comunicación

encuentran trabajo a tiempo completo, el 74% eran mujeres y, además, el 82% de la ciudadanía que respondió en una encuesta del INE que no quería trabajar a tiempo completo eran también del sexo femenino. Obviamente la razón es que la conciliación es una cuestión, un problema o un fenómeno social con nombre de mujer. También en el periodismo. Son ellas las que cuidan, crían, educan, alimentan y sacrifican su vida profesional -y personal- para dedicarse a los trabajos -no retribuidos, por cierto- que la sociedad les ha asignado tradicionalmente: el empleo de cuidadoras y la dedicación de ser madres.

El segundo obstáculo que han precisado las personas entrevistadas como razón para que no haya mujeres directoras en los medios tiene que ver con las dinámicas de trabajo y estructuras de poder de la empresa informativa, los oscuros hilos que mueven la discriminación de mujeres para ocupar los altos cargos y que está íntimamente ligado al primer aspecto sobre maternidad y conciliación. Este es el aspecto sobre el que bascula el principal objetivo de nuestro trabajo: conocer los argumentos subjetivos que las mantienen alejadas de la gestión del poder.

“Bueno, como decía, son fundamentalmente hombres los que mandan, ¿no? Son ellos los que deciden quién va a seguir dirigiendo. Y pocos optan por el cambio. Y la mayoría piensa que una mujer va a ser más irregular o menos “rentable” por sus responsabilidades familiares (que por cierto, también son de ellos). A veces nosotras mismas renunciamos porque optamos a ser madres y cuidar de nuestros hijos. ¿Es justo que esta opción limite una carrera profesional? Es lo que está sucediendo a lo largo de la historia...También ocurre a la inversa. Mujeres que renuncian a tener hijos (o más hijos) por la dificultad de conciliar la profesión periodística con el cuidado de los mismos. Tampoco supone que eso les suponga un futuro ascenso” (María Cáceres).

“El principal obstáculo de la mujer es, sin duda, la maternidad. Cuando una mujer llega a la treintena es cuando está en la cúspide de su carrera y cuando se plantea también tener hijos. Y el problema es que se ve obligada a elegir. Los hombres no. Eso es una injusticia, se mire por donde se mire. Es una situación heredada y originada por la sociedad patriarcal a la que le conviene adjudicar a la mujer las labores del cuidado. Ahora, con la crisis, hemos de estar alerta si no queremos que nos devuelvan otra vez al hogar” (Laura Vilanova).

## Mujeres sin poder en los medios de comunicación

Pedro López reconoce una especie de alianza masculina en las posiciones de poder que dificultan la llegada de mujeres:

“Mientras que los que tomen decisiones en lo más alto sean hombres, siempre tendrán la tendencia de elegir a hombres, aunque sea algo que no entiendo ni comparto” (Pedro López).

De hecho, sostiene que el problema no se limita al mundo del periodismo porque reconoce la existencia de otros sectores donde el porcentaje de mujeres en las “plantillas es mucho mayor y el porcentaje de directivas es menor”. En este sentido, el director de La Verdad-Las Provincias subraya el hecho de que el que los hombres elijan a sus pares para ocupar altos cargos es más una cuestión de “educación o costumbre” que el pensar que “hombre va a funcionar mejor”. También Vilanova apunta que los hombres ocupan la dirección por “componente tradicional” pero también por el hecho de “no complicarse la vida con problemas familiares” que, habitualmente y como ya hemos subrayado, lo llevan “de marca” las mujeres.

El machismo esencial del que se nutre la profesión periodística, también es uno de los factores que frenan la escala profesional de las mujeres:

“La inseguridad y miedo de los hombres (son los obstáculos para el desarrollo femenino). Sigue habiendo machismo del que, por cierto, se aprovechan muchas mujeres “listillas”” (Isabel Bartolomé).

Con una situación tan poco flexible para las periodistas, es lógico pensar que deben trabajar duro para poder destacar. Las cuatro personas entrevistadas confirman que las mujeres que se desenvuelven en este sector no acceden en igualdad de condiciones a los puestos de responsabilidad que sus compañeros y, además, que han de esforzarse más que sus colegas para demostrar su valía y su profesionalidad.

“La mujer nunca puede bajar la guardia porque siempre habrá algún “colega” para recriminárselo. Desde luego, pienso que a la mujer se le exige más por el hecho de serlo que a los hombres. Es como a las políticas. Se les mira hasta la talla del zapato que usan, cuando nunca nos hemos fijado en lo que cuesta un traje de chaqueta de un político. Es bastante injusto y, si lo piensas, muy absurdo” (Laura Vilanova).

## Mujeres sin poder en los medios de comunicación

La dinámica de trabajo de los medios, las horas interminables, los imprevistos, las reuniones extraoficiales, el vivir para la actualidad etc., hacen imposible la atención a otra cuestión como la visita a la tutoría del colegio o las clases de inglés para mejorar el nivel.

Esta jornada de total disponibilidad, y lo que ello conlleva, no concilia ni con familia, ni con amigos, ni con tiempo libre o formación.

“Sabemos cuando entramos, pero no cuando salimos. Comenzamos a las nueve de la mañana y, si todo va bien, salimos a las ocho de la tarde. A veces no hay tiempo ni para comer. Cuando llegas a casa, también es posible que te toque salir en estampida porque pase algo y tengas que seguir trabajando” (Isabel Bartolomé).

“Comenzamos el trabajo a partir de las diez, no tenemos tendencia a reunirnos demasiado para no prolongar el trabajo de los redactores, intentamos ser solidarios y si se pueden ir a casa a las nueve, mejor que a las diez. Por la tarde intentamos arrancar el periódico lo antes posible para alcanzar este objetivo” (Pedro López).

Pero, en la práctica diaria esta solidaridad y agilidad no es lo habitual. La falta de personal -más en los últimos años-, la insolidaridad de algunos compañeros o compañeras que acaban su trabajo y no colaboran para terminar el diario o echar una mano al resto de colegas, o la complicación que conlleva un imprevisto a las siete de la tarde, da al traste con este ideal de buenas intenciones. Y eso que, como ya hemos analizado en anteriores secciones de este proyecto, las nuevas tecnologías posibilitaría un trabajo mucho más flexible y versátil.

“(…) te obligan a estar (en la redacción) por si acaso. Y me parece absurdo en un momento en el que las nuevas tecnologías permiten estar conectado todo el tiempo. Con un poco de organización no se quemaría tanto al profesional que, aunque vive su profesión, también necesita tiempo para la vida personal” (Laura Vilanova).

Con relación a estas nuevas prácticas de trabajo y de formas de comunicación que han introducido las nuevas tecnologías, las personas entrevistadas están de acuerdo con la idea que no hacen falta tantas horas en las redacciones para cumplir con la teoría del “hay que estar” y de hacerlo “por si acaso” y que se podrían enviar informaciones o declaraciones, en el caso de la radio, desde “el exterior con el consiguiente ahorro en tiempo”, como detalla María Cáceres. No opina lo mismo el director de La Verdad-Las Provincias:

“Son muchos los redactores que no se ven a sí mismos trabajando desde casa, son ellos mismos los que se imponen una presencia mayor en la redacción” (Pedro López).

No obstante, desde nuestro punto de vista entendemos que cuando se habla de que estas nuevas tecnologías pueden mejorar la calidad de trabajo de las plantillas de periodistas no nos referimos a que se trabaje exclusivamente desde casa -que, por otra parte, parece ser el lugar habitual de vida de las mujeres- sino que el uso de estas herramientas flexibiliza sobremanera los modos de entender el trabajo periodístico. Por ejemplo, cuando una persona que es periodista ha cubierto su jornada, puede marcharse a su casa, a pasear, con sus hijos o a la universidad a dar clases pero también puede estar disponible para cubrir un nuevo suceso, enviar una crónica por mail, locutar una noticia desde el móvil con declaraciones incluidas o presenciar el acontecimiento, grabar las imágenes y desplazarse al estudio si fuera una televisión.

Llegados a este punto, si el aspecto de los horarios supone tantos problemas para los profesionales, sobre todo para las mujeres, ¿qué se podría hacer en este sentido para cambiar estas dinámicas laborales? El aumento de las plantillas es un aspecto fundamental que subraya Isabel Bartolomé para mejorar la calidad laboral en su emisora. Este nuevo problema ha surgido en prácticamente todas las redacciones de nuestro país, en donde los expedientes de regulación de empleo y despidos por falta de rentabilidad de los medios han campado a sus anchas. Como resultado, el empeoramiento del empleo periodístico ha sido evidente y, a su vez, el producto informativo ha disminuido en calidad.

No obstante, desde el punto de vista de las personas entrevistadas surgen diversas propuestas o sugerencias. Así, el delegado de dos periódicos provinciales apunta a la buena organización como eje sobre el que debe moverse la redacción, en la que cada redactor o redactora:

“(…) hace su trabajo y los problemas que surgen se solucionan en el momento (…)  
En principio no creo que todo el mundo tenga que abrir el periódico ni todo el mundo tiene que cerrarlo” (Pedro López).

Las propuestas de mejora de las prácticas de trabajo en la prensa escrita se orientan más hacia la creación de turnos:

## Mujeres sin poder en los medios de comunicación

“Se podrían hacer equipos de trabajo y turnos para que la redacción nunca esté desatendida. Está claro que hay días en los que es imposible, pero son los menos. La mayor parte del tiempo es fácil organizar el trabajo contando con un buen equipo de cierre que podría tener un carácter rotatorio” (Laura Vilanova).

En la radio, la parte positiva es que los programas empiezan y acaban a una hora. María Cáceres explica que, en una emisora todo gira en torno a los espacios en directo, estos son fijos y los horarios se ajustan en función de la hora de informativos, por lo que la “jornada continuada” sería una medida a tener en cuenta para poder incrementar la calidad de la conciliación de las plantillas.

Preguntados sobre si han tenido que elegir en algún momento de su carrera profesional entre trabajo o familia o conocen a alguien en esta situación, a excepción del único varón entrevistado, todas las entrevistadas resaltan que conocen casos de mujeres que se han visto en la encrucijada de elegir entre carrera o familia, que han sido despedidas por quedarse embarazadas o que han sido castigadas por solicitar excedencias o reducciones de jornada para cuidar de sus hijos. Las periodistas que son madres coinciden en destacar que sufrieron acoso laboral en el momento de iniciar su maternidad.

“Elegí cuando decidí ser madre. A partir de entonces, perdí la jefatura de sección y al solicitar una reducción de jornada soporté los malos modos de mi jefe y, por lamentable que parezca, también de algunos compañeros-as que no comprendían mi situación. Al final, me plantearon el despido en plena baja laboral por depresión. Como a mí, despidieron a dos compañeros que se habían acogido a una reducción de jornada por maternidad” (Laura Vinalova).

“Claro que conozco casos, no son pocos, y es más habitual de lo que creemos en la profesión periodística. Compañeras que por pedir la jornada reducida para cuidar a sus hijos han sido las primeras señaladas cuando los EREs han acechado. Luego volver es complicado. Los horarios y el trabajo dificultan el cuidado y la dedicación a los pequeños. En mi caso, sí he retrasado la maternidad ante dicha incompatibilidad. También otras compañeras periodistas (también compañeros) que conozco no tienen más hijos porque es difícil la conciliación” (María Cáceres).

Pedro López, anota que, en su caso, “me he enfrentado varias veces, aunque mi pareja ha acabado aceptando mis horarios, que por otra parte han mejorado ligeramente

## Mujeres sin poder en los medios de comunicación

con respecto a hace unos años". López dice desconocer algún caso de mujer u hombre despedido por pedir una reducción de jornada o excedencia, "al menos, en los medios en los que he trabajado".

Otro de los aspectos abordados giró en torno a los cambios hacia la igualdad de condiciones laborales y en materia de conciliación propiciados por la Ley Orgánica 3/2007 de igualdad efectiva entre mujeres y hombres. En el balance que efectúan las personas entrevistadas no aprecian cambios notables a favor de la igualdad de oportunidades tras cumplirse los primeros cinco años de la puesta en marcha de norma.

"Creo que hace falta que se trabaje en la corresponsabilidad, sino las mujeres siempre serán las perdedoras" (Laura Vilanova).

"Muchos convenios van avanzando en esa dirección, luego, a la hora de la verdad existe cierto temor a la pérdida del puesto de trabajo" (María Cáceres).

Uno de los aspectos más interesantes surge al plantear la posibilidad de asumir cargos de responsabilidad. Se pone de relieve, de manera muy explícita por parte de las mujeres, la disyuntiva entre carrera profesional y vida familiar a la que están condicionadas las mujeres en la esfera laboral y, de manera especial, en esta profesión. Así, observamos la diferencia de expectativas profesionales entre las entrevistadas que tienen cargas familiares y las que no y ninguna de las periodistas que son madres lo aceptaría de buen grado.

"Lo aceptaría para intentar hacer más fácil la vida personal de los periodistas. Si me dejaran organizar el sistema de trabajo, sí. Si se tratara de olvidar a mi hijo, no" (Laura Vilanova).

"Probablemente en estos momentos no. Ahora lo que más necesito es poder pasar más tiempo con mis hijos de uno y cuatro años y si el puesto supone renunciar aún más a la conciliación no lo aceptaría" (María Cáceres).

Por el contrario, Isabel Bartolomé, como directora de informativos de la COPE, sin cargas familiares, sí que lo asumiría porque:

"(...) siempre se busca ir más allá y el reconocimiento al trabajo" (Isabel Bartolomé).

### 3.5. Malos tiempos para las periodistas

En el último bloque de preguntas relativas al bagaje profesional de las periodistas desde el ingreso en la profesión de las personas entrevistadas, todas reconocen que entre la década de los ochenta y los noventa, hubo un boom de contrataciones a mujeres en la mayoría de las redacciones de medios de comunicación de nuestro país. Recuerdan que en el inicio del siglo XXI cada vez había más mujeres en las plantillas de los periódicos, de las emisoras de radio, que dejabas un trabajo y a los tres días ya estabas en otro y que efectivamente parecía que este desembarco femenino en el sector iba a traer como resultado el acceso de ellas a las jefaturas y un cierto clima de cambio.

Como ya hemos visto en este trabajo, finalmente esta equidad en las redacciones no se ha visto resuelto en una mayor representación femenina en cargos de poder en estas empresas ni, en general de mejores condiciones laborales.

“Cuando las mujeres llegan a los 35-40 años son muchas las que dejan la primera línea de la profesión porque buscan puestos de trabajo que les permitan compatibilizar la vida profesional con la laboral” (Laura Vilanova).

“Con suerte empiezas a trabajar poco después de terminar la carrera (en estos tiempos es más complicado). Trabajo intenso y muy bonito, de dedicación absoluta como redactora. Esa dedicación es verdad que va retrasando la decisión de formar una familia por las dificultades de conciliar los dos ámbitos (...) En estos momentos cuentas con los abuelos para ajustar esas horas en las que estás trabajando (y poder atender a los pequeños). Espero que se puedan buscar alternativas” (María Cáceres).

Ciertamente la crisis económica general -y la reciente reforma laboral-, junto con la reestructuración tecnológica y funcional que atraviesa el sector de la comunicación están dando al traste con muchas de las alternativas que inicialmente parecían servir para mejorar la calidad laboral de quienes trabajaban en el sector periodístico.

Esto nos lleva nuevamente a la afirmación de que estas barreras impiden, aún más, la ruptura del techo de cristal en la empresa informativa. Ante un mayor desempleo femenino en el mundo de la comunicación -que probablemente se verá equiparado tras la nueva oleada de despidos este otoño-, parece ser que la crisis está castigando con más rigor a las periodistas que a sus compañeros varones.

## Mujeres sin poder en los medios de comunicación

Así al menos lo confirman las personas entrevistadas.

“Todavía no tengo datos, pero creo que hasta ahora (con la reforma laboral se ha equiparado) era más fácil despedir a las periodistas porque tenían contratos más precarios. También es verdad que, en general, las mujeres tienen mucho que perder con la desaparición del estado de bienestar. Si se quitan servicios básicos como la atención a la dependencia o la ayuda a las escuelas infantiles es difícil que la mujer trabaje fuera de casa porque las tareas de cuidado siguen recayendo sobre ellas. Creo que la crisis pasa factura a todos, pero puede que hasta el momento haya sido más virulenta con las mujeres periodistas que con los hombres” (Laura Vilanova).

“Pienso que sí. Las empresas siguen discriminando a las mujeres a la hora de la contratación y en estos tiempos, si una persona se queda en paro, si es mujer, tendrá más dificultades a la hora de volver a ser contratada. Y más si tiene cargas familiares” (María Cáceres).

“Parece que la mujer lo tiene más complicado (...) creo que el panorama es complicado para hombres, mujeres y, sobre todo, para la gente que comienza y acaba de salir de las facultades” (Pedro López).

## **4. ALGUNAS CONCLUSIONES**

“Creo que las mujeres tenemos más armas para hacer frente a esta crisis porque nos toca estar siempre demostrando que trabajamos bien. Quizás sea una oportunidad para aplicar nuestro ingenio y que la sociedad se dé cuenta que es conveniente contar con el otro 50% de la población”.

(Laura Vilanova)

## Mujeres sin poder en los medios de comunicación

Ignorar el papel fundamental de los medios de comunicación en la formación de nuestra individualidad, de la opinión sobre las personas y de la configuración de lo que supone nuestro lugar en el mundo sería una osadía. De ahí que resaltemos la importancia que tienen las imágenes o informaciones, en definitiva, la representación social que se proyecta y publica a través de la televisión, la radio o los diarios: la influencia que tienen sobre las personas, aunque difícilmente cuantificable, es incuestionable. Como se viene poniendo de manifiesto en diversas investigaciones, a las que anteriormente ya hemos hecho referencia, la imagen que se proyecta de las mujeres a través de los medios está basada en estereotipos obsoletos y repetidos que se reproducen en noticias clónicas que impiden distinguir entre un medio u otro y que presentan una iconografía elaborada para dicha realidad, basada en presupuestos tradicionales de dominación y subordinación entre hombres y mujeres.

La manera en la que se organizan los medios también responde a un modo androcéntrico de entender el trabajo. Las estructuras de poder son verticales, muy jerarquizadas y, además, inflexibles a la hora de incorporar nuevos métodos de trabajo que mejoren la calidad de vida de quienes en ellos trabajan y muy cerrados en cuanto a la idea de introducir nuevos enfoques a la programación. De ahí que la perspectiva de género quede arrinconada en la sección del cajón de sastre junto con las noticias de la violencia contra las mujeres y los hechos curiosos.

Como hemos ilustrado en nuestro trabajo a través de datos recientes, se constata la casi nula presencia de mujeres en cargos de poder, de responsabilidad o de toma de decisiones en las empresas informativas de nuestro país. Por tanto, podemos decir que, de manera general, están en puestos de trabajo genéricos en la empresa informativa que se visibilizan menos y, por tanto, más proclives a ser fácilmente sustituibles. Así, si bien ninguna de las personas entrevistadas cree que exista diferencia en la manera de mandar en función del sexo de la dirección de un medio, reconocen que las periodistas son invisibles cuando miramos a través de la ventana del piso destinado a la jefatura de los medios. Resulta, pues, paradójico, que, pese a que son mayoría las mujeres estudiando en las facultades y centros de periodismo y comunicación de nuestro país, y nutren buena parte de las plantillas en las redacciones, su acceso a la dirección es prácticamente anecdótico desde que irrumpieron en la escena laboral, en la década de los ochenta en España.

En este sentido, no se ve reflejada la hipótesis que se baraja como plausible desde algunos análisis (Peleteiro y Jimeno, 1999) de que el retraso en la incorporación de las mujeres al mercado de trabajo era la explicación a su escasa presencia en cargos directivos

y que la ruptura del “techo de cristal” se iría produciendo en la medida en la que hubiera un porcentaje significativo de mujeres trabajando dentro del sector.

Este monopolio masculino en las altas esferas es uno de los motivos por los que ellas no ocupan estos cargos: los hombres siguen sin confiar en las habilidades o destrezas de las mujeres como directoras de las empresas amparadas en el paraguas del cuatro poder y esto se demuestra cuando, a lo largo de las entrevistas realizadas analizamos la percepción de las personas que tienen sobre la dirección femenina. Las personas preguntadas estiman que si bien estas profesionales están cualificadas y cuentan con amplia experiencia y capacidad, existe una amalgama de situaciones y de mecanismo inamovibles en los consejos de dirección que imposibilitan el ascenso de las profesionales, quedándose en los puestos intermedios con relativo poder. Nuestras personas entrevistadas asumen que hay sexismo y situación de desigualdad de oportunidades entre las mujeres y los hombres que quieren o aspiran acceder a puestos de responsabilidad porque hay cierta ‘solidaridad masculina’, que mantiene inamovible el lema de *'think manager-think male'* y que está sostenida por una cultura empresarial en la que siguen predominando una visión sexista de la organización laboral.

Existe por tanto discriminación de las mujeres frente a los hombres a la hora de ser escogidos para liderar un medio u ostentar un cargo de cierta importancia en el mismo. Se confirma así nuestra primera hipótesis de partida. Se trata de una dura comprobación cuando estamos viviendo un lento pero intenso proceso de “borrado” del mapa de las mujeres con alta cualificación y gran experiencia para ocupar puestos que van desde los puestos de redacción a las jefaturas en los medios. Habrá que comprobar este hecho, tremendamente subjetivo en la actualidad, con los datos que salgan publicados en los próximos años sobre número de despidos de profesionales del periodismo. No obstante, las actuales cifras ya caminan en este sentido: las periodistas están siendo las principales víctimas de la criba de algunos medios ya sea por edad, por su condición familiar o porque no cuadran en el modelo masculino del sector.

Llegados a este punto, corroboramos nuestra segunda hipótesis. Los horarios y el sistema de trabajo, en definitiva, la idea generalizada de que en esta profesión hay que estar de manera permanente y al cien por cien, pone a las mujeres en una triste encrucijada cuando deciden ser madres o atender a sus familias. La mayoría de ellas decide abandonar la profesión en la edad en la que toman esta determinación y es entonces, sobre los 35 o 40 años, cuando están en el punto álgido sus carreras profesionales. Por ello, nuestras entrevistadas, sobre todo las que tienen cargas familiares, aseguran que lo que frena el

## Mujeres sin poder en los medios de comunicación

ascenso a los cargos directivos es la maternidad y, por extensión, la inexistente e ineficaz conciliación en el sector de los medios de comunicación en España.

Una cuestión que permanece inalterable es la idea que se tiene, en líneas generales, de que la conciliación es un asunto femenino: las entrevistadas con cargas familiares asumen que son ellas las que no quieren subir en la escala de mando o que han sufrido acoso y vacío por decidir ser madres, y el entrevistado afirma que las profesionales tienen problemas para liderar porque el tema de la conciliación es complejo en el sector del periodismo. Como si los hombres periodistas no fueran padres o no comieran, llevaran ropa limpia o necesitaran un mínimo de la higiene en sus viviendas habituales. Se trata de una visión tremendamente interiorizada -y machista- en la que la conciliación atañe a mujeres y no al conjunto de la sociedad. Se trata de un concepto que con el paso de los años esperemos que atenúe con medidas eficaces pero que es complicado de desmontar.

Esta conclusión nos lleva a la siguiente. Las periodistas con cargas familiares se autocensuran cuando de lo que se trata es de ascender profesionalmente. Varios autores y autoras lo han venido evidenciando en anteriores trabajos y nuestras entrevistadas nos lo han ratificado: no accederían a un cargo de responsabilidad si ello conllevara el abandono de sus familias, es decir, si no se mejoran las medidas o herramientas de conciliación, prefieren quedarse como están. Y tal y como apunta el futuro del sector, las perspectivas son más bien oscuras en este terreno.

Maternidad, conciliación y monopolio masculino en las altas esferas. Todos estos obstáculos basculan en el dicho de “la pescadilla que se muerde la cola”: quienes deciden ser madres saben que, o tienen suerte y reciben ayuda -profesional o de sus parejas y familia- o tienen reducir la marcha en sus carreras. Las que siguen su trayectoria, han de esforzarse al máximo para ser señaladas como las óptimas para el ascenso deseado pero, esta carrera de trabas permanentes encuentra otra barrera: quienes mandan sobre los contratos y ascensos son los hombres que no confían en su potencial porque son mujeres, porque podrían ser madres y porque darles muchas complicaciones a la empresa con sus necesidades de conciliación.

En la práctica, el trabajo periodístico y la vida familiar son incompatibles y no hay voluntad de cambio, y así lo evidencia el nulo interés de las empresas sobre asuntos relativos a la igualdad de oportunidades en el sector privado. Ninguna de las personas entrevistadas conocía alguna medida puesta en marcha tras la aprobación de la Ley de Igualdad de 2007 en el sector, lo que nos lleva a la conclusión de que a los medios de

comunicación la igualdad ni les preocupa ni les afecta. Lo que se busca es rentabilidad económica y productividad aunque se hayan mermado las plantillas y se vayan a despedir a cientos de periodistas este otoño bajo la consigna del recorte en gastos.

### **4.1.-Dos reflexiones y un temor**

Treinta años dan para mucho. Para la apertura de radios, para el cierre de periódicos, para la introducción de nuevos modelos de hacer periodismo, para trabajar desde nuevas perspectivas y con nuevas herramientas. Tres décadas sirven para que se acabe la censura informativa y nazca la libertad de expresión, para que en los medios empiece a hablarse de aborto, de drogas, de sexo y hasta de la iglesia. Sirven para que los periodistas de la radio abandonen las cintas magnetofónicas y empiecen a utilizar la grabadora digital, el móvil... Para que los redactores de televisión realicen crónicas en directo desde cualquier lugar del mundo con una cámara y un teléfono, para que quienes trabajan en prensa escrita puedan tantear lo que es noticia o lo que no a través de las redes sociales, escribir desde Afganistán su reportaje y enviarlo por email.

Los avances en el sector periodístico han sido enormes en estos últimos treinta años en los que las mujeres empezaron a acceder en mayor o menor medida a las redacciones en España: se ha mejorado la accesibilidad a la información, se ha introducido un modelo más democrático para que toda la ciudadanía pueda estar informada de lo que acontece y se ha configurado una masa crítica hasta la fecha impensable. Y pese a estos avances y a estos cambios nada ha parecido transformarse en lo que atañe al acceso de las mujeres a las jefaturas de las organizaciones laborales y, en particular, a las de las empresas periodísticas.

En treinta años se han nombrado y se han cesado a directores de medios de comunicación. Prácticamente ningún medio en España está liderado por una mujer y no es cuestión de tiempo, como han venido insistiendo numerosos autores que reflejaban que cuando la presencia de las mujeres fuera similar a la de los hombres en los consejos de administración de las empresas de comunicación, el modelo de dirigir y acceder a un medio cambiaría (Fagoaga, 1993). Pero esta paridad o equidad nunca llega y, observando el proceso de estos años, parece que no va a llegar. Al menos, de forma natural.

Nuestra opinión es que no es cuestión de tiempo el que las mujeres tengan poder en los medios -o en cualquier otro sector-, es cuestión de ganas, de voluntariedad por parte de quienes mandan, en confiar en el esfuerzo y los valores femeninos para capitanear el barco.

## Mujeres sin poder en los medios de comunicación

No es cuestión de cuantas más mejor -que también- sino de que haya un espejo en el que mirarse y poder imitar o contrastar qué tal funciona este modelo en manos femeninas. Y este reflejo se podrá ver también en la temática que se presenta a la sociedad en su conjunto, desde qué prisma o con qué características. Se podrá ver la vida con las gafas de género que tanto bien puede hacer a una población en crisis económica, y también en una permanente quiebra de valores. Se podrán presentar noticias diferentes desde perspectivas diferentes, aunque luego se olvide.

Se olvida porque en una sociedad a la que le cuesta cambiar el ideario sobre el que está edificado es lógico que ya no haya reflexiones o debates sobre el colosal triunfo de las deportistas en las últimas Olimpiadas de Londres 2012. Ya ningún medio habla de ellas como tampoco de por qué han sido ellas y no ellos, los deportistas de siempre, los que han conseguido engrosar el medallero español. Al menos, como han destacado muchas de estas protagonistas, ya han conseguido que el deporte femenino empiece a respetarse en nuestro país. Aunque este es asunto de otro trabajo.

Esta humilde invitación a la acción en los modelos de liderazgo va de la mano de un segundo pensamiento: sólo desde el tratamiento progresivo de temas con perspectiva de género se eliminarán las contradicciones existentes en la actualidad sobre este asunto, la trivialidad con la que se abordan temas tan peligrosos como la violencia contra las mujeres, y acabará con el malestar de los y las profesionales que abandonan sus deseos de proponer temas vinculados con el género por miedo a ser menospreciados y apartados de los círculos reales de poder. En resumen, este reconocimiento de la diferencias de género, y la práctica profesional a que daría lugar, haría visible la presencia de las mujeres en los diferentes ámbitos sociales, y como consecuencia, haría que “éstas se pudieran sentir representadas en un discurso que actualmente, salvo excepciones, las excluye” (Gallego, et.al. 2002).

Ya hay muchas mujeres y hombres que están trabajando en este sentido: desde la Agencia de comunicación con perspectiva de género, AMECO, a la web de Mujeresenred, desde asociaciones de periodistas en defensa de la igualdad de oportunidades a colectivos de profesorado universitario e iniciativas individuales de profesionales que, en cada noticia y poco a poco, consideran que hay que desterrar de los medios la visión androcéntrica en la que están inmersos.

El temor viene motivado por los últimos retrocesos que actualmente está viviendo la sociedad española. La pérdida -interminable- de garantías sociales conseguidas en nuestro país desde hace más o menos esas tres décadas tiene, y tendrá, negativas consecuencias

## Mujeres sin poder en los medios de comunicación

para toda la población. Pero más para las mujeres<sup>22</sup>. No sólo en lo que se refiere al desempleo sino en el resto de medidas que faciliten a las mujeres el acceso a un empleo. Sin planes eficaces que apuesten por la creación de guarderías para el cuidado de los niños y niñas o medidas que contemplen la ampliación de ayudas a las personas dependientes para que no sean las mujeres las que tengan que dejar sus puestos laborales y hacerse cargo de los familiares, nos tememos que el retorno al hogar podría ser la crónica anunciada de la trayectoria de algunas mujeres, sobre todo de las de mediana edad y con unas condiciones socioeconómicas limitadas. Un oscuro movimiento regreso al ámbito privado.

No nos gustaría terminar este trabajo con esta idea tan desoladora, sino más bien todo lo contrario. Por ello nos gustaría hacer referencia a uno de los últimos mensajes lanzados desde la sección de Mujeres de la ONU. En él, la directora ejecutiva de ONU Mujeres, Michelle Bachelet, hace un llamamiento internacional para incrementar el número de mujeres y protecciones en el trabajo para recuperar la economía mundial. En un momento tan crítico, no es cuestión de desaprovechar la capacidad de las mujeres, asegura. Y ofrece datos en los que revela que las empresas que tienen más mujeres en sus juntas directivas, tienen “considerablemente mayores beneficios financieros”<sup>23</sup>. Los datos siempre son fríos pero resultan esperanzadores porque muestran un modelo que funciona y en el que se cuenta con las mujeres.

---

<sup>22</sup> Noticia del 9-7-2012 en <http://sociedad.elpais.com/sociedad/2012/07/09>  
(Consultado el 10-7- 2012).

<sup>23</sup> Noticia del 17-7-2012 en <http://www.unwomen.org/es/2012>  
(Consultado el 17-7- 2012).

## 5. BIBLIOGRAFÍA

AMORÓS, Ana (1995): "División sexual del trabajo", en AMORÓS, Celia (dir.): "Diez palabras clave sobre mujer. Navarra. Verbo Divino.

AMIC (2011): Resumen general Estudio General de Medios (EGM) de octubre de 2010 a mayo de 2011. Madrid.

APN (2011): "Informe anual de la profesión periodística 2011". Madrid. FAPE.

ASEP (1998): "La presencia de las mujeres en los medios de comunicación: propietarias, directivas, reporteras". Madrid. Instituto de la Mujer.

AUSTIN, Linda (2001): "El techo invisible. ¿Por qué las mujeres ocupamos sólo el 10% de cargos directivos?" Barcelona. Urano.

BACH, Marta, ALTÉS, Elvira, GALLEGO, Juana, PLUJÁ, María y PUIG, Monserrat (2000). "El sexo de la noticia. Reflexiones sobre el género en la información y recomendaciones de estilo". Barcelona. Icaria.

BARBERÁ, Ester, SARRIÓ, Maite, RAMOS, Amparo. (coor), (2000): "Mujeres directivas: Promoción profesional en España y Reino Unido". Valencia. Institut Universitari d'Estudis de la Dona. Universitat de València.

CANEL, María José, RODRÍGUEZ ANDRÉS, Andrés y SÁNCHEZ ARANDA, José Javier, (2000): "Periodistas al descubierto. Retrato de los profesionales de la información". Madrid. Centro de Investigaciones Sociológicas.

CARO, Francisco, GARCÍA, María del Mar; RODRÍGUEZ, Carlos y JIMÉNEZ, Gloria (2007): "Techo de cristal en las empresas periodísticas: percepción de las habilidades y capacidades de la mujer en las tareas de dirección", en *Ámbitos*, 16 (pp. 395-407).

CHINCHILLA, Nuria, LEÓN, Consuelo (2004): "La ambición femenina". Madrid, Santillana.

CIS. 1999. "Los profesionales de los medios de comunicación". Estudio 2.306. Madrid. Centro de Investigaciones Sociológicas.

COMISIÓN EUROPEA (1998): "100 palabras para la igualdad. Glosario de términos relativos a la igualdad entre hombres y mujeres". Dirección General de Empleo, Relaciones Laborales y Asuntos Sociales. Bruselas.

CUADRADO, Isabel, NAVAL, Marisol y MOLERO, Fernando (2006): "Mujeres y liderazgo. Claves psicosociales del techo de cristal". Madrid. Editorial Sanz y Torres.

DE PABLOS, Estrella y TARIFA, Elena (2003): "Conciliar vida laboral y familiar: tasca imposible per a les periodistes". Barcelona. Secretaría de la Dona del Sindicat de Periodistes de Catalunya.

FRANQUET, Rosa (dir.) (2003): "Representaciones de género en los principales medios de comunicación on-line". Barcelona. GRISS-Universidad Autónoma de Barcelona.

FRIEDAN, Betty, (1974): "La mística de la feminidad". Madrid. Ediciones Júcar.

## Mujeres sin poder en los medios de comunicación

GÁLVEZ MUÑOZ, Lina y TORRES LÓPEZ, Juan (2010): "Desigualdades, mujeres y hombres en la crisis financiera". Barcelona, Icaria.

GALLEGO, Juana (dir.) (2001): "La prensa por dentro. Producción informativa y transmisión de estereotipos de género". Sant Cugat del Vallès. Los libros de la Frontera.

GARCÍA-ALBI, Inés (2007): "Nosotras que contamos. Mujeres periodistas en España". Barcelona. Plaza Janés.

GIMÉNEZ, Pilar (2007): "Un estudio de la IV Conferencia Mundial sobre las mujeres" en *Revista Comunicación y Hombre*, nº 3, 81-94.

INE (2012): "La mujer en cifras". Madrid. Instituto de la Mujer.

INE. Consulta de los datos estadísticos de los años 1990, 1999 y 2010. En [www.ine.es](http://www.ine.es) (Consultado el 23-7-2012)

JORGE, Ana (2004): "Mujeres en los medios, mujeres de los medios. Imagen y presencia femenina en las televisiones públicas: Canal Sur Tv". Barcelona. Icaria.

MENÉNDEZ Menéndez, M<sup>a</sup> Isabel (2003): "El cuarto poder. ¿Un poder de mujeres?". Oviedo. Millenta.

MILES, María (1999): "Towards a methodology for feminist research", en *Fryman y Burgess*, pp 71-77.

MOLERO, Fernando (dir.) (2009): "Mujer y liderazgo en el siglo XXI: Una aproximación psicosocial a los factores que dificultan el acceso de la mujer a los puestos de responsabilidad". Madrid. UNED-Instituto de la Mujer.

MORALES, Fernando y CUADRADO, Isabel (2004): "Introducción: Teoría de congruencia de rol del prejuicio hacia líderes femeninos". *Revista de Psicología General y Aplicada*, 57, 135-146.

NÚÑEZ, Trinidad: "La otra mirada. Mujeres que trabajan en los medios" en LOSCERTALES, Felicidad y NÚÑEZ Trinidad (coor.) (2008): "Los medios de comunicación con mirada de género". Sevilla. Instituto Andaluz de la Mujer-Consejería para la Igualdad y el Bienestar Social de la Junta de Andalucía.

NÚÑEZ, Trinidad y LOSCERTALES, Felicidad (2004): "Andaluzas de hoy. Mujeres que abren caminos en los medios de comunicación". Sevilla. Universidad de Sevilla- Diputación de Córdoba.

MUNDUATE, Lourdes. (2003): "Género y liderazgo. Diferencias entre hombres y mujeres en el acceso a puestos directivos", en *Revista de psicología social*, núm. 18 (3), pp 0-6.

LEY ORGÁNICA 3/2007, del 22 de marzo, para la igualdad efectiva entre mujeres y hombres. BOE núm. 71. Madrid.

LIENAS, Gemma (2005): "Ni putas ni sumisas". Barcelona. Península.

LÓPEZ DÍEZ, Pilar (2008). "Los medios y la representación de género: Propuestas para avanzar", en *Feminismo/s*, vol. 11. Pp. 95-108.

--(2005): "Representación de género en los informativos de radio y televisión (2º Informe)". Madrid. Instituto Oficial de Radio y Televisión e Instituto de la Mujer.

## Mujeres sin poder en los medios de comunicación

--(2000): "El techo de cristal también existe en los medios", en *Mujeres, hombres y medios de comunicación*, Valladolid: Dirección General de la Mujer. Junta de Castilla y León (pp. 291-300. Tomo II) .

LOSCERTALES, Felicidad, NÚÑEZ, Trinidad (2002): "Las mujeres vistas por la TV. El caso de los documentales y reportajes de elite", en CAPORALE, Silvia. y otras, (2002), *La difusión del conocimiento en los estudios de las mujeres (Actas del II Congreso internacional de AUDEM)* (Formato CD)

PAPÍ Gálvez, Natalia (2004): "Conciliación de la vida familiar y laboral en la prensa diaria de la Comunidad Valenciana: El punto de vista de las mujeres". Tesis doctoral.

PELETEIRO, Isabel y GIMENO, Antonio (coord.) (1999): "La situación de la mujer en la toma de decisiones". Madrid: Instituto de la Mujer.

PETERS, Tom (2002): "Las mujeres arrasan en el mundo empresarial. Las facultades de la mujer para el liderazgo". Madrid. Nowtilus.

ROVETTO, Florencia: "Apuntes sobre la representación de las mujeres en la prensa de actualidad", en *Cuadernos de información*, num. 27, 2010-II, pp. 43-52.

SALTZMAN, Janet (1989): "Equidad y género. Una teoría integrada de estabilidad y cambio". Madrid. Cátedra.

SÁNCHEZ Bello, Ana (2004): "La construcción de la agenda setting desde los medios de comunicación", en LÓPEZ, Pilar (edit.): *Manual de información en género*. Instituto Oficial de Radio y Televisión. Madrid. RTVE Grupo e Instituto de la Mujer.

SCHEIN, Virginia E (2001): "A Global Look at Psychological Barriers to Women's Progress in Management". *Journal of Social Issues*, 57 (4), 675-688.

--(1975). "The relationship between sex role stereotypes and requisite managerial characteristics among female managers". *Journal of Applied Psychology*, 60, 340-344.

--(1973). "The relationship between sex role stereotypes and requisite managerial characteristics". *Journal of Applied Psychology*, 57, pp. 95-100.

UFARTE RUIZ, M<sup>a</sup> José: "Las mujeres periodistas en los puestos de dirección: el techo de cristal en la prensa escrita", incluido en *Actas del I Congreso Internacional de Comunicación y Género* de marzo de 2012, pp. 678-689. Sevilla.

VAQUERO, Alberto (2010): "Las mujeres en la universidad española. Situación actual y perspectivas. Análisis en cifras". Vigo. Universidad de Vigo.

VENTURA, Asunción. (2010): "Las leyes de igualdad entre mujeres y hombres", en *Máster de Igualdad de Género en el Ámbito Público y Privado*, curso 2010-2012. Castellón. Universitat Jaume I.

VILANOVA, Laura (2010): "La conciliación de la vida laboral y familiar en el periodismo". Trabajo final de Máster de Igualdad en el Ámbito Público y Privado 2009-2011. Universitat Jaume I de Castellón.

WIRTH, Linda (2002): "Romper el techo de cristal. Las mujeres en puestos de dirección". Madrid. Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.

**Documentos en prensa y televisión:**

APN (8-3-2012): “La FAPE pide igual salario y condiciones laborales para mujeres y hombres periodistas”. Disponible en [http://www.fape.es/la-fape-pide-igual-salario-y-condiciones-laborales-para-mujeres-y-hombres-periodistas\\_fape-818326371460.htm](http://www.fape.es/la-fape-pide-igual-salario-y-condiciones-laborales-para-mujeres-y-hombres-periodistas_fape-818326371460.htm). (Consultado el 14-6-2012).

EUROPA PRESS (5-11-2010): “El “presententismo”, nuevo fenómeno laboral ante el temor de perder el empleo”. Disponible en <http://www.elmundo.es/mundodinero/2010/11/04/economia/1288885926.html> (Consultado el 4-9-2012).

GAGO, Álvaro (10-08-2012): “Los medios de comunicación preparan una nueva ola de EREs tras el verano”, en <http://vozpopuli.com/impresion/12792-los-medios-de-comunicacion-preparan-una-nueva-ola-de-eres-tras-el-verano> (Consultado el 16-8-2012).

ONU (17-7-2012): “ONU Mujeres aboga por incrementar el número de mujeres y protecciones en el trabajo para recuperar la economía mundial”, en <http://www.unwomen.org/es/2012> (Consultado el 17-7- 2012).

VÍDEO: “Igual-es. Ellas piensan y crean” de RTVE. Dirigido por Inés París. 2011. Disponible en <http://www.rtve.es/alacarta/videos/igual-es> (Consultado el 24-7-2012).

ZANETTA, Rosario (2012): “El empleo femenino bajo amenaza, por las menores ayudas para los dependientes”, disponible en <http://sociedad.elpais.com/sociedad/2012/07/09> (Consultado el 10-7- 2012).

## 6. GLOSARIO DE TÉRMINOS<sup>24</sup>

**Acción positiva:** Medidas dirigidas a un grupo determinado, con las que se pretende suprimir y prevenir una discriminación o compensar las desventajas resultantes de actitudes, comportamientos y estructuras existentes (denominadas a veces "discriminación positiva").

**Androcentrismo:** Visión del mundo y de las cosas, desde el punto de vista teórico y del conocimiento, en la que los hombres son el centro y la medida de todas ellas, ocultando y haciendo invisible todo lo demás, entre ellas las aportaciones y contribuciones de las mujeres a la sociedad. Una visión androcéntrica presupone que la experiencia masculina sería "la universal", la principal, la referencia o representación de la humanidad, obviando la experiencia femenina. (Palabras para la Igualdad. Biblioteca Básica Vecinal. 2006)

**Conciliación del trabajo y la vida familiar:** Introducción de sistemas de permiso por razones familiares y de permiso parental, de atención a la infancia y a personas de edad avanzada, y creación de una estructura y organización del entorno laboral que facilite a hombres y a mujeres la combinación del trabajo y de las responsabilidades familiares y hogareñas.

**Corresponsabilidad:** Responsabilidad compartida (RAE)

**Doble jornada:** Condición a la que se ven sometidas las mujeres que desempeñan un trabajo remunerado en horario laboral y que además deben desarrollar todas las tareas que implica el trabajo reproductivo y que no es compartido por sus compañeros. (Palabras para la Igualdad. Biblioteca Básica Vecinal. 2006)

**Estudios de la mujer:** Enfoque académico, generalmente interdisciplinario, del análisis de la condición femenina y de las correlaciones sexistas, así como de lo relativo a las diferencias hombre-mujer en todos los demás ámbitos.

**Feminismo:** Se trata de una corriente de pensamiento en permanente evolución por la defensa de la igualdad de derechos y oportunidades entre ambos sexos. Constituye una

---

<sup>24</sup> Los términos que no aclaran al final del texto el documento del que han sido extraídos proceden del libro "100 palabras para la igualdad. Glosario de términos relativos a la igualdad entre hombres y mujeres" de la Comisión Europea (1998). El resto proceden del glosario incluido en Palabras para la Igualdad. Biblioteca Básica vecinal (2006), disponible en <http://www.nodo50.org/mujeresred/vocabulario.html> (Consultado el 29-8-2012)

## Mujeres sin poder en los medios de comunicación

forma diferente de entender el mundo, las relaciones de poder, las estructuras sociales y las relaciones entre los sexos. Esta nueva manera de observar la realidad, desde la perspectiva de las mujeres, es el motor que está produciendo más cambios en el presente siglo, en el sistema y los valores sociales, consiguiendo que las instituciones modifiquen sus políticas sociales y económicas. Simone de Beauvoir habla del feminismo como un modo de vivir individualmente y de luchar colectivamente.

**Género:** Las investigaciones feministas de los años 70 muestran que el concepto de sexo no es válido para explicar las diferencias de actividades entre hombres y mujeres en las distintas culturas a lo largo de la historia. Se elabora e introduce entonces el concepto de género como categoría de análisis que permite diferenciar y separar lo biológico, atribuido al sexo, de lo cultural, determinado por el género.

Gerda Lerner señala que el género "es la definición cultural de la conducta que se considera apropiada a los sexos en una sociedad y en un momento determinados". Carole Pateman afirma que: "La posición de la mujer no está dictada por la naturaleza, por la biología o por el sexo, sino que es una cuestión que depende de un artificio político y social". Alicia Puleo sostiene que el género "es el carácter construido culturalmente, de lo que cada sociedad considera masculino o femenino". Joan W. Scott subraya que: "El género se concreta en las diversas prácticas que contribuyen a estructurar y dar forma a la experiencia. El género es una construcción discursiva y cultural de los sexos biológicos".

En definitiva, el género y, en consecuencia, las relaciones de género son "construcciones sociales" que varían de unas sociedades a otras y de unos tiempos a otros, y por lo tanto, como tales, susceptibles de modificación, de reinterpretación y de reconstrucción. (Palabras para la Igualdad. Biblioteca Básica Vecinal.2006)

**Igualdad entre los sexos:** Situación en que todos los seres humanos son libres de desarrollar sus capacidades personales y de tomar decisiones, sin las limitaciones impuestas por los roles tradicionales, y en la que se tienen en cuenta, valoran y potencian por igual las distintas conductas, aspiraciones y necesidades de hombres y mujeres.

**Igualdad de oportunidades:** Ausencia de toda barrera sexista para la participación económica, política y social.

**Machismo:** Comportamiento de desvalorización hacia las mujeres. Responde a una forma particular de organizar las relaciones entre los géneros. Se caracteriza por el énfasis en la

## Mujeres sin poder en los medios de comunicación

virilidad, la fuerza y el desinterés respecto a los asuntos domésticos por parte de los varones. La desigual distribución del ejercicio del poder sobre otros u otras conduce a la asimetría en la relación entre ambos.

La posición de género (femenino o masculino) es uno de los ejes cruciales por donde discurren las desigualdades de poder y la familia, uno de los ámbitos en que se manifiesta. Los procesos de socialización de la cultura han legitimado la creencia en la posición superior del hombre: el poder personal y la autoafirmación en posesión de la razón y la fuerza del hombre y la definición de la mujer como inferior a su servicio. (Palabras para la Igualdad. Biblioteca Básica Vecinal. 2006).

**Patriarcado:** Organización social primitiva en que la autoridad es ejercida por un varón jefe de cada familia, extendiéndose este poder a los parientes aun lejanos de un mismo linaje (RAE). Literalmente significa "gobierno de los padres" pero las interpretaciones críticas desde el feminismo se refieren a él como un sistema u organización social de dominación masculina sobre las mujeres que ha ido adoptando distintas formas a lo largo de la historia. Alicia Puleo distingue entre patriarcados de coerción "los que estipulan por medio de leyes o normas consuetudinarias sancionadoras con la violencia aquello que está permitido y prohibido a las mujeres" y los patriarcados de consentimiento, donde seda la igualdad formal ante la ley, y que define como " los occidentales contemporáneos que incitan a los roles sexuales a través de imágenes atractivas y poderosos mitos vehiculados en gran parte por los medios de comunicación" (Palabras para la Igualdad. Biblioteca Básica Vecinal. 2006).

**Principio de no discriminación:** Son varias las normas internacionales que proclaman el principio de no discriminación por razón de sexo. La Declaración Universal de Derechos Humanos, aprobada por la Asamblea General de las Naciones Unidas el 10 de diciembre de 1948, contiene una declaración genérica de igualdad, sin distinción de sexo. El Convenio europeo para la protección de los derechos humanos y de las libertades fundamentales, de 4 de noviembre de 1950, proclama el principio de igualdad en el goce de los derechos y libertades reconocidas, sin distinción por razón de sexo. El Tratado Constitutivo de la Comunidad Económica Europea, de 25 de marzo de 1957, en su artículo 119 aborda explícitamente "la igualdad de retribución entre trabajadores masculinos y femeninos para un mismo trabajo".

La Convención sobre eliminación de todas las formas de discriminación contra las mujeres, celebrada en diciembre de 1979 y organizada por Naciones Unidas, define la discriminación contra las mujeres como: "Toda distinción, exclusión o restricción basada en

## Mujeres sin poder en los medios de comunicación

el sexo que tenga por objeto o por resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio por las mujeres, con independencia de su estado civil, sobre la base de la igualdad del hombre y de la mujer, de los derechos humanos y las libertades fundamentales en las esferas políticas, económicas, sociales, cultural y civil o en cualquier otra esfera". En España, el principio de igualdad se recoge en el artículo 14 de la Constitución Española de 1978. (Palabras para la Igualdad. Biblioteca Básica Vecinal. 2006)

**Techo de cristal:** Es una barrera invisible que se encuentran las mujeres en un momento determinado en su desarrollo profesional, de modo que una vez llegado a este punto muy pocas mujeres franquean dicha barrera, estancando la mayoría su carrera profesional. Las causas de este estancamiento provienen en su mayor parte de los prejuicios empresariales sobre la capacidad de las mujeres para desempeñar puestos de responsabilidad, así como sobre su disponibilidad laboral ligada a la maternidad y a las responsabilidades familiares y domésticas, actividades que suelen coincidir con las fases de itinerario profesional ligadas a la promoción profesional. (Palabras para la Igualdad. Biblioteca Básica Vecinal. 2006)

**Sexismo:** Teoría basada en la inferioridad del sexo femenino que viene determinada por las diferencias biológicas entre hombres y mujeres. La construcción de un orden simbólico en el que las mujeres son consideradas inferiores a los hombres implica una serie de comportamientos y actitudes estereotipados que conducen a la subordinación de un sexo con respecto al otro. Algunas autoras establecen diferencias entre machismo y sexismo, ya que mientras el machismo es una actitud inconsciente -en el sentido de que cuando a una persona con comportamientos machistas se le explica su actitud puede optar por abandonarlos- el sexismo representa una actitud consciente que propicia la subordinación del sexo femenino con respecto al masculino.

**Sexo:** Características biológicas que distinguen al macho de la hembra.

**Sistema género-sexo:** Concepto que hace referencia a las diferencias sociales (por oposición a las biológicas) entre hombres y mujeres que han sido aprendidas, cambian con el tiempo y presentan grandes variaciones tanto entre diversas culturas como dentro de una misma cultura.

**Violencia de género:** Toda forma de violencia física, sexual o psicológica que pone en peligro la seguridad o el bienestar de un miembro de la familia; recurso a la fuerza física o al chantaje emocional; amenazas de recurso a la fuerza física, incluida la violencia sexual, en la familia o el hogar. En este concepto se incluyen el maltrato infantil, el incesto, el maltrato

Mujeres sin poder en los medios de comunicación

de mujeres y los abusos sexuales o de otro tipo contra cualquier persona que conviva bajo el mismo techo.

**Violencia sexista:** Todo tipo de violencia ejercida mediante el recurso o las amenazas de recurrir a la fuerza física o al chantaje emocional; se incluye la violación, el maltrato de mujeres, el acoso sexual, el incesto y la pederastia.

## 6. ANEXOS

### ANEXO 1

#### ORGANIGRAMAS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN CON MAYOR AUDIENCIA EN ESPAÑA. OCTUBRE DE 2011. TABLAS DE LA 1 A LA 13.

Tabla 1: Diario Marca

HOMBRES	MUJERES
	Presidenta
Consejero Delegado	
Director general	Gerente
Director	
Adjunto al director	
Directores adjuntos: 3	
Director de arte	
Subdirectores: 2	
Redactores jefe: 5	
Director general de publicidad	
Direcciones generales: 2	Directora de Marketing
Director de publicidad	

Elaboración propia octubre 2011. Fuente: Marca

Tabla 2: Diario El País

HOMBRES	MUJERES
Presidente	
Consejero Delegado	
Director general	
Director	
Directores adjuntos: 2	
Subdirectores: 8	1 Subdirectora

Elaboración propia octubre 2011. Fuente El País

Tabla 3, Diario AS

HOMBRES	MUJERES
Presidente de honor: 2	
Presidente	
Consejero Delegado	
Director	
Director adjunto	
Director As.com	
Adjunto a dirección	
Subdirectores: 3	
Redactores jefes: 9	
Gerente	

Elaboración propia octubre 2011. Fuente AS.

## Mujeres sin poder en los medios de comunicación

Tabla 4, Diario El Mundo

<b>HOMBRES</b>	<b>MUJERES</b>
	Presidenta
Consejero Delegado	
Director	
Vicedirectores: 2	
Directores adjuntos: 3	
Adjunto a dirección: 1	Adjunta a dirección: 2
Secretario general de redacción	
Adjunto Relaciones Internacionales	
Director de Arte	
Director edición digital elmundo.es	
	Directora general documentación
Director documentación	
Presidente Consejo Editorial	
Director general publicidad	
Adjuntos dirección publicidad: 2	
	Directora de operaciones

Elaboración propia octubre 2011. Fuente El Mundo.

Tabla 5, La Vanguardia

<b>HOMBRES</b>	<b>MUJERES</b>
Presidente-Editor	
Director	
Vicedirector	
Directores adjuntos: 2	
Subdirectores: 3	Subdirectora: 1
Redactores jefe: 13	Redactoras jefe: 4
Jefes de sección: 7	Jefas de sección: 5
Consejeros de dirección: 2	

Elaboración propia octubre 2011. Fuente La Vanguardia.

Tabla 6: Cadena SER

<b>HOMBRES</b>	<b>MUJERES</b>
Presidente PRISA/RADIO	
Consejero Delegado	
Director general	
Director de organización y sistemas	
Director de Antena	
Director Servicios Informativos	
Subdirector de informativos	
Redactores jefe informativos: 3	Redactoras jefa informativos: 2
	Redactora jefa SER.com
	Directora de Deportes
Redactores jefe deportes: 3	
Jefe técnico	

Elaboración propia octubre 2011. Fuente Cadena SER.

## Mujeres sin poder en los medios de comunicación

Tabla 7: Onda Cero

<b>HOMBRES</b>	<b>MUJERES</b>
Director de informativos	
Dirección nacional: 2 directores	Dirección nacional: 2 directoras
Dirección internacional: 1directora	Dirección internacional: 1directora
Dirección de sociedad: 1 director	Dirección de sociedad: 3 directoras
Dirección economía: 3 directores	Dirección economía: 1 directora

Elaboración propia octubre 2011. Fuente Onda Cero radio.

Tabla 8: COPE

<b>HOMBRES</b>	<b>MUJERES</b>
Presidente y consejero delegado	
Director editorial y adjunto al presidente	
Consejero delegado	
Subdirector general comercial	
Subdirector general de programación y emisoras	
Subdirector general financiero	
Director técnico	
Director de programación religiosa	
Director información y cope.es	
	Directora de marketing
Director de Cadena 100	
Director red de emisoras asociadas y Rock and Gol	
Director de Antena	
Director de RRHH	

Elaboración propia octubre 2011. Fuente COPE.

Tabla 9: RNE

<b>HOMBRES</b>	<b>MUJERES</b>
Director general	
Director informativos	
Subdirector informativos	
	Directora de programas
Director RNE	
	Directora de Radio Clásica
	Directora de Radio 3
	Directora de Ràdio 4
Director Radio 5	
	Directora de Radio Exterior de España

Elaboración propia octubre 2011. Fuente RNE.

## Mujeres sin poder en los medios de comunicación

Tabla 10: TVE 1 Consejo de administración

<b>HOMBRES</b>	<b>MUJERES</b>
Consejeros de administración: 7	Consejeras: 3
Director comercial	
Subdirectores comerciales: 1	Subdirectoras comerciales: 3

Elaboración propia octubre 2011. Fuente RTVE.

Tabla 11: Telecinco

<b>HOMBRES</b>	<b>MUJERES</b>
Consejero delegado: 2	
Director general: 2	
Presidente	
Vicepresidente: 2	
Consejeros: 8	Consejera: 1
Direcciones generales: 10	Direcciones generales: 2
Director Atlas Informativos	

Elaboración propia octubre 2011. Fuente Telecinco.

Tabla 12: Antena 3

<b>HOMBRES</b>	<b>MUJERES</b>
Consejero delegado	
Secretario general	
Director financiero	
Director asesor	
	Directora Relaciones Institucionales
Director Auditorías	
Director general de Televisión	
	Directora de informativos
	Responsable de Fundación A3

Elaboración propia octubre 2011. Fuente Antena 3.

Tabla 13: La Sexta

<b>HOMBRES</b>	<b>MUJERES</b>
Presidente	
Consejero delegado	
Director general	
Director	
Direcciones: 8 hombres	Direcciones: 2 mujeres (Programas y Comunicación)
Director informativos	

Elaboración propia octubre 2011. Fuente La Sexta.

## **ANEXO 2: ENTREVISTAS**

### ENTREVISTA 1: PEDRO LÓPEZ: Delegado del Diario Las Provincias-La Verdad en Alicante.

Años de experiencia en la profesional: 22 años

Años de experiencia en el actual cargo: 2 años (en septiembre)

Situación familiar: Casado, sin hijos

Edad: 46 años

Como ya le he avanzado, el objeto de esta entrevista es que nos hable -lo más sinceramente posible- desde su perspectiva en general, de la profesión periodística, y, particularmente, de la situación laboral de las mujeres y hombres periodistas en cargos de responsabilidad dentro de los medios de comunicación.

#### **BLOQUE I: LOS PUESTOS DE DIRECCIÓN DENTRO DE UNA EMPRESA INFORMATIVA.**

*1-De manera breve, me gustaría que destacase cuáles es son los puestos que se suelen considerar puestos de dirección en un periódico de ámbito provincial-local.*

Depende del tipo de periódico. Si se trata de una edición provincial de un diario nacional, de una edición provincial de un diario regional o de un diario local o provincial. En el caso de La Verdad-Las Provincias, los puestos de dirección serían el delegado editorial y el redactor jefe o jefe de sección.

*2-¿Cuáles son las principales responsabilidades y cualidades o destrezas que tiene que tener una persona para dirigir un medio de comunicación?*

En mi opinión, similares a las necesarias para dirigir cualquier equipo humano, pero con el añadido de tener vocación periodística.

*3-Tradicionalmente, dentro de la profesión, las mujeres han tenido y tienen, un acceso más difícil a estos puestos de dirección. ¿Cree que existe una diferente manera de liderar o de responsabilizarse de un periódico dependiendo de si se es hombre o mujer? ¿Existen cualidades o armas diferentes? ¿Cuáles?*

Bueno, supongo que tienen menos opciones de llegar a puestos de dirección, al menos hasta hace poco tiempo, aunque yo ya trabaja las órdenes de una delegada editorial en Alicante. No creo que haya diferencias de liderazgo, ni cualidades o armas por motivos de sexo, depende básicamente de las personas, ni todos los hombres dirigen igual un equipo ni todas las mujeres.

*4-¿Tiene referencias de esta situación de dificultad que viven algunas periodistas para dirigir algún medio en el panorama actual? ¿Ha tenido jefas en algún momento de su carrera profesional? Describa su experiencia lo más honestamente posible.*

Como dije antes estuve varios años a las órdenes de una jefa. Ahora mismo, en Las Provincias de Valencia hay una subdirectora y una jefa de edición. En La Verdad de Murcia durante mucho tiempo la jefa de fin de semana era una mujer. No he tenido problemas con ellas, o al menos no he tenido más problemas de los que he podido tener cuando se ha tratado de un jefe.

#### **BLOQUE II: SITUACIÓN DE DISCRIMINACIÓN DENTRO DEL PERIODISMO**

**5-***Según los datos del informe de 2009 de la Asociación de la Prensa de Madrid, los hombres acaparan el 76% de los puestos de dirección en nuestro país, mientras que las periodistas sólo ocupan el 24% de altos cargos, pese a que representan casi la mitad de la profesión. Metiéndonos de lleno en la situación de las mujeres periodistas, en su escasa presencia en puestos de mando y dirección en los periódicos, ¿cuáles opina que son los principales obstáculos de las mujeres para acceder a estos cargos de responsabilidad?*

Creo que lo fundamental es romper el círculo en las esferas. Es decir, mientras los que tomen decisiones en lo más alto sean hombres siempre tendrá la tendencia a elegir a hombres, aunque sea algo que no entiendo ni comparto. Creo que el problema no se limita al mundo del periodismo. Hay otros sectores donde el porcentaje de mujeres en las plantillas son mucho mayor y el porcentaje de directivas es menor.

**6-***Dado el monopolio masculino en las jefaturas de medios en nuestro país, ¿piensa que las empresas tienden a asegurarse con aquello que conocen y les funciona y por ello recurren a colocar a hombres en puestos de dirección?*

No creo que los 'hombres-jefe' funcionen bien siempre ni las 'mujeres-jefe' funcionen mal. Es más una cuestión de educación o costumbre que el hecho de pensar en que un hombre va a funcionar mejor.

**7-***¿Cree que las mujeres acceden en igualdad de condiciones que los hombres a esos puestos de responsabilidad, de dirección o piensa que las periodistas se ven obligadas a realizar un mayor esfuerzo o mostrar mejores capacidades para llegar ahí? ¿Piensa que las mujeres tienen que demostrar lo bien que lo hacen en mayor medida que sus colegas de profesión?*

No, porque muchas veces los hombres que son elegidos como jefes tampoco han demostrado que sean los mejores, o que hayan realizado un mayor esfuerzo que otros hombres. Es probable que las mujeres tengan que destacar muy por encima del resto de mujeres para ser consideradas como candidatas a una jefatura.

**8-***¿Considera que existe sexismo en la profesión periodística este sentido?*

Hay sexismo en todos los ámbitos. En el periodismo tal vez hay una incompatibilidad por cuestiones de horarios, se sabe cuándo empieza el trabajo y no cuando termina. Eso complica mucho la conciliación familiar.

**9-***Es sabido que las largas jornadas laborales en esta profesión y, por tanto, la imposibilidad de conciliar las responsabilidades de la vida familiar y tener tiempo libre es la principal preocupación -según mismo informe de la APM- de los profesionales de este sector, especialmente de las mujeres. De hecho, son muchas las periodistas de primera línea que abandonan la profesión con motivo de una primera o segunda maternidad. Hable de la jornada habitual de los profesionales de su medio.*

Bueno, el objetivo que tenemos es trabajar de la manera más agradable, siendo conscientes de que hay jornadas más complicadas que otras. Comenzamos el trabajo a partir de las diez, no tenemos tendencia a reunirnos demasiado para no prolongar el trabajo de los redactores, intentamos ser solidarios y si se pueden ir a casa a las nueve, mejor que a las diez. Por la tarde intentamos arrancar el periódico lo antes posible para lograr este objetivo.

**10-***¿Ha tenido alguna vez que elegir entre su carrera profesional y su familia? ¿Y su pareja ha tenido que escoger? ¿Conoce casos de mujeres u hombres que se han visto en esta encrucijada o que han sido castigados por tratar de conciliar a través de reducciones de jornada, excedencias, etc?*

## Mujeres sin poder en los medios de comunicación

En mi caso me he enfrentado varias veces, aunque al final mi pareja ha acabado aceptando mis horarios, que por otra parte han mejorado ligeramente con respecto a hace unos años. No he conocido ningún caso de mujer u hombre que haya sido castigado por pedir una reducción de jornada o por excedencias. Al menos en los medios en los que trabajo.

*11-¿Estima que liderazgo en un medio y conciliación son conceptos opuestos en un medio de comunicación?*

No son opuestos, es más difícil hacerlos compatibles, pero no lo creo, depende de las personas y del medio en concreto.

*12-Tras cumplirse cinco años de la puesta en marcha de la Ley de Igualdad, ¿cree que se han puesto en marcha programas o herramientas que permitan la conciliación de hombres y mujeres en este sector?*

Creo que no, al menos yo no lo he percibido.

*13-Desde su experiencia como director, ¿piensa que se podría articular mejor el tema de los horarios en un periódico con la conciliación familiar y la gestión del tiempo libre? Indique algunas posibles medidas para compatibilizar trabajo en un diario, familia y vida más allá de la redacción.*

No es fácil, desde luego, y menos con los tiempos de crisis que corren, con plantillas más reducidas, más carga de trabajo para los periodistas, etc. Pero desde mi punto de vista, y así lo intento aplicar, todo se reduce a la organización. Partiendo de la base, como dije antes, de que siempre hay jornadas más complicadas por la propia actualidad, creo que el trabajo en la redacción debe ser como un mecanismo bien engrasado. Si cada pieza hace su trabajo y los problemas que surgen se solucionan en el momento y no se posponen, es factible mejorar la calidad de vida y de trabajo. En principio, no creo que todo el mundo tenga que 'abrir' el periódico ni todo el mundo tiene que 'cerrarlo'. Salvo casos excepcionales, como elecciones, fiestas locales o sucesos muy gordos, la organización del trabajo puede acortar la jornada laboral.

*14-El periodismo es una profesión basada en lo imprevisto pero ¿considera realmente que son necesarias tantas horas presenciales al pie del cañón, más teniendo en cuenta las interminables opciones que nos ofrecen las nuevas tecnologías?*

Desde luego se podría aumentar el porcentaje de periodistas trabajando desde casa, pero creo que esto es algo que ni los propios periodistas ni las empresas contemplan. Hay muchos redactores que nos se ven así mismos trabajando desde casa, son ellos mismos los que se imponen una presencia mayor en la redacción.

### **BLOQUE III: BALANCE DEL PASADO, PRESENTE Y PREVISIONES DE FUTURO**

*15-De manera breve, ¿podría hacer un recorrido por el papel y la situación de la mujer periodista desde su perspectiva tomando como referencia su ingreso en esta profesión?*

Cuando comencé en 1990 no había muchas periodistas en la redacción. Durante la década de los noventa fueron aumentando el número y a partir del año 2000 todavía más. Fue en ese momento cuando trabaja las órdenes de una mujer. En la actualidad, en la redacción de Alicante hay más hombres que mujeres, pero por escasa diferencia y puedo asegurar que no ha habido ningún criterio sexista.

*16-¿Nos puede realizar alguna previsión de futuro en lo que hace alusión a las mujeres*

Mujeres sin poder en los medios de comunicación

*como directivas de los medios de comunicación o en otros puestos de responsabilidad?*

Bueno, pues la previsión es compleja, como la de todo el sector. Creo que el panorama es complicado para hombres, mujeres y, sobre todo, para la gente que comienza y acaba de salir de las facultades.

*17-Las estructuras y dinámicas profesionales del sector periodístico han cambiado en los últimos años. El número de las periodistas en paro casi duplica al de hombres en España. En septiembre de 2011, había 6.469 mujeres en situación de desempleo frente a los 3.468 varones -APM-. ¿Opina que la crisis económica afecta más a las profesionales del sector de la comunicación que a los hombres?*

Pues no manejo cifras, pero estaría bien saber el porcentaje de hombres y mujeres periodistas y de estudiantes de periodismo. Lógicamente, con esas cifras parece que la mujer lo tiene más complicado, pero habría que ver cuántos periodistas son hombres y cuántos son mujeres.

## ENTREVISTA 2: ISABEL BARTOLOMÉ. Jefa de Informativos de la Cadena COPE en Alicante.

Años de experiencia en la profesión: 15

Años de experiencia en el actual cargo: 10

Situación familiar: Casada

Edad:39

Como ya le he avanzado, el objeto de esta entrevista es que nos hable -lo más sinceramente posible- desde su perspectiva en general, de la profesión periodística, y, particularmente, de la situación laboral de las mujeres y hombres periodistas en cargos de responsabilidad dentro de los medios de comunicación.

### **BLOQUE I: LOS PUESTOS DE DIRECCIÓN DENTRO DE UNA EMPRESA INFORMATIVA.**

*1-De manera breve, me gustaría que destacase cuáles son los puestos que se suelen considerar puestos de dirección en una emisora nacional de ámbito provincial-local.*

Dirección de la emisora, jefe de programas y jefe de informativos

*2-¿Cuáles son las principales responsabilidades y cualidades o destrezas que tiene que tener una persona para dirigir un medio de comunicación?*

Capacidad de trabajo, de reacción, conocimiento del entorno, capacidad del trabajo en equipo y paciencia.

*3-Tradicionalmente, dentro de la profesión, las mujeres han tenido y tienen, un acceso más difícil a estos puestos de dirección. ¿Cree que existe una diferente manera de liderar o de responsabilizarse de un medio dependiendo de si se es hombre o mujer? ¿Existen cualidades o armas diferentes? ¿Cuáles?*

No

*4-¿Tiene referencias de esta situación de dificultad que viven algunas periodistas para dirigir algún medio en el panorama actual? ¿Ha tenido jefas en algún momento de su carrera*

*profesional? Describa su experiencia lo más honestamente posible.*

El mayor problema sigue siendo la falta de tiempo porque las mujeres, digan lo que digan, siguen estando al frente de la familia y la casa en mayor proporción que los hombres.

Si he tenido jefas. Con una la experiencia no pudo ser peor y con otra fue todo bien. No depende de que la jefatura la tenga una mujer o un hombre, sino del tipo de persona. Puede ser igualmente de insatisfactorio o grato que sea un hombre o una mujer quien mande. También es verdad que las mujeres somos más “puñeteras” con nosotras mismas.

## **BLOQUE II: SITUACIÓN DE DISCRIMINACIÓN DENTRO DEL PERIODISMO**

*5-Según los datos del informe de 2009 de la Asociación de la Prensa de Madrid, los hombres acaparan el 76% de los puestos de dirección en nuestro país, mientras que las periodistas sólo ocupan el 24% de altos cargos, pese a que ellas representan casi la mitad de la profesión. Metiéndonos de lleno en la situación de las mujeres periodistas, en su escasa presencia en puestos de mando y dirección en los medios, ¿cuáles opina que son los principales obstáculos de las mujeres para acceder a estos cargos de responsabilidad?*

La inseguridad y el miedo de los hombres. Sigue habiendo machismo, del que, por ciento, se aprovechan muchas mujeres “listillas”.

*6-Dado el monopolio masculino en las jefaturas de medios en nuestro país, ¿piensa que las empresas tienden a asegurarse con aquello que conocen y les funciona y por ello recurren a colocar a hombres en puestos de dirección?*

Creo que no. Las mujeres tienen una mayor capacidad de trabajo, a mi juicio.

*7-¿Cree que las mujeres acceden en igualdad de condiciones que los hombres a esos puestos de responsabilidad, de dirección o piensa que las periodistas se ven obligadas a realizar un mayor esfuerzo o mostrar mejores capacidades para llegar ahí? ¿Piensa que las mujeres tienen que demostrar lo bien que lo hacen en mayor medida que sus colegas de profesión?*

Si. Sigue habiendo machismo y los hombres tienden a protegerse entre ellos.

*8-¿Considera que existe sexismo en la profesión periodística este sentido? ¿Se ha sentido “señalada” en alguna ocasión o se ha puesto en entredicho alguna de sus decisiones por el hecho de ser mujer?*

Si, alguna vez

*9-Es sabido que las largas jornadas laborales en esta profesión y, por tanto, la imposibilidad de conciliar las responsabilidades de la vida familiar y tener tiempo libre es la principal preocupación -según mismo informe de la APM- de los profesionales de este sector, especialmente de las mujeres. De hecho, son muchas las periodistas de primera línea que abandonan la profesión con motivo de una primera o segunda maternidad. Hable de la jornada habitual de los profesionales de su medio.*

Sabemos cuándo entramos, pero no cuándo salimos. Comenzamos sobre las 9 de la mañana y, si todo va bien, salimos sobre las ocho de la tarde. A veces no hay tiempo para comer. Cuando llegas a casa, también es posible que te toque salir en estampida porque pase algo y tengas que seguir trabajando.

*10-¿Ha tenido alguna vez que elegir entre su carrera profesional y su familia? ¿Y su pareja ha tenido que escoger? ¿Conoce casos de mujeres u hombres que se han visto en esta*

Mujeres sin poder en los medios de comunicación

*encrucijada o que han sido castigados por tratar de conciliar a través de reducciones de jornada, excedencias, etc?*

Yo no lo he vivido, pero conozco casos en que mujeres embarazadas, cuando han vuelto de la baja por maternidad han sido despedidas.

*11-Tras cumplirse cinco años de la puesta en marcha de la Ley de Igualdad, ¿cree que se han puesto en marcha programas o herramientas que permitan la conciliación de hombres y mujeres en este sector?*

Ni de coña!!!!Jajaaja

*12-¿Estima que liderazgo en un medio y conciliación son conceptos opuestos en un medio de comunicación?*

No

*13-Desde su experiencia como periodista, ¿piensa que se podría articular mejor el tema de los horarios en una emisora con la conciliación familiar y la gestión del tiempo libre? Indique algunas posibles medidas para compatibilizar trabajo en un diario, familia y vida más allá de la redacción.*

La solución pasaría por meter más personal en los medios.

*14-El periodismo es una profesión basada en lo imprevisto pero ¿considera realmente que son necesarias tantas horas presenciales al pie del cañón, más teniendo en cuenta las interminables opciones que nos ofrecen las nuevas tecnologías?*

No lo veo necesario

*15-Con su situación personal actual, ¿aceptaría un cargo más elevado en la escala de responsabilidad en su empresa? ¿Por qué?*

Si. Siempre se busca ir a más y el reconocimiento al trabajo.

### **BLOQUE III: BALANCE DEL PASADO, PRESENTE Y PREVISIONES DE FUTURO**

*16-De manera breve, ¿podría hacer un recorrido por el papel y la situación de la mujer periodista desde su perspectiva tomando como referencia su ingreso en esta profesión?*

La cosa va cambiando, aunque de forma muy lenta. Aún llama la atención que una mujer se ponga al frente de una redacción o de una emisora. Los hombres te siguen tomando en menos consideración y van de machitos.

*17-¿Nos puede realizar alguna previsión de futuro en lo que hace alusión a las mujeres como directivas de los medios de comunicación o en otros puestos de responsabilidad (jefas de informativo, redactoras jefas, jefas de sección..)?*

(No contesta)

*18-Las estructuras y dinámicas profesionales del sector periodístico han cambiado en los últimos años. El número de las periodistas en paro casi duplica al de hombres en España. En septiembre de 2011, había 6.469 mujeres en situación de desempleo frente a los 3.468 varones -APM-. ¿Opina que la crisis económica afecta más a las profesionales del sector de la comunicación que a los hombres?*

Mujeres sin poder en los medios de comunicación

Si, como siempre.

ENTREVISTA 3: MARÍA CÁCERES. Redactora de informativos de la Cadena SER- Radio Alicante.

Años de experiencia en la profesión: 13  
Años de experiencia en el actual cargo: 5  
Situación familiar: Separada con dos hijos  
Edad: 38

Como ya le he avanzado, el objeto de esta entrevista es que nos hable -lo más sinceramente posible- desde su perspectiva en general, de la profesión periodística, y, particularmente, de la situación laboral de las mujeres y hombres periodistas en cargos de responsabilidad dentro de los medios de comunicación.

**BLOQUE I: LOS PUESTOS DE DIRECCIÓN DENTRO DE UNA EMPRESA INFORMATIVA.**

*1-De manera breve, me gustaría que destacase cuáles son los puestos que se suelen considerar puestos de dirección en una emisora nacional de ámbito provincial-local.*

Hay un director de la emisora que ostenta la máxima responsabilidad en su ámbito, si bien también existe la figura de jefe de programas y de contenidos que es quien asume la responsabilidad y coordinación de los temas y contenidos de los diferentes espacios radiofónicos que se emiten desde la emisora. También hay un director comercial encargado de la publicidad. Ambos por debajo de la figura del director de la emisora

*2-¿Cuáles son las principales responsabilidades y cualidades o destrezas que tiene que tener una persona para dirigir un medio de comunicación?*

Es fundamental la capacidad de hacer equipo e implicar a todos los miembros que trabajan en un medio de comunicación en la labor que se desarrolla. Hay más. Quien dirige no es una mera figura con un cargo representativo, sino que debe conocer y valorar (que no fiscalizar) el trabajo de su equipo y asumir sus propias responsabilidades dentro de la gestión de la emisora

*3-Tradicionalmente, dentro de la profesión, las mujeres han tenido y tienen, un acceso más difícil a estos puestos de dirección. ¿Cree que existe una diferente manera de liderar o de responsabilizarse de un medio dependiendo de si se es hombre o mujer? ¿Existen cualidades o armas diferentes? ¿Cuáles?*

Está claro que cada uno deja su particular huella. ¿Diferencias por ser hombre o mujer? En los medios de comunicación en los que he trabajado el máximo responsable siempre ha sido un hombre, todos con una forma distinta de manejar el barco. También he coincidido con mujeres, jefas, que, es verdad, que de forma natural trataban de buscar una mayor conciliación de la vida familiar y laboral. ¿Siempre pasa eso? Seguro que también hay excepciones...

*4-¿Tiene referencias de esta situación de dificultad que viven algunas periodistas para dirigir algún medio en el panorama actual? ¿Ha tenido jefas en algún momento de su carrera profesional? Describa su experiencia lo más honestamente posible.*

Como he señalado, en los medios de comunicación en los que he trabajado (al margen de

medios de comunicación he desarrollado mi trabajo en un gabinete de prensa para la administración) todos los directores han sido hombres. Sin embargo, en la redacción de informativos, según la época, el número de periodistas mujeres superaba al de los compañeros varones. En el caso de la administración, en mi experiencia, la responsabilidad sí ha recaído en mujeres... el plano personal quizá, toma otra dimensión para tratar de buscar una mayor conciliación entre el trabajo y la vida familiar, sin por supuesto descuidar las responsabilidades que uno debe asumir y dar respuesta en el día a día del gabinete de prensa . A veces esto supone una mayor implicación. La decisión de que sea un hombre o una mujer quien dirija un medio de comunicación (también en otros ámbitos) la toman principalmente hombres, ¿no?

### **BLOQUE II: SITUACIÓN DE DISCRIMINACIÓN DENTRO DEL PERIODISMO**

**5-***Según los datos del informe de 2009 de la Asociación de la Prensa de Madrid, los hombres acaparan el 76% de los puestos de dirección en nuestro país, mientras que las periodistas sólo ocupan el 24% de altos cargos, pese a que ellas representan casi la mitad de la profesión. Metiéndonos de lleno en la situación de las mujeres periodistas, en su escasa presencia en puestos de mando y dirección en los medios, ¿cuáles opina que son los principales obstáculos de las mujeres para acceder a estos cargos de responsabilidad?*

Bueno, como decía, son fundamentalmente hombres los que mandan, ¿no? Son ellos los que deciden quien va a seguir dirigiendo. Y pocos optan por el cambio. Y la mayoría piensa que una mujer va a ser más irregular o menos “rentable” por sus responsabilidades familiares (que por cierto, también son de ellos). A veces nosotras mismas “renunciamos” porque optamos por ser madres y cuidar de nuestros hijos. ¿Es justo que esta opción limite una carrera profesional? Es lo que ha estado pasando a lo largo de la historia... También ocurre a la inversa. Mujeres que renuncian a tener hijos (o más hijos) por la dificultad de conciliar la profesión periodística con el cuidado de los mismos. Tampoco significa que les suponga un futuro ascenso

**6-***Dado el monopolio masculino en las jefaturas de medios en nuestro país, ¿piensa que las empresas tienden a asegurarse con aquello que conocen y les funciona y por ello recurren a colocar a hombres en puestos de dirección?*

En ese monopolio masculino, insisto, pocos optan por el cambio

**7-***¿Cree que las mujeres acceden en igualdad de condiciones que los hombres a esos puestos de responsabilidad, de dirección o piensa que las periodistas se ven obligadas a realizar un mayor esfuerzo o mostrar mejores capacidades para llegar ahí? ¿Piensa que las mujeres tienen que demostrar lo bien que lo hacen en mayor medida que sus colegas de profesión?*

La profesión periodística requiere esfuerzo, para ellas y para ellos también. Tu trabajo todos los días se pone sobre la mesa, sobre el papel, en antena... pero no hay duda, las mujeres deben demostrar esa valía en mayor medida.

**8-***¿Considera que existe sexismo en la profesión periodística en este sentido?*

Sí, pienso que, como en la sociedad, también en esta profesión, a pesar de que se ha avanzado mucho, existe ese sexismo

**9-***Es sabido que las largas jornadas laborales en esta profesión y, por tanto, la imposibilidad de conciliar las responsabilidades de la vida familiar y tener tiempo libre es la principal preocupación -según mismo informe de la APM- de los profesionales de este sector, especialmente de las mujeres. De hecho, son muchas las periodistas de primera línea que*

## Mujeres sin poder en los medios de comunicación

*abandonan la profesión con motivo de una primera o segunda maternidad. Hable de la jornada habitual de los profesionales de su medio.*

Es una circunstancia que ya he apuntado. Los horarios son muy complicados en esta profesión. Jornadas maratónicas en muchos casos y fin de la jornada laboral a unas horas nada compatibles con el cuidado de los hijos. En el caso de las emisoras, tal vez, es algo menos drástico, pero los horarios también resultan difíciles. Jornada continuada en el caso del turno de matinal. Si no, desde las diez de la mañana a las dos y media, para volver de cinco y media hasta las ocho (en el ejercicio de la profesión los horarios no son del todo fijos).

**10-¿Ha tenido alguna vez que elegir entre su carrera profesional y su familia? ¿Y su pareja ha tenido que escoger? ¿Conoce casos de mujeres u hombres que se han visto en esta encrucijada o que han sido castigados por tratar de conciliar a través de reducciones de jornada, excedencias, etc?**

Claro que conozco casos, no son pocos, y es más habitual de lo que creemos en la profesión periodística. Compañeras que por pedir la jornada reducida para cuidar a sus hijos han sido las primeras señaladas cuando los EREs han acechado. Luego volver es complicado. Los horarios y el trabajo dificultan el cuidado y la dedicación a los pequeños. En mi caso, sí he retrasado la maternidad ante dicha incompatibilidad. También otras compañeras periodistas (también compañeros) que conozco no tienen más hijos porque es difícil la conciliación

**11-Tras cumplirse cinco años de la puesta en marcha de la Ley de Igualdad, ¿cree que se han puesto en marcha programas o herramientas que permitan la conciliación de hombres y mujeres en este sector?**

Determinados convenios van avanzando en esa dirección, pero luego a la hora de la verdad también existe cierto temor a la pérdida de un puesto de trabajo

**12-¿Estima que liderazgo en un medio y conciliación son conceptos opuestos en un medio de comunicación?**

No....

**13-Desde su experiencia como periodista, ¿piensa que se podría articular mejor el tema de los horarios en una emisora con la conciliación familiar y la gestión del tiempo libre? Indique algunas posibles medidas para compatibilizar trabajo en un diario, familia y vida más allá de la redacción.**

Esta profesión es vocacional y está sujeta a muchos imprevistos. También todo gira en torno a los espacios en directo, éstos son fijos y los horarios se ajustan en función de la hora de los informativos. Ahora bien, sí son viables los horarios para la conciliación, empezando por la jornada continuada

**14-El periodismo es una profesión basada en lo imprevisto pero ¿considera realmente que son necesarias tantas horas presenciales al pie del cañón, más teniendo en cuenta las interminables opciones que nos ofrecen las nuevas tecnologías?**

Es importante la interacción con la calle, el trabajo en equipo con la redacción y la emisión en directo te marca unos horarios... pero a veces las tecnologías permiten no tener que depender tanto de estar en la emisora y poder enviar las informaciones o declaraciones desde el exterior con el consiguiente ahorro en tiempo

**15-***Con su situación personal actual, ¿aceptaría un cargo directivo en su empresa? ¿Por qué?*

Probablemente en estos momentos no. Ahora lo que más necesito es poder pasar más tiempo con mis hijos de uno y cuatro años y si el puesto supone renunciar aún más a la conciliación no lo aceptaría

### **BLOQUE III: BALANCE DEL PASADO, PRESENTE Y PREVISIONES DE FUTURO**

**16-***De manera breve, ¿podría hacer un recorrido por el papel y la situación de la mujer periodista desde su perspectiva tomando como referencia su ingreso en esta profesión?*

Ser periodista y mujer. Con suerte, comienzas a trabajar poco después de acabar la carrera (en estos tiempos es más complicado). Trabajo intenso y muy bonito, de dedicación absoluta como redactora. Esa dedicación es verdad que va retrasando la decisión de formar una familia por las dificultades de conciliar los dos ámbitos. En mi caso, me quedé embarazada en el período en el que trabajé en un gabinete de prensa donde los horarios también eran difíciles, pero se trataba de buscar alternativas para poder estar con los pequeños. En estos momentos, cuentas con los abuelos para ajustar esas horas en las que estás trabajando. Espero que se puedan buscar alternativas

**17-***¿Nos puede realizar alguna previsión de futuro en lo que hace alusión a las mujeres como directivas de los medios de comunicación o en otros puestos de responsabilidad?*

Todavía tiene que pasar tiempo para que se normalice la asunción de la dirección por parte de mujeres. Sobre todo en puestos de dirección donde los hombres, como ha quedado patente, son los que deciden en un alto porcentaje. Las mujeres tienen que demostrar con más ahínco que son válidas para los puestos de dirección y es difícil que esta mentalidad cambie a corto plazo

**18-***Las estructuras y dinámicas profesionales del sector periodístico han cambiado en los últimos años. El número de las periodistas en paro casi duplica al de hombres en España. En septiembre de 2011, había 6.469 mujeres en situación de desempleo frente a los 3.468 varones -APM-. ¿Opina que la crisis económica afecta más a las profesionales del sector de la comunicación que a los hombres?*

Pienso que sí. Las empresas siguen discriminando a las mujeres a la hora de la contratación y en estos tiempos, si una persona se queda en paro, si es mujer, tendrá más dificultades a la hora de volver a ser contratada. Y más si tiene cargas familiares

#### ENTREVISTA 4: LAURA VILANOVA PELLUCH. Periodista, experta en género y ex-jefa de sección del Diario Las Provincias de Alicante

Años de experiencia en la profesión:19

Años de experiencia en el actual cargo:

Situación familiar: casada y con un hijo

Edad:43 años

Como ya le he avanzado, el objeto de esta entrevista es que nos hable -lo más sinceramente posible- desde su perspectiva en general, de la profesión periodística, y,

## Mujeres sin poder en los medios de comunicación

particularmente, de la situación laboral de las mujeres y hombres periodistas en cargos de responsabilidad dentro de los medios de comunicación.

### **BLOQUE I: LOS PUESTOS DE DIRECCIÓN DENTRO DE UNA EMPRESA INFORMATIVA.**

*1-De manera breve, me gustaría que destacase cuáles son los puestos que se suelen considerar puestos de dirección en un periódico de ámbito provincial-local.*

La dirección, subdirector-a, redactor-a jefe-a, jefe-a de sección o jefe-a de área.

*2-¿Cuáles son las principales responsabilidades y cualidades o destrezas que tiene que tener una persona para dirigir un medio de comunicación?*

Lo principal, como en cualquier organización o trabajo, creo que es indispensable tener empatía, llevarte bien y conocer a las personas con las que trabajas. Al tratarse de un medio de comunicación es indispensable contar con una buena agenda y dotes de organización, así como con una rápida capacidad de respuesta ante cualquier imprevisto. Estamos hablando de noticias y lo que hay previsto puede cambiar en cualquier momento. También es importante tener disponibilidad, lo que no significa estar siempre en el puesto de trabajo.

*3-Tradicionalmente, dentro de la profesión, las mujeres han tenido y tienen, un acceso más difícil a estos puestos de dirección. ¿Cree que existe una diferente manera de liderar o de responsabilizarse de un periódico dependiendo de si se es hombre o mujer? ¿Existen cualidades o armas diferentes? ¿Cuáles?*

No lo tengo muy claro porque, como dices, las mujeres que lideran medios de comunicación son las menos. Conozco casos como el de la directora de la Voz de Cádiz que adoptó determinadas medidas que creo que nunca se le habrían ocurrido a un hombre. Se trata de medidas vinculadas con la conciliación de la vida personal y laboral. Por ejemplo, sustituyó las comidas de trabajo por desayunos. Son aspectos que mejoran la satisfacción de los empleados y, por tanto, la buena marcha del medio de comunicación. También creo que, en general, las mujeres nos interesamos más por la persona, por todo su entorno y tenemos más capacidad de conectar con los empleados.

*4-¿Tiene referencias de esta situación de dificultad que viven algunas periodistas para dirigir algún medio en el panorama actual? ¿Ha tenido jefas en algún momento de su carrera profesional? Describa su experiencia lo más honestamente posible.*

La mayor dificultad más que del sexo viene de la situación civil en la que se encuentra el-la periodista. Me explico, existen multitud de directores o responsables de medios de comunicación que son hombres y padres. Sin embargo, existen pocas mujeres-madres al frente de un medio de comunicación.

Si he tenido jefas. Mi experiencia fue agri dulce porque nos estrenábamos las dos: yo como periodista al frente de una sección y ella como jefa de sección. Fue duro, pero creo que más por la inexperiencia de ambas que porque ella fuera mujer.

### **BLOQUE II: SITUACIÓN DE DISCRIMINACIÓN DENTRO DEL PERIODISMO**

*5-Según los datos del informe de 2009 de la Asociación de la Prensa de Madrid, los hombres acaparan el 76% de los puestos de dirección en nuestro país, mientras que las periodistas sólo ocupan el 24% de altos cargos, pese a que representan casi la mitad de la profesión. Metiéndonos de lleno en la situación de las mujeres periodistas, en su escasa presencia en puestos de mando y dirección en los periódicos, ¿cuáles opina que son los principales obstáculos de las mujeres para acceder a estos cargos de responsabilidad?*

## Mujeres sin poder en los medios de comunicación

El principal obstáculo de la mujer es, sin duda, la maternidad. Cuando la mujer llega a la treintena es cuando está en la cúspide de su carrera y cuando se plantea también tener hijos. Y el problema es que se ve obligada a elegir. Los hombres no. Eso es una injusticia se mire por donde se mire. Es una situación heredada y originada por la sociedad patriarcal a la que le conviene adjudicar a la mujer las labores del cuidado. Ahora, con la crisis, hemos de estar alerta si no queremos que nos devuelvan otra vez al hogar.

*6-Dado el monopolio masculino en las jefaturas de medios en nuestro país, ¿piensa que las empresas tienden a asegurarse con aquello que conocen y les funciona y por ello recurren a colocar a hombres en puestos de dirección?*

No. Creo que es más una situación de no complicarse la vida con problemas familiares. Es mi opinión, aunque puede que también haya un componente de tradición difícil de cambiar.

*7-¿Cree que las mujeres acceden en igualdad de condiciones que los hombres a esos puestos de responsabilidad, de dirección o piensa que las periodistas se ven obligadas a realizar un mayor esfuerzo o mostrar mejores capacidades para llegar ahí? ¿Piensas que las mujeres tienen que demostrar lo bien que lo hacen en mayor medida que sus colegas de profesión?*

La mujer nunca puede bajar la guardia porque siempre habrá algún “colega” para recriminárselo. Desde luego, pienso que a la mujer se le exige más por el mero hecho de serlo que a los hombres. Es como a las políticas. Se les mira hasta la talla del zapato que usan, cuando nunca nos hemos fijado en lo que cuesta un traje de chaqueta de un político. Es bastante injusto y, si lo piensas bien, muy absurdo.

*8-¿Consideras que existe sexismo en la profesión periodística este sentido?*

Si. En el periodismo todavía hay mucho jefe de la vieja guardia que considera que la mujer en la dirección es un florero y que queda bien. Yo he sufrido algún jefe de este tipo.

*9-Es sabido que las largas jornadas laborales en esta profesión y, por tanto, la imposibilidad de conciliar las responsabilidades de la vida familiar y tener tiempo libre es la principal preocupación -según mismo informe de la APM- de los profesionales de este sector, especialmente de las mujeres. De hecho, son muchas las periodistas de primera línea que abandonan la profesión con motivo de una primera o segunda maternidad. Hable de la jornada habitual de los profesionales de su medio.*

La jornada es de total disponibilidad. El problema es que, al menos en el último medio en el que yo trabajé, te obligan a estar por si pasa algo. Y me parece absurdo en un momento en el que las nuevas tecnologías permiten estar conectado todo el tiempo. Con un poco de organización no se quemaría tanto al profesional que, aunque vive su profesión, también necesita de tiempo para la vida personal.

*10-¿Ha tenido alguna vez que elegir entre su carrera profesional y su familia? ¿Y su pareja ha tenido que escoger? ¿Conoce casos de mujeres u hombres que se han visto en esta encrucijada o que han sido castigados por tratar de conciliar a través de reducciones de jornada, excedencias, etc?*

Elegí cuando decidí ser madre. A partir de entonces, perdí la jefatura de sección y al solicitar una reducción de jornada soporté los malos modos de mi jefe y, por lamentable que parezca, también de algunos compañeros-as que no comprendían mi situación. Al final, me plantearon el despido en plena baja laboral por depresión. Como a mí, despidieron a dos compañeros que se habían acogido a una reducción de jornada por maternidad.

*11-Tras cumplirse cinco años de la puesta en marcha de la Ley de Igualdad, ¿cree que se*

## Mujeres sin poder en los medios de comunicación

*han puesto en marcha programas o herramientas que permitan la conciliación de hombres y mujeres en este sector?*

No. Las medidas de conciliación se han basado en la reducción de jornada y para lo único que han servido es para apartar a las mujeres periodistas madres de las redacciones. Creo que hace falta que se trabaje en la corresponsabilidad sino las mujeres siempre serán las perdedoras.

*12-¿Estima que liderazgo en un medio y conciliación son conceptos opuestos en un medio de comunicación?*

Hoy por hoy y tal y como se plantea la conciliación y el periodismo sí. Pero no tienen por qué ser opuestos si se trabaja en ello.

*13-Desde su experiencia en un cargo de responsabilidad, ¿piensa que se podría articular mejor el tema de los horarios en un periódico con la conciliación familiar y la gestión del tiempo libre? Indique algunas posibles medidas para compatibilizar trabajo en un diario, familia y vida más allá de la redacción.*

Claro que se podría. Hay que hacer equipos de trabajo y turnos para que la redacción nunca quede desatendida. Está claro que hay días en los que es imposible, pero son los menos. La mayor parte del tiempo es fácil organizar el trabajo contando con un buen equipo de cierre que podría tener carácter rotatorio.

*14-El periodismo es una profesión basada en lo imprevisto pero ¿considera realmente que son necesarias tantas horas presenciales al pie del cañón, más teniendo en cuenta las interminables opciones que nos ofrecen las nuevas tecnologías?*

-No. Como ya he explicado antes no son necesarias, es un tema de costumbre. Y creo, además, que se siguen haciendo estas jornadas porque los medios los dirigen los hombres.

*15-Con su situación personal actual, ¿aceptaría un cargo directivo en un medio? ¿Por qué?*

Lo aceptaría para intentar hacer más fácil la vida personal de los periodistas. Si me dejaran organizar el sistema de trabajo sí. Si se tratara de olvidar a mi hijo, no.

### **BLOQUE III: BALANCE DEL PASADO, PRESENTE Y PREVISIONES DE FUTURO**

*16-De manera breve, ¿podría hacer un recorrido por el papel y la situación de la mujer periodista desde su perspectiva tomando como referencia su ingreso en esta profesión?*

Las mujeres periodistas desde los años 80-90 han ingresado con fuerza en las redacciones. Se cuenta con ellas para el trabajo de calle, para la redacción y la organización de áreas, pero cuando llegan a los 35-40 años son muchas las que dejan la primera línea de la profesión porque buscan puestos de trabajo que les permitan compatibilizar la vida profesional con la personal. Por eso, son pocas las que acceden a los cargos de dirección.

*17-¿Nos puede realizar alguna previsión de futuro en lo que hace alusión a las mujeres como directivas de los medios de comunicación o en otros puestos de responsabilidad?*

Es difícil porque la crisis lo ha trastocado todo. Creo que las mujeres tenemos más armas para hacer frente a la crisis porque nos toca estar siempre demostrando que trabajamos bien. Quizás sea una oportunidad para aplicar nuestro ingenio y que la sociedad se dé cuenta que es conveniente contar con el otro 50% de la población.

## Mujeres sin poder en los medios de comunicación

*18-Las estructuras y dinámicas profesionales del sector periodístico han cambiado en los últimos años. El número de las periodistas en paro casi duplica al de hombres en España. En septiembre de 2011, había 6.469 mujeres en situación de desempleo frente a los 3.468 varones -APM-. ¿Opina que la crisis económica afecta más a las profesionales del sector de la comunicación que a los hombres?*

Todavía no tengo datos, pero creo que hasta ahora (con la reforma laboral se ha equiparado) era más fácil despedir a las periodistas porque tenían contratos más precarios. También es verdad que, en general, las mujeres tienen mucho que perder con la desaparición del estado de bienestar. Si se quitan servicios básicos como la atención a la dependencia o la ayuda a las escuelas infantiles es difícil que la mujer trabaje fuera de casa porque las tareas de cuidado siguen recayendo sobre ellas. Creo que la crisis pasa factura a todos, pero puede que hasta el momento haya sido más virulenta con las mujeres periodistas que con los hombres.