



FACULTAD DE CIENCIA POLÍTICA
Y RELACIONES INTERNACIONALES

UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO

- Licenciatura en Comunicación Social -

Género y producción informativa en la provincia de Santa Fe. Radiografía actual del trabajo de mujeres y varones en las redacciones.



Ilustración de Carla Berrocal (<http://www.carlaberrocal.com/>)

Lucía Anahí Figueroa.

Directora: Florencia Rovetto.

Rosario, 02 de Junio de 2016.

Índice:

AGRADECIMIENTOS	3
INTRODUCCIÓN	4
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO Y ANTECEDENTES	9
1. Género y división sexual del trabajo.....	9
2. Segregación laboral en los medios	12
3. Conciliación vida familiar – trabajo	16
4. La brecha salarial en la profesión periodística.....	20
5. Feminización de la matrícula ¿feminización de la profesión?	22
CAPITULO II: CONTEXTO.....	27
1. Regulaciones sobre el derecho a la comunicación con perspectiva de género.	27
a) Derecho internacional	27
b) Derecho nacional	29
2. Hacia una radiografía de la profesión periodística	35
a) La profesión periodística en Argentina.....	35
b) Mapa de medios de la provincia de Santa Fe	38
CAPÍTULO III: ESTRATEGIA METODOLÓGICA Y ANÁLISIS	41
1. Metodología.....	41
a) Encuesta: Variables y ejes	42
2. Resultados de la investigación: análisis de la encuesta	45
a) Datos sociodemográficos y de hogar.....	45
b) Situación laboral.....	46
c) Techo de cristal, brecha salarial y feminización de la profesión periodística.	47
d) Capacitación y formación con perspectiva de género.....	53
CAPÍTULO IV: CONSIDERACIONES FINALES	55
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:.....	60

AGRADECIMIENTOS *ineludibles e imprescindibles*

A Florencia Laura Rovetto, gran referente y compañera, su inconmensurable paciencia, tenacidad, compromiso y lucidez.

A mis padres, el aguante incondicional, el enseñarme a luchar, a amar y sobre todo a amar la libertad.

A Noe, la primer hermandad. Las risas y los enojos, los manejes, los buenos y malos consejos, que la pasión nunca es gratis pero siempre lo vale.

A Flor, Lola, Ama, Bere, la segunda hermandad. El valipower, otro modo de empoderarnos y querernos.

A las otras hermandades: al Pampi, la formación con convicción en sueños colectivos y rebeldía organizada. A la MalaJunta, el feminismo que nos vive cagando y salvando la vida. Al CIFEG (Lucho, Luciana, Ani, Mariángeles y compas de ayudantía), los desafíos académicos y el desafío a la academia.

A la Universidad Pública que nos parió, la crítica.

A amigos, hermanes elegidos, amores, que me rodean y con les que rodamos bares, calles, plazas, casas y camas. Mención especial al bloque histérico, la comunidad de la sexta, el monkeyworld, el club de clubes, etc.

A las pepas, las juanas, las mirabal, las ángelas, las lohanas, las simonas, las alejandras, las violetas, las madres, las abuelas, y las nietas de todas las brujas que nunca pudieron quemar, la irreverencia.

Para ser mariposas, hace falta coraje, pero sobretodo contar con personas e ideas como estas, que brindan el aliento necesario para comenzar a batir alas.

*“El tiempo de la revolución es ahora, porque a la cárcel no volvemos nunca más.
Estoy convencida de que el motor de cambio es el amor (...).”*

Lohana Berkins, 2015

INTRODUCCIÓN

Esta investigación se centra en el campo de la profesión periodística para indagar los modos en que se manifiesta la desigualdad de género en las estructuras de las organizaciones sociolaborales de los medios de comunicación de la provincia de Santa Fe. Aquí nos proponemos¹ llevar adelante un trabajo que contribuya a problematizar y reflexionar sobre este particular sector laboral en dos direcciones estrechamente relacionadas: por un lado, procuramos profundizar el diagnóstico sobre la situación laboral de quienes son profesionales del periodismo en la provincia, diagnóstico iniciado en un proyecto de investigación precedente²- y por otro, analizar las percepciones de lxs³ profesionales en torno a las formas en que se produce, en sus lugares de trabajo, una discriminación basada en el género. Para ello, atendemos a una serie de dimensiones que indagan sobre la percepción de dicha desigualdad, vinculándolas a los modos en que se produce una conciliación entre vida familiar y trabajo periodístico, y la presencia o no de capacitaciones relacionadas con la perspectiva de género, como variables de análisis (Papí Gálvez, 2008).

Partimos de considerar que en el ámbito de trabajo periodístico se reproducen mecanismos de segregación laboral basada en el género, los cuales hacen evidentes los desequilibrios e inequidades asociadas a la *división sexual del trabajo* (Pateman, 1995), asignando roles y funciones diferenciales a mujeres y varones en las estructuras y prácticas laborales, incluso en las que se desarrollan dentro de los medios de comunicación (López Diez, 2004).

A su vez, esta investigación se inscribe en el contexto de los debates actuales sobre género, sexo y sexualidades, en su cruce con medios de comunicación, los cuales han

¹ El uso de la primera persona del plural se debe a que los conocimientos articulados en esta tesina se

² Esta tesina se origina a partir de las exploraciones formativas iniciadas en el marco del proyecto de investigación llevado adelante por la Dra. Florencia Rovetto “Prácticas de producción periodística, diferencias de género y distribución de poder en los medios informativos de la provincia de Santa Fe”, en el marco de CONICET – CIM – CIFEG, Facultad de Ciencia Política y RR II (UNR).

³ La utilización de la letra “x” en reemplazo del artículo genérico masculino propio de la lengua castellana es un recurso de la escritura feminista no sexista que busca contemplar en la enunciación no sólo a las identidades que se reconocen dentro del dimorfismo varón/mujer sino también a las identidades transexuales, intersex, travestis y otras.

adquirido una relevancia creciente en las últimas décadas a nivel internacional y—más tardíamente— nacional, como un problema de derechos y de política pública (Chaher, 2014; Elizalde, 2007).

Es por ello que desde esta perspectiva también, nos proponemos realizar un recorrido que aporte, inicialmente, a una necesaria sistematización del estado de la cuestión sobre comunicación, género y trabajo de mujeres en medios, incluyendo antecedentes locales e internacionales sobre la temática.

A su vez, incluimos como determinantes contextuales de esta indagación los principios normativos relativos a la regulación de los contenidos mediáticos aportados por dos leyes de alcance nacional, sancionadas en el año 2009: la de *Servicios de Comunicación Audiovisual* (Nº 26.522)⁴ y la de *Protección Integral para prevenir, sancionar, y erradicar la violencia contra las mujeres en los ámbitos en que desarrolle sus relaciones interpersonales* (Nº 26.485). Estas normativas recomiendan promover el derecho a la comunicación y la igualdad de oportunidades en el acceso a la producción de contenidos, pero también, en el caso de la Ley 26.485, su articulado advierte sobre aspectos generadores de inequidad social como la *discriminación en función de género, el sexismo, la violencia simbólica y segregación laboral* en los medios de comunicación. Todas estas categorías, abordadas en ambas leyes⁵, constituyen diacríticos insoslayables para trabajar el campo problemático delimitado y serán retomados en el apartado analítico de nuestra investigación.

⁴ Si bien el trabajo de campo se llevó adelante durante un periodo en el que Ley 26.522 se encontraba vigente —a pesar de las limitaciones de su real implementación— debemos resaltar que en diciembre de 2015 la, popularmente conocida, *Ley de medios* fue modificada por el Decreto de Necesidad y Urgencia 267/2015, firmado por el actual jefe del ejecutivo nacional, Mauricio Macri. Esta modificación, a nuestro entender, ha implicado un retroceso en materia de derechos e interrumpido el desarrollo de políticas públicas y legislaciones que pugnen por la democracia, la igualdad y la pluralidad de voces que, en muchos casos, tomaban como eje principal de actuación el problema de las desigualdades de género. Recordamos que de las discusiones previas y su redacción final participaron organizaciones nacionales e internacionales que trabajan por la igualdad de oportunidades y la inclusión de la perspectiva de género en su articulado, tales como Red PAR, el Consejo Nacional de la Mujer (CNM), del Instituto Nacional contra la Discriminación, la Xenofobia y el Racismo (INADI), entre otras organizaciones, instituciones y medios alternativos/comunitarios.

⁵ En adelante mencionaremos ambas leyes modo sintético, tal como se las conoce coloquialmente: para el caso de la 25.522, “Ley de medios” y para el caso de la 26.485 “Ley contra la violencia de género”.

Con este trabajo pretendemos abordar algunas preguntas iniciales: ¿Cuál es la percepción que tienen mujeres y varones que trabajan en los medios sobre los modos en que se dan las relaciones sociolaborales y la distribución de poder en su ámbito de trabajo? ¿Qué lugares ocupan las mujeres dentro de las estructuras organizativas de los medios periodísticos de la provincia? ¿En qué medida la estructura familiar afecta al desarrollo profesional de mujeres y varones en el campo del periodismo? ¿Existe la formación en perspectiva de género para aquellas personas que desarrollan sus prácticas laborales en las redacciones informativas de estos medios?

A partir de estas preguntas iniciales podemos elaborar como hipótesis de trabajo el siguiente enunciado: si bien las leyes mencionadas refieren en sus articulados al problema de la equidad de género en los medios de comunicación y promueven el acceso igualitario de mujeres y varones a los ámbitos de producción de contenidos (informativos, publicitarios, de ficción, etc.); en las organizaciones sociolaborales mediáticas persisten factores que reproducen o profundizan desigualdades basadas en un ordenamiento social sexuado propio del sistema patriarcal⁶. Esta segregación ocupacional, en los medios de nuestra provincia, se manifestaría en términos de categorías ocupacionales jerárquicamente estructuradas, dentro de las cuales existiría una mayor dificultad para las mujeres que para los varones de acceder a los cargos superiores.

A partir de la hipótesis planteada nos proponemos como objetivo general analizar los modos en que se manifiesta dicha segregación laboral basada en el género dentro de los escenarios y las prácticas periodísticas que se dan en los medios de comunicación de la provincia de Santa Fe. De este propósito general se desprenden los siguientes objetivos específicos:

- Describir los lugares asignados en las organizaciones sociolaborales de los medios de comunicación a mujeres y varones periodistas.

⁶ Las primeras referencias sobre patriarcado las podemos encontrar en autoras como Kate Millet (1975), Gayle Rubin (1986), S. Firestone (1976); autoras pertenecientes a lo que se ha dado a llamar la segunda ola del feminismo: feminismo de la diferencia o feminismo radical. Más adelante en esta investigación profundizaremos sobre este concepto.

- Diagnosticar la percepción de mujeres y varones sobre los modos en que se distribuyen las tareas, cargos y funciones en las redacciones periodísticas.
- Determinar el modo en que la estructura familiar afecta el desarrollo de la profesión periodística ponderando las dificultades de conciliación para mujeres y varones.
- Evaluar la existencia o no de capacitaciones relacionadas con la perspectiva de género en la formación periodística y analizar sus consecuencias, desde la perspectiva de las personas que trabajan en dichos medios.

Estos objetivos, así como las preguntas desarrolladas más arriba, se llevaran a cabo a partir del procesamiento de una encuesta anónima realizada durante el año 2015, la cual fue completada por periodistas de distintas ciudades de la provincia de Santa Fe.

Antes de distribuir la encuesta confeccionada en una plataforma online⁷, realizamos una primera etapa de indagación con entrevistas en profundidad dirigidas a mujeres periodistas de la provincia que nos proporcionaron sus percepciones sobre el tema abordado y facilitaron datos para confeccionar la encuesta que finalmente distribuimos de manera masiva. Asimismo, las periodistas entrevistadas durante la primera etapa, algunas de las cuales tenían participación activa en el Sindicato de Prensa de Rosario, nos facilitaron los correos electrónicos de gran cantidad de periodistas distribuidos en toda la provincia. Posteriormente, las encuestas fueron realizadas de manera autoadministrada vía un formulario web enviado al correo electrónico a más de quinientos profesionales.

El documento se compone de seis secciones. En la primera se presentan brevemente los antecedentes que conforman el marco teórico de referencia utilizado para definir las hipótesis de trabajo. En la segunda se contextualiza la investigación a partir del análisis de los marcos legales que incluyen en sus articulados regulaciones sobre la problemática trabajada. La tercera sección está dedicada a comentar las principales características de la encuesta que se utiliza como fuente de información y que nos permite caracterizar el problema bajo estudio. En las secciones siguientes se presenta el análisis de los

⁷ Decidimos hacer uso del Formulario Web de Google Drive (disponible en <https://docs.google.com/forms/>), debido a su gratuidad, accesibilidad y a la rapidez con que permite procesar los datos registrados; a estas características se suma un reconocido uso académico de dicha plataforma desarrollado durante los últimos años en diversas casas de estudio.

resultados. La última sección está destinada a presentar las consideraciones finales y poner en perspectiva las posibles proyecciones de este trabajo exploratorio.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO Y ANTECEDENTES

1. Género y división sexual del trabajo.

Para referirnos al desarrollo de la problemática enunciada en la introducción, consideramos necesario atender al uso del concepto de género relevando sus principales derivas teórico-metodológicas en el campo de los estudios de comunicación.

Al revisar la definición más extendida de esta categoría conceptual podemos establecer que *género* refiere a una construcción social, cultural e histórica que define y da sentido a la sexualidad, conformando un sistema de poder que opera a través de normas, tradiciones, estereotipos, que se producen y reproducen en los discursos públicos que circulan en las instituciones sociales. Estos estereotipos habilitan o delimitan determinadas conductas esperables, prácticas y esquemas de percepción de lxs individuos (Scott, 1986).

Estudios recientes sostienen que incluso el mismo proceso de sexuación es parte de la constitución social del género. Sobre este punto resultan fundamentales los desarrollos teóricos de Butler (1990) según quien:

“el género no es a la Cultura, lo que el sexo a la Naturaleza, (sino que) el género también es el medio discursivo cultural mediante el cual la “naturaleza sexuada” o “el sexo natural” se produce y establece como pre-discursivo, previo a la cultura, una superficie políticamente neutral sobre la que la cultura actúa” (Butler, 1990, en Fabbri, 2013: 71).

En sus múltiples acepciones, el concepto de género nos sirve para visualizar el lugar de los medios de comunicación como constructores de estereotipos, pautas y conductas que se esperan por parte de varones y mujeres; y como un espacio donde se reproduce la división de tareas según estos estereotipos de género.

A partir de esta concepción, se considera al género como el resultado de un proceso de socialización que se encuentra enmarcado dentro de un sistema de relaciones de poder como es el *patriarcado*, concepto que sostiene su eficacia en la actualidad debido a que:

“a través del mismo se ha logrado instalar que las relaciones de poder entre los sexos responden a un sistema de organización social que, más allá de las variantes en función del contexto histórico y cultural, se mantiene vigente reproduciendo las desigualdades de poder” (Fabbri, 2013: 76).

El *patriarcado*, en tanto sistema, se asienta en la producción de estos estereotipos de género, organizando sentidos sociales en función de una determinada *división sexual del trabajo*. Esta división, a su vez, se asienta en la ponderación de determinadas características masculinas, valorando positivamente las tareas históricamente destinadas a los varones (Pateman, 1995). Dentro de esta división sexual, se niega el acceso a las mujeres a determinadas áreas de trabajo, sobre todo las referidas a la esfera pública donde se disputa poder y se desarrollan aquellas actividades más valoradas socialmente.

A pesar de la participación creciente de las mujeres en el mercado asalariado y de su incorporación al trabajo en los medios de comunicación, aún pueden observarse mecanismos de reproducción de la división sexual del trabajo, según demuestran estudios inspirados, fundamentalmente, en los aportes teóricos de Carol Pateman (1995) sobre el concepto de *división sexual del trabajo*. Retomamos, además, los aportes de Federici (2004), quien para historizar este concepto realiza un relato a través del cual revisa la noción de *acumulación originaria* del capital como la base de un nuevo orden patriarcal. En *Calibán y la Bruja* (2004), la autora señala que las mujeres fueron forzadas, en determinado momento de la historia, a convertirse en las sirvientas de la fuerza de trabajo masculina, posibilitando así el surgimiento del capitalismo.

“Sobre esta base pudo imponerse una nueva división sexual del trabajo que diferenció no sólo las tareas que las mujeres y los hombres debían realizar, sino sus experiencias, sus vidas, su relación con el capital y con otros sectores de la clase trabajadora. De este modo, al igual que la división internacional del trabajo, la división sexual del trabajo fue, sobre todo, una relación de poder, una división dentro de la fuerza de trabajo, al mismo tiempo que impulsó a la acumulación capitalista” (Federici, 2004: 176).

Este concepto es clave a la hora de entender los orígenes de las diferenciaciones que aun hoy y, a pesar de la creciente inserción de las mujeres en distintos ámbitos del sector productivo formal, persisten en las rutinas de trabajo instituidas en la sociedad.

La división sexual del trabajo se basa en la delimitación de las dos esferas con las que tradicionalmente se ordena la vida social: la pública, relacionada con la participación en la toma de decisiones y en sectores del trabajo productivo, y la privada, relacionada con el trabajo reproductivo y doméstico (Pateman: 1995).

Para Celia Amorós (1994) *“lo privado y lo público”* ha tenido connotaciones muy diferentes en los distintos contextos históricos. Pero constituye lo que esta autora denomina una *“invariante estructural”*, que articula sociedades jerarquizando los espacios y actividades adjudicadas a varones y mujeres. Para esta autora, lo público es el espacio donde se desarrollan las actividades socialmente más valoradas, las de mayor prestigio. El espacio del reconocimiento, de lo que se ve, de aquello que está expuesto a la mirada pública, por tanto, es el espacio de los grados de competencia.

El reconocimiento está ligado al reparto de poder, a un sistema de pactos y a una red de distribución o difusión dinámica de ese poder. Es el espacio de los que se autoinstituyen como *“sujetos del contrato social”*, donde no todos tienen poder pero *pueden tenerlo*. Por tanto es el espacio de los pares e iguales (que no quiere decir igualitario).

Mientras que el espacio privado: es el de las actividades que no se ven ni son objeto de apreciación pública. Allí, no hay manera de discernir los distintos niveles de competencia con ciertos parámetros objetivables. Es el espacio de la *“indiscernibilidad”*. En el espacio privado NO se produce, pues, lo que en filosofía se denomina *“principio de individuación”*. Es el espacio de *“las idénticas”* porque no hay nada sustantivo para repartir (ni poder, ni prestigio, ni reconocimiento) (Amorós, 1994).

En síntesis, consideramos que, en su vinculación con la idea de la división sexual del trabajo, antes trabajada, los medios de comunicación forman parte de la arena pública, lo cual explicaría en parte la exclusión de la mujer de los puestos de toma de decisión. En este punto, entendemos que los medios pueden ser considerados como parte de esos espacios públicos históricamente reservados para la masculinidad, lo que garantiza en

gran medida la discriminación hacia las mujeres que aún hoy se vivencia en las prácticas cotidianas, incluso cuando esos mecanismos de exclusión sean más difíciles de detectar en el presente.

Es decir, los medios de comunicación como espacios productivos están fuertemente asociados a la esfera pública, y en su interior se reproducen mecanismos que distinguen tareas masculinas de femeninas, es decir, actividades de prestigio y actividades sin reconocimiento. En nuestro estudio, consideramos esta situación como una de las variables que producen la segregación laboral en el desarrollo de las prácticas profesionales en los medios. Es por ello que para nuestro análisis resulta fundamental el uso de categorías como *división sexual del trabajo*, *techo de cristal* y *segregación laboral*, a la hora de analizar los factores que determinan la distribución de tareas y funciones en los espacios de producción periodística.

2. Segregación laboral en los medios

Dentro de los antecedentes que existen sobre la temática trabajada, retomamos las categorías propuestas por los *estudios de la sociología de la profesión* para analizar los modos en que se produce la segregación laboral basada en el género, en los medios de comunicación. A través de estos estudios se insiste en centrar la atención en aspectos de la identidad profesional de varones y mujeres, así como los condicionantes generizados de la distribución de tareas y las modalidades de segregación vertical y horizontal (Panaia, 2008). Hacemos uso de este marco conceptual debido a su esfuerzo por analizar dinámicamente categorías socio-profesionales y observar algunas transformaciones importantes de los procesos de inserción en el mercado de trabajo en sectores vinculados a la comunicación, la informática y otros servicios asociados a la industria cultural que muestran importantes desajustes entre aspectos relacionados con la formación y el desarrollo efectivo de la profesión (Panaia, 2008). Dentro de esas profesiones, la periodística tiene características específicas pero también otras que son comunes a los modos en que se organizan las estructuras sociolaborales en el resto de las ramas de producción de servicios.

Asimismo, estudios recientes refieren a que las formas de organización del proceso de trabajo profesional son tan determinantes como el sistema de creencias y racionalizaciones que acompañan dicho proceso de trabajo. En esta línea, la sociología de las profesiones atiende a los cambios que se fueron dando en las últimas décadas en el mundo del trabajo, prestando especial atención al vínculo formación-empleo y a la inserción en diversas ramas del mercado de trabajo según sexo, edad y profesión (Panaia, 2008). En esta investigación, elegimos hacer uso de las categorías propuestas por estos estudios ya que entendemos que son las que mejor describen las situaciones sociolaborales del mundo del trabajo tal como se nos presenta en la actualidad.

Respecto a la segregación laboral basada en el género, los datos que arrojan investigaciones locales recientes (Faur & Zamberlin, 2007; Castillo, Novick, Rojo & Tumini; 2007), en nuestro país, y pese al crecimiento de la participación femenina en el mercado de trabajo, persiste un modo de inserción basado en la segregación horizontal (por rama y tipo de ocupación) y vertical (por niveles de jerarquía). En estas investigaciones, se afirma que los estereotipos de género que predominan en la sociedad se trasladan hacia el mercado laboral, vinculando los atributos considerados positivos en las mujeres con su mayor presencia en las áreas del cuidado, la salud, la educación, el servicio doméstico, el comercio y ocupaciones administrativas, entre otras (Faur & Zamberlin, 2007). De la misma manera, las características o rasgos negativos serían los responsables de descalificar a las mujeres para así imposibilitar su acceso a cargos jerárquicos, técnicos y profesionales.

Esta limitación en el acceso a cargos de conducción se explica principalmente por la existencia de mecanismos invisibles como el *techo de cristal* que, tal como veremos a continuación, limitan las posibilidades de un ascenso profesional en el caso de las mujeres, incluso en los medios de comunicación (López Diez, 2004).

En el desarrollo de las profesiones en la actualidad, el concepto de *techo de cristal* sirve para visibilizar los mecanismos de segregación basada en el género que tienen lugar en las rutinas laborales. *Techo de cristal* corresponde a la traducción de *glass ceiling*, utilizado

para designar *lo invisible* con efectos reales que imposibilita el acceso de las mujeres a los vértices jerárquicos de las organizaciones.

Estos estudios afirman que dicho concepto permite describir las formas en que la segregación opera mediante las prácticas y rutinas de trabajo cotidianas en los medios:

“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 se percibe en la arena pública y que ayuda al resto a estructurar y organizar el mundo de las ideas, es masculina” (López Diez, 2002:1).

El *techo de cristal*, entonces, funciona como un mecanismo intangible también en los medios, marginando a las mujeres de los puestos ejecutivos: *“Tanto ellas como ellos consideran que hay pocas o muy pocas mujeres en puestos de responsabilidad. ¿El motivo? La primera razón que aducen ambos es la falta de igualdad de oportunidades (lo mantienen el 37.5%)”* (López Diez, 2002:7).

En esta línea también son relevantes los estudios realizados por Gallego (2002) orientados a analizar los escenarios en que se genera la producción de contenidos informativos y las rutinas de trabajo en las redacciones:

“El ámbito de los estudios sobre género y medios de comunicación ha producido últimamente numerosos estudios en la mayor parte de los países de nuestro entorno cultural.(...) El presente texto –que no es más que un resumen de un trabajo de investigación mucho más amplio- aborda el estudio de la producción de la información, y en especial de la reproducción de los estereotipos de género, en las salas de redacción...” (Gallego, 2002: 225).

La entrada al lugar donde se “cocina” el periodismo va a permitir el posterior desarrollo de investigaciones que cuestionan las relaciones sociolaborales en los medios, ampliando la mirada para preguntarse acerca de las condiciones laborales en que se produce el origen de los contenidos informativos mediáticos.

Sobre la segregación laboral basada en el género, resulta enriquecedor el aporte al área temática de estudios provenientes centralmente de España. Tal es el caso del artículo “La feminización de los estudios de Periodismo: análisis del caso español”, de Rivero

Santamarina, Meso Ayerdi y Peña Fernandez (2015). A su vez, estos autores cuestionan los límites de los estudios que realizan un abordaje con una metodología de la investigación donde prima la visión cuantitativa, donde se distingue la proporción de varones y mujeres en las redacciones, sin atender a la distribución de tareas y lugares. En este mismo sentido, estos aportes sostienen que la división en distintos niveles de la estructura de género en la producción mediática, destacando la existencia de varios niveles de análisis: por un lado los hábitos y rutinas de trabajo, y por otro la dimensión organizacional y la cuestión profesional. De acuerdo con esta propuesta:

“(…) la estructura de género se expresa en determinadas posiciones, tareas, experiencias, valores, etc. de las mujeres comunicadoras. A partir de aquí, esta autora se pregunta si esta estructura de género afecta al proceso de codificación y cómo. Coincidimos con ella en la inconveniencia de plantear el debate sólo en términos de si un mayor número de mujeres periodistas «mejoraría» los contenidos” (Rivero Santamarina, Meso Ayerdi & Peña Fernandez, 2015: 572).

Al respecto, aquí entendemos que si bien la cuestión numérica no es determinante, si puede ser tenida en cuenta en un proceso que procure revertir las disparidades de acceso y permanencia en las redacciones. En este sentido, entendemos que la relevancia de esta cuestión se orienta sobre la base de demostrar que la baja presencia de mujeres en espacios decisivos de las redacciones:

“la proporción entre mujeres y hombres en las redacciones tiene una repercusión directa en el tono y el estilo en el que se ofrecen las informaciones. Las mujeres enfocan sus noticias desde una perspectiva distinta, sobre todo, porque tienden a la elección de fuentes de información alternativas. Estas nuevas formas narrativas ponen en evidencia la cultura masculina dominante en las redacciones, que hasta ahora se había enmascarado en la neutralidad. Por eso considera que “en la medida en que las mujeres se incorporan a la industria mediática, están provocando cambios en las maneras en que las mujeres son representadas en la cultura de las redacciones (Rivero Santamarina, et al., 2015: 571).

Esta idea del mayor uso de fuentes y pluralidad de voces incorporadas por la presencia femenina en las redacciones, también es abordada en trabajos anteriores realizados por Gallego (2002) y Papí Gálvez (2008).

En relación a los estudios cuantitativos que abordan la presencia numérica de varones y mujeres en las redacciones, en nuestro país, según una reciente investigación, se sostiene que las mujeres ocupan menos puestos de trabajo en las redacciones y son muy minoritarias en los puestos directivos (21,4%). *“Es decir que no tienen la suficiente posibilidad de tomar decisiones sobre líneas editoriales, jerarquización y noticiabilidad”* (Chaher, 2014: 2).

Estos datos serán contrastados más adelante con los obtenidos en nuestra investigación, cuando abordemos el lugar que ocupan las mujeres en los espacios de toma de decisiones hacia el interior de los medios de comunicación de la provincia de Santa Fe.

3. Conciliación vida familiar – trabajo

Es sabido el rol que nuestra sociedad occidental atribuye a las mujeres, como garantes de los cuidados de las personas dependientes; el desfasaje que se produce entre la cantidad de horas dedicadas a la profesión y aquellas destinadas a las tareas del hogar, facilita la aparición de una doble explotación:

“En muchos casos la mayor participación laboral se convierte en lo contrario: las mujeres ganaron el derecho de trabajar fuera de la casa pero sin que ello implique liberarse de las tareas domésticas, por lo que básicamente se ganaron una doble jornada laboral” (D’Alessandro, Brosio, Guitart, & Urrutia, 2016)

En este punto es preciso incorporar la perspectiva de la economía del cuidado, pero antes es necesario aclarar qué entendemos como *economía del cuidado*, y para eso nos referimos a la definición de especialistas que la refieren como:

“todas las tareas y bienes necesarios para la supervivencia y reproducción de las personas, dentro de la vida cotidiana. O sea, todo lo que implica el mantenimiento del hogar (limpieza, compras, pagos) y el cuidado y la atención de los hijos” (Guitart, 2016).

A su vez, se entiende que estas tareas, atribuidas en la mayoría de las sociedades a la mujer, son justificadas desde el argumento de que *“se hace por amor”*. Este tipo de argumentaciones, basadas en el *ideal del amor romántico*, entran en contradicción si al análisis se incorpora la perspectiva de lo fundamental del rol del trabajo doméstico en la vida de cualquier ser humano y en la propia reproducción de la sociedad como tal (Guitart, 2016).

En Argentina, como en gran parte del mundo, estas actividades están relacionadas directamente con el rol femenino y también suele ser la mujer quien se ocupa de los cuidados. Al respecto, economistas feministas locales plantean que en las encuestas del Índice Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC) sobre uso del tiempo, donde se pregunta sobre el tiempo diario dedicado a diversas tareas, se desprende que:

“(…) una misma cantidad de horas laborales en el mercado (tanto para 6, 8 o 9 nueve horas) las mujeres dedican más tiempo a las tareas de cuidados que los hombres. No hay una razón en las horas laborales afuera de la casa que definan las horas de trabajo doméstico. La mujer tiene una doble jornada. Incluso en los casos en los que el hombre trabaja menos afuera la mujer sigue siendo la que se dedica al cuidado del hogar” (Guitart, 2016).

A su vez, dichas estadísticas y censos, indican que si bien la mujer dedica casi el doble de horas que los hombres a las tareas domésticas, la diferencia disminuye a medida que aumenta las horas trabajadas fuera del hogar, pero aun así la mujer es la que dedica más tiempo a estas labores. En estudios similares realizados en otros países, se repite la variable de los cuidados y las tareas del hogar como determinantes de las profesiones en general, siendo la carrera periodística un espacio más donde se atraviesa esta problemática.

“Sostengo que un modelo económico-social que distinga fuertemente entre trabajos públicos y privados y subraye la figura del varón sustentador hará que la participación por género en los trabajos domésticos esté también muy marcada, en cambio en el marco de un sistema más igualitario el reparto del trabajo del hogar también debería serlo. (...) Así ha quedado, pues, saldada mi curiosidad acerca de

este tema. Observando como la desigualdad de hoy en día tiene sus raíces en la maternidad. Y teniendo el convencimiento de ser una situación injusta” (Ripoll, 2014).

La profesión periodística, se forjó en ambientes atravesados por una *cultura organizacional centralmente* masculinizada (Papí Gálvez, 2008) que continúa reproduciendo mecanismos de exclusión de las mujeres de los espacios de toma de decisión. En las redacciones informativas y productoras de contenidos de la mayoría de los países, la conciliación entre vida familiar y trabajo no está para nada saldada, al punto en que se perpetúan rutinas de trabajo y obligaciones laborales que resultan incompatibles con las tareas domésticas.

Uno de los factores con mayor peso frente a las dificultades para conciliar vida personal y profesión periodística, es la cuestión de los horarios de trabajo. A nivel mundial, es *vox populi* que, en el caso del periodismo, a las 8 horas de la jornada laboral según convenio de trabajo, se le suman incansables horas extras fuera de la casa y tiempo de producción ejecutado más allá del espacio laboral (Papí Gálvez, 2007).

Tales prácticas y hábitos parecen ser incuestionables para la mayoría de lxs profesionales, siendo las mujeres las principales perjudicadas debido al rol que socialmente se les atribuye como garantes de la reproducción social y los cuidados. La dinámica de trabajo de las redacciones y las distintas lógicas que circulan en el mundo del trabajo periodístico, presentan varias dificultades para las mujeres que quieren desarrollar su profesión en este campo: las profesionales, han visibilizado las complicaciones que la cultura de jornadas de trabajo extensas trae aparejadas en el momento de conciliar el trabajo en el hogar con su labor periodística (García de León & García de Cortazar, 2002; Gallego, 2002; Lopez Diez, 2004; Papí Galvez, 2007)

Según estos análisis, un aspecto relevante y vinculante de la problemática de la poca participación de las mujeres en los vértices de las estructuras organizacionales se condice, no solo con una lenta incorporación al mercado laboral de las profesionales, sino también con una clara presencia de obstáculos estructurales que pueden ser leídos como:

“(...) barreras proceden de la aplicación y generalización de códigos de conducta no escritos pero formulados desde el “debe ser” de la sociedad y de la profesión. En la definición de este “código” participa, sin duda, el sistema de género”⁸ (Papí Gálvez, 2008: 394).

En relación a la problemática de la profesión periodística y los mecanismos de conciliación con la vida familiar, desde esta perspectiva se señala que es una fuente de tensiones ya que, los resultados de las diversas investigaciones propuestas por la autora, señalan cómo la profesión afecta a la toma de decisiones sobre la vida familiar, atendiendo a factores como la *independencia, convivencia y maternidad*. A partir de las entrevistas realizadas a profesionales de la Comunidad de Alicante en España, la autora identifica que el modelo de periodismo que prima es el que exige un estilo de vida *acorde a la función social como comunicadores full time*. La autoexigencia aparece como constitutiva de cierta identidad configurada en las entrevistas que asocian el trabajo con el *sentimiento de sacrificio o renuncia* personal, basado en una concepción individual del significado de la profesión de periodista. En este punto, se refiere a cierta identidad o cultura periodística, definiéndola como la ideología, valores, normas y prácticas que funcionan como marco regulatorio de aquellos vínculos, acciones y posicionamientos de mujeres y varones periodistas implicados en el proceso de producción informativa (Papí Gálvez, 2008).

En la mayoría de los casos estudiados se destaca que esta profesión al ser elegida en un primer momento como un modo de realización personal, tiene un significado particular, especialmente para las mujeres, quienes llegan a sentir que es una profesión que, dicho en sus propias palabras, *“las llena”*. Según la autora, los problemas aparecen cuando los límites entre vida familiar y vida profesional se ven desbordados y se comienza a sentir cierta invasión de una sobre la otra, llevando a forzar decisiones de vida.

“Las imágenes, significados y valores profesionales transmitidos en las entrevistas interfieren de dos formas en la vida familiar: 1) Directamente, mediante las condiciones de trabajo e 2) Indirectamente, a través de los aspectos expresivos del

⁸ En otro artículo de la autora se refiere a lo que entiende por sistema de género: *“Es decir, una desigualdad que refleja un sistema jerárquico de distribución de poder y autoridad que niega directa o indirectamente la igualdad de oportunidades a las mujeres y recompensa a los hombres, implica por ello estratificación sexual.”* (Papí Gálvez, 2003: 141).

mismo y de la toma de decisiones para conciliar el periodismo con la vida familiar"
(Papí Gálvez, 2013: 8).

Asimismo, existen perspectivas que niegan dicha discriminación laboral. Esta es la visión de lo que algunxs llaman el

“feminismo domesticado’, que niega la discriminación laboral basándose en las excepciones de quienes no la han padecido, es “reductivista e ingenuo” y resta además importancia a las mujeres talentosas, pero que desafortunadamente sí lo han sufrido. Tanto es así que, tal y como sostiene Gill (2007), hoy en día están emergiendo nuevas fórmulas de discriminación que se hacen evidentes en el hecho de que entre las mujeres periodistas el número de matrimonios sea menor, que las relaciones de pareja sean menos duraderas y que muchas de ellas no tengan hijos, ‘lo que sugiere que éste es el precio que ellas tienen que pagar’ (Rivero Santamarina, et al., 2015: 572).

Sin embargo, es claro que el *sacrificio obligado* de las mujeres que trabajan en medios implicaría su renuncia a una vida afectiva y familiar activa, o un abandono de la posibilidad de ocupar los lugares de poder. A partir de los datos arrojados por estas investigaciones, diversos autores consideran que, con el fin de avanzar en la búsqueda por una equidad de género en los medios de comunicación, habría que comenzar por una evaluación de las rutinas de trabajo y horarios de las jornadas laborales, las cuales se deberían poder sostener sin que ello implique realizar sacrificios y renunciaciones en el plano de lo personal y afectivo.

4. La brecha salarial en la profesión periodística

Para explicar otra de las variables que atraviesa a la división sexual del trabajo y sus efectos en el desarrollo de la profesión periodística aludimos a la definición de *brecha salarial*, a través de la cual se denomina al porcentaje de la diferencia que existe en el ingreso del salario de hombres y mujeres. Consideramos que esta diferencia en el salario agudiza la materialidad de la discriminación sexista.

Según Guitart (2016), esa brecha en Argentina es de las más altas de Latinoamérica:

“La brecha salarial entre varones y mujeres en Argentina es de 27,2%, de los cuales solo un 12,6% de la brecha salarial puede ser explicada por elementos que corresponden al mercado de trabajo (factores como educación, experiencia laboral, sector económico, región, intensidad laboral y ocupación) (...) Esto quiere decir, en otras palabras, que hay un 14,6% de las mujeres que cobra menos que un hombre sólo por el hecho de ser mujer, sin que sea valorado los aspectos que realmente importan a la hora del desempeño laboral.”

Sobre este punto, las especialistas afirman que *“Detrás de cada gran hombre hay un montón de grandes mujeres a las que no les dieron el cargo”* (Guitart, 2016). Con esta frase, se intenta visibilizar la ausencia de mujeres en cargos de jerarquías, y los supuestos justificativos van desde argumentos que niegan esta diferenciación considerando que lo importante es que a estos lugares los ocupen “los mejores”.

Sin embargo, esto se ve opacado por las cifras y datos reales que apuntan en lo concreto a una discriminación injustificada: *“Un reciente estudio de PNUD Argentina muestra que las mujeres que acceden a cargos jerárquicos en general (jefas y directoras) no solo presentan mayores niveles educativos que mujeres en otras ocupaciones, sino también respecto de sus contrapartes varones”* (D'Alessandro, et al., 2016).

Es decir que la exigencia a la hora de tratarse del acceso de una mujer a un cargo de jerarquía es mayor que si se trata de un hombre. Según estos números, a una mujer se le exige mayor capacitación para participar de los altos cargos, *“aun cuando en los mismos equipos hay mujeres con igual o más formación y experiencia”* (D'Alessandro, et al., 2016).

En relación a esta problemática, estudios locales observan que en nuestro país, además de la segregación vertical se produce una discriminación más sutil en el desarrollo de las profesiones:

“En síntesis, la segregación ocupacional se observa en todos los niveles de ocupación y se relaciona también con brechas en los ingresos de hombres y mujeres. ¿Por qué los empleos femeninos pagan menos? (...) Por una parte, los empleos masculinos pagan más pues los puestos con niveles de liderazgo y responsabilidades mayores se reservan mayoritariamente para los hombres. Por

otra, en cargos de menor jerarquía, también se observan sutiles manifestaciones de segregación en puestos que también tienen salarios diferentes y que van forjando trayectorias diferenciales entre varones y mujeres” (Faur & Zamberlin, 2007)

En el caso específico del periodismo, diversos autores (Soriano, 2004; Papí Galvez, 2008; Rivero Santamarina, *et al.*, 2015) hablan de la existencia de una discriminación a la hora de ocupar cargos y espacios de toma de decisión (y una mayor remuneración salarial), ya que existe una verdadera incongruencia entre las matrículas de formación educativa en carreras afines y los procesos reales de inserción profesional en el mercado laboral. Según estos estudios, en los últimos años se produjo una feminización de la matrícula, pero sin que este fenómeno permita derribar la hegemónica masculinización del oficio. Esta segregación laboral basada en el género, produce la profundización de una encubierta brecha salarial, la cual se intenta justificar en una diferenciación en la ocupación de cargos y lugares de toma de decisión, los cuales son reservados a los varones en la mayoría de los casos.

5. Feminización de la matrícula ¿feminización de la profesión?

Para abordar esta cuestión, en primer lugar, aludimos a la inserción de las mujeres en las carreras de formación profesional, entendiendo que los sistemas de formación educativa son un referente y un reflejo de muchos de los fenómenos que se producen en la cambiante realidad social; y un ejemplo de esto es la incorporación masiva de las mujeres a la universidad como una de las más importantes transformaciones sociales producidas a partir de las últimas décadas del siglo XX.

Al respecto de la inserción de las mujeres en la academia, la historiadora catalana, Amparo Moreno (2012) afirma que se generó un cambio en el paisaje luego de la entrada e inserción de las mujeres en las universidades, estudiando el caso de España. La autora insiste con mencionar las explicaciones que se elaboran en estas instituciones.

“Una opción ha conducido a cuestionar y de-construir el paradigma androcéntrico en su complejidad, considerando la articulación de las divisiones sociales que afectan al sexo y la edad, la clase y la raza, etnia o pueblo de origen, y su vinculación a una organización social interna relacionada con proyectos y prácticas

de dominio expansivo. Y otra opción, aceptada por la mayoría, ha adoptado un enfoque -de género- para hacer visibles a las mujeres, ha ampliado así el punto de vista androcéntrico tradicional, pero con frecuencia se ha limitado a las mujeres e incluso a algunas mujeres, y en muchos casos deja incuestionados prejuicios clasistas y etnocéntricos que legitiman como naturales, las formas de dominio, apropiación y distribución desigual de los recursos” (Moreno Sardà, 2012: 24).

Moreno afirma que en la actualidad persiste, tanto en la producción mediática, como en la currícula académica, una mirada androcéntrica que excluye del espacio tanto a la mujer como a todo lo que no sea representante de lo que ella describe como el arquetipo viril: el hombre exitoso, blanco, occidental, heterosexual, supuesto protagonista de la historia y la política (Moreno Sardà, 2007: 171).

En este punto retomamos los análisis que plantean que *“Si bien, actualmente, es un hecho evidente que las mujeres han accedido masivamente a profesiones y estamentos reservados hasta hace muy poco tiempo a los varones, también lo es que hasta ahora, no han logrado su acceso equitativo a las estructuras de poder social en los diferentes ámbitos, debido, fundamentalmente, a la naturaleza androcéntrica de los mecanismos que rigen dichas estructuras de poder (García de León & García Cortázar 2002, en Rovetto, 2012: 42).*

Una posible mirada sobre el tema, permite poner de manifiesto que, a pesar del crecimiento exponencial de la matrícula universitaria y terciaria femenina en carreras de comunicación y periodismo de las últimas décadas, en los ámbitos laborales persisten distintas formas de discriminación e inequidad que las excluyen. Es decir que esta pseudo feminización de las carreras no se traduce en una progresiva incorporación al mercado laboral, ni a lugares de conducción o toma de decisión en los medios (Chaher, 2014).

En este punto retomamos la idea de Fabbri (2013) en relación con el avance que las luchas del movimiento de mujeres fue generando al introducirse la mujer en el mercado de trabajo y en las universidades, posibilitando su

“(...) formación e independencia, pero que lejos de minar la bases de la dominación patriarcal y su articulación con el sistema capitalista, dichos ajustes pudieron ser

reabsorbidos. Hoy, la figura de la mujer profesional, si bien implica una modificación importante de ciertos mandatos de género, no implica un peligro indigerible para la dominación masculina, y sí permite un gran nicho de mercado para el capitalismo neoliberal, dominado en general, dicho sea de paso, por una mayoría masculina” (Fabbri, 2013: 85).

En esta misma línea, el investigador español, Jaime Soriano (2011) cuestiona la hipótesis de feminización de la profesión, según la cual:

“(…) la progresiva incorporación de mujeres a la profesión transformará profundamente la estructura socio-demográfica del colectivo y esta transformación tendrá consecuencias en las prácticas profesionales y en los contenidos de los medios de comunicación” (Soriano, 2011: 3).

Para este autor, a pesar de la progresiva incorporación de las mujeres a las carreras de formación profesional en comunicación y periodismo, y su posterior inserción laboral de producción de contenidos, persiste un desigual desarrollo de las carreras profesionales de las mujeres periodistas en comparación con los hombres que agudiza los niveles de discriminación en los cargos de responsabilidad. Así, se puede afirmar que en la actualidad, la progresiva feminización de la matrícula no trajo aparejada una feminización de la profesión sino que las dificultades de acceso, permanencia y promoción de las mujeres en los puestos de trabajos relacionados a los medios se han profundizado (Soriano, 2004).

Las dificultades que afectan el desarrollo profesional de las mujeres en el sector de los medios de comunicación devienen de aspectos multicausales que deben ser analizados en contextos sociales e históricos específicos. Para el caso de España, Soriano (2011) nos ofrece un panorama en el que:

“a) la presencia de las mujeres en la profesión se caracteriza por una alta tasa de abandonos en comparación con la de los hombres; b) en las empresas ocupan posiciones de escasa responsabilidad; c) tienen mayor presencia en sectores de la comunicación considerados periféricos o de escasa influencia social; y d) sus trayectorias profesionales están marcadas por los cambios hacia espacios

profesionales menos visibles pero más compatibles con su vida privada” (Soriano, 2011: 1).

A pesar de la falta de datos fehacientes que den cuenta de la situación de esta problemática en nuestra provincia, podemos plantear a partir de estos estudios realizados centralmente en Europa, una simetría a nivel local en el desarrollo de este proceso: la feminización de la matrícula, una mayor presencia de las mujeres en los centros de formación en comunicación social, periodismo, etc., como veremos posteriormente en nuestro análisis, no ha implicado una mayor participación de las mismas en los espacios de toma de decisiones ni en la producción de contenidos mediáticos no sexistas. Podemos preguntarnos sobre algunos parangones que es necesario contrastar en posteriores investigaciones, pero que en este momento exceden los límites de nuestro trabajo. De todas formas, volveremos sobre este tema en el momento de análisis de los datos obtenidos en la encuesta propuesta por nuestra investigación.

En este punto resulta fundamental el aporte del ya mencionado artículo de Rivero Santamarina, et al. (2015) el cual, refiriéndose a la formación académica de lxs periodistas señalan que existe una tendencia a sobrevalorar la presencia femenina en los espacios de formación en Periodismo y Ciencias de la Comunicación, pero que esta presencia no se condice con la lenta entrada al mercado laboral.

Así, podemos asimilar que en ninguno de los casos investigados hasta el momento, se puede constatar esta hipótesis de feminización ya que *“la numerosa presencia de las mujeres en las aulas ha sido un argumento poderoso para la defensa de la hipótesis de la feminización, pero la comparación con otros datos nos llevan a falsear esta hipótesis”* (Rivero Santamarina, et al., 2015: 570).

Consideramos que a la hipótesis de feminización hay que incorporar la crítica a aquellas concepciones que afirman que la cuestión numérica afecta directamente en la producción de contenidos. No hay muchos ejemplos que corroboren que hay una mayor presencia femenina en los medios en particular, ni en lugares de poder en general, se traduzca linealmente en una visión más equilibrada y menos sexista y esto se explica porque:

“(...) considerando el género femenino como lo extraño y el género masculino como lo neutro, se creó una barrera efectiva al ascenso profesional de las mujeres, por lo que una mayor presencia de mujeres en la profesión no implica necesariamente su empoderamiento dentro de las estructuras mediáticas” (Rivero Santamarina, et al., 2015: 571).

Finalmente, al abordar la problemática planteada en nuestra introducción, consideramos los antecedentes nacionales e internacionales anteriormente nombrados como determinantes para describir los modos en que se puede analizar la desigualdad en las relaciones sociolaborales en los medios. En este capítulo, pretendimos realizar un repaso por las principales categorías conceptuales que ubican y orientan nuestro objetivo de trabajo. Al realizar un recorrido investigativo sobre los modos en que se fue desarrollando el vínculo entre comunicación, género y profesión periodística en nuestro país, consideramos enriquecedor atender a las producciones teóricas españolas, las cuales cuentan con una vasta producción en relación a las problemáticas relacionadas con segregación laboral basada en género, techo de cristal en los medios, los mecanismos que producen una brecha salarial, el lugar de la economía del cuidado y su conciliación con las rutinas del periodismo, y la incongruencia entre formación académica e inserción laboral de las mujeres en los medios.

Consideramos necesario incluir, además de este marco conceptual, un repaso por las normativas nacionales e internacionales que en su tratamiento incluyen el derecho a la comunicación con perspectiva de género, sirviéndonos de sus definiciones para contextualizar nuestra investigación.

CAPITULO II: CONTEXTO

1. Regulaciones sobre el derecho a la comunicación con perspectiva de género.

A la hora de abordar la problemática enunciada en nuestra introducción, consideramos necesario relevar las legislaciones nacionales e internacionales que incluyen en sus articulados algunas referencias claves sobre la temática. Estas legislaciones aparecen como marcos normativos que construyen y nos sitúan en un determinado contexto a la hora de realizar nuestro análisis.

a) Derecho internacional

Recordamos que entre los antecedentes de las legislaciones nacionales conocidas como Ley de Medios y Ley contra la violencia hacia la mujer, se encuentran algunas normativas y acuerdos del plano internacional que regulan sobre la problemática aquí estudiada. La más destacada resulta ser la Declaración de la Plataforma de Acción de Beijing (en adelante, PAB) que en su “Capítulo J” estableció en 1995 las responsabilidades que caben a los Estados en el logro de los dos objetivos estratégicos que se propuso –mejorar la imagen de las mujeres en los medios y el acceso democrático tanto a la estructura laboral como a los cargos directivos-. Si bien tal declaración fue pronunciada hace casi veinte años, en la mayoría de los países del mundo, muchos de los cuales estuvieron presentes en la Conferencia de la Mujer celebrada en Beijing, se ha avanzado muy poco sobre este tema, de acuerdo con las revisiones que cada cinco años se hacen de la PAB (Vega Montiel, 2010).

La relevancia de la declaración de la PAB para nuestra investigación, radica en que la misma incluye la sección “*Mujer y medios de comunicación*”, asignando a los medios de comunicación como una de las doce áreas de especial interés para conseguir la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres (ONU, 1995). Así, los medios de comunicación se consideran una esfera de especial preocupación por la constante proyección de imágenes negativas y degradantes de las mujeres, así como espacios que reproducen el desigual acceso de éstas a la tecnología de la información (ONU, 1995). Por este motivo la Conferencia hace un llamamiento a los Estados partes para que se potencie el papel de las

mujeres mejorando sus conocimientos teóricos y prácticos y su acceso a la tecnología de la información (ONU, 1995; en Rovetto, 2013).

En 1996, la Comisión sobre la Condición Jurídica y Social de las Mujeres de la ONU abundó en las recomendaciones formuladas en la Plataforma de Acción de Beijing sobre la cuestión de la mujer, los medios de comunicación y propuso a la comunidad internacional adoptar nuevas medidas de sensibilización, incorporando la perspectiva de género en todas las políticas y programas (ONU, 1996; en Rovetto, 2013). Por otra parte, en nuestro país se ha ratificado la Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer (CEDAW) de las Naciones Unidas y la Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer (Belem do Pará) de la OEA que también aluden fuertemente a promover el enfoque de derecho a la comunicación democrática y respetuosa del marco internacional de los derechos humanos.

El derecho humano a la comunicación implica una participación de las mujeres en la producción mediática, y este derecho abarca tres ámbitos de inherencia claros tal como Vega Montiel señala:

“(...) la producción –que se enfoca en la estructura de los medios en donde domina el liderazgo masculino; la emisión –que analiza la representación de las mujeres en el discurso mediático– y la recepción de contenidos –que comprende los estudios de audiencia y la educación para los medios” (Vega Montiel, 2010: 82).

En nuestra investigación nos centramos, especialmente, en el acceso y la participación en la producción mediática, teniendo en cuenta el lugar laboral y profesional de las mujeres en los medios de comunicación en términos de dirección y producción.

Dentro de los objetivos de la PAB, se destaca como necesarios de atender, en el caso de nuestra investigación, aquellos que refieren a:

“Promover la participación plena y equitativa de la mujer en los medios de difusión, incluida la participación en la gestión, la producción de programas, la

educación, la capacitación y la investigación” y “Procurar que se distribuyan equitativamente los nombramientos de mujeres y hombres en todos los órganos consultivos, de gestión, de reglamentación o de supervisión, incluidos los relacionados con los medios de difusión privados y estatales o públicos” (ONU, 1995, en Vega Montiel, 2010: 84).

Cuando se habla del derecho internacional a la comunicación, aparece como ineludible la necesidad de incluir a las mujeres en la participación democrática y en el ejercicio de otros derechos que derivan del mismo, tales como la igualdad social, la libertad de expresión, el derecho a la información, los derechos sexuales y reproductivos y el derecho a una vida libre de violencia, entre otros (Vega Montiel, 2010).

Cada Estado firmante de estos tratados, debe asimilar los acuerdos en sus políticas públicas y promover la democratización del proceso de producción de noticias e información, incluyendo esta propuesta de pluralidad de voces, donde la mujer no puede tener un lugar relegado sino de igualdad de condiciones.

Sin embargo, a pesar de que ya trascurrieron dos décadas de la firma de este acuerdo por parte de nuestro país, los avances en políticas públicas para alcanzar estos objetivos en la región han sido más bien pocos. De todas formas, en el plano del derecho, podemos afirmar que en Argentina tuvieron lugar ciertas mejoras a partir de la sanción de plexos normativos que incluyen referencias a los derechos específicos de las mujeres en los medios de comunicación tal como veremos en el siguiente apartado.

b) Derecho nacional

La sanción de dos leyes nacionales, la Ley de Medios y la Ley contra la Violencia hacia la Mujer, junto con las políticas públicas que se derivan de su articulado y las habilitan, forman parte de nuestras reflexiones y constituyen la base contextual del trabajo que aquí se presenta.

Estas leyes, al mismo tiempo que significaron un gran avance en la conquistas de derechos de amplios colectivos sociales, abrieron nuevos debates en la sociedad en torno a

problemáticas que hasta entonces parecían invisibles y por tanto, naturalizadas. A pesar de su deficiente implementación, según estudios e informes realizados por organismos nacionales que trabajan comunicación y género⁹, el tratamiento de estas leyes impregnó la agenda pública de problemáticas vinculadas a las luchas de los movimientos feministas, de mujeres y LGTTTBIQ¹⁰. Creemos que esta inserción generó, en los últimos años, una mayor visibilización y una consiguiente sensibilización de la sociedad sobre aquellas situaciones hasta ahora no nombradas, a través de categorías como la de *femicidio*, *legalización del aborto*, *violencia de género*, etc. Dichas leyes resultan una parte fundamental de este proceso, al garantizar un marco legal que ordena la discusión y el quehacer periodístico. A continuación mencionaremos los articulados de las Leyes 26.522 y 26.485, que resultan fundamentales para el desarrollo de esta investigación y que se ponderarán en relación con los datos relevados y el análisis propuesto.

Un aspecto insoslayable, presente en ambos cuerpos legales, es el de la perspectiva de la igualdad de oportunidades. Por ejemplo, en la Ley 26.522, de Servicios de Comunicación Audiovisual, se presentan dos apartados que apuntan a la igualdad de oportunidades y no discriminación como objetivos centrales de la misma (Rovetto: 2014). En el Artículo 2 de dicha Ley se refiere que:

“(...) el objeto primordial de la actividad brindada por los servicios de comunicación regulados es la promoción de la diversidad y la universalidad en el acceso y la participación, implicando con ello, la igualdad de oportunidades de todos los habitantes de la Nación para acceder a los beneficios de su prestación” (Ley 26.522).

Mientras que en el Artículo 3 se propone como aspecto a considerar en el desarrollo de medidas específicas:

⁹ Entre las asociaciones civiles e instituciones que trabajan la problemática en nuestro país podemos nombrar: Red PAR (Periodistas de Argentina en Red por una Comunicación no Sexista), RIMA (Red informativa de Mujeres de Argentina), o la Asociación Civil Comunicar Igualdad.

¹⁰ La sigla se refiere a algunas de las posibles expresiones sexo genéricas nombradas por el movimiento de la diversidad hasta el momento: lesbica, gay, travesti, transexual, transgénero, bisexual, intersexual, queer.

“(...) promover la protección y salvaguarda de la igualdad entre hombres y mujeres, y el tratamiento plural, igualitario y no estereotipado, evitando toda discriminación por género u orientación sexual” (Ley 26.522, Art. 3).

Asimismo, esta Ley apunta a la formación y la educación como factores claves para producir las transformaciones sociales y a la necesidad de *“registrar y habilitar al personal técnico y de locución que se desempeñe en los servicios de radiodifusión y de comunicación audiovisual cuando fuere pertinente, así como proveer a su formación y capacitación”* (Ley 26.522, Artículo 12). Por último, en relación con la formación de los profesionales de los medios de comunicación propone:

“(...) reforzar los programas de planes de estudios con un componente de género importante, en la educación oficial y no oficial para todos, y mejorar la capacidad de las mujeres para utilizar los medios informativos y la comunicación, con el fin de desarrollar en mujeres y niñas la capacidad de comprender y elaborar contenido TIC” (Notas a la Ley 26.522, Artículo 1, inciso 8).

Por su parte, la Ley 26.485, de *Protección Integral para prevenir, sancionar, y erradicar la violencia contra las mujeres en los ámbitos en que desarrolle sus relaciones*, en el plexo de su texto promueve *“la igualdad real de derechos, oportunidades y de trato entre varones y mujeres”* (Ley 26.485, Artículo 3, inciso J), luego de mencionar como parte de sus objetivos lograr *“la remoción de patrones socioculturales que promueven y sostienen la desigualdad de Género y las relaciones de poder sobre las mujeres”* (Ley 26.485, Artículo 2, inciso E).

También desarrolla una extensa y detallada tipificación de la violencia de género describiendo los diferentes modos y situaciones en que se produce. Para nuestro estudio, relevamos aquí la descripción jurídica de la violencia de género en los medios de comunicación, ya sea a través de los contenidos que éstos emiten, como por las relaciones laborales en los espacios de trabajo donde se producen dichos contenidos.

Así, en el Artículo 5 se menciona como un tipo de violencia de género a la violencia simbólica:

“La que a través de patrones estereotipados, mensajes, valores, íconos o signos transmita y reproduzca dominación, desigualdad y discriminación en las relaciones sociales, naturalizando la subordinación de la mujer en la sociedad” (Ley 26.485, Artículo 5).

Más adelante, en su Artículo 6, alude a las modalidades como las formas en que se manifiestan los distintos tipos de violencia contra las mujeres en los diferentes ámbitos, estableciendo que la violencia institucional contra las mujeres es:

“(…) aquella realizada por las/los funcionarias/os, profesionales, personal y agentes pertenecientes a cualquier órgano, ente o institución pública, que tenga como fin retardar, obstaculizar o impedir que las mujeres tengan acceso a las políticas públicas y ejerzan los derechos previstos en esta ley. Quedan comprendidas, además, las que se ejercen en los partidos políticos, sindicatos, organizaciones empresariales, deportivas y de la sociedad civil” (Ley 26.485, Artículo 6: Inciso B).

Y que la violencia laboral contra las mujeres es:

“aquella que discrimina a las mujeres en los ámbitos de trabajo públicos o privados y que obstaculiza su acceso al empleo, contratación, ascenso, estabilidad o permanencia en el mismo, exigiendo requisitos sobre estado civil, maternidad, edad, apariencia física o la realización de test de embarazo. Constituye también violencia contra las mujeres en el ámbito laboral quebrantar el derecho de igual remuneración por igual tarea o función. Asimismo, incluye el hostigamiento psicológico en forma sistemática sobre una determinada trabajadora con el fin de lograr su exclusión laboral” (Ley 26.485, Artículo 6: Inciso C).

Asimismo, el Inciso F del Artículo 6 de la Ley 26.485, está dedicado a caracterizar la modalidad de violencia mediática contra las mujeres como:

“aquella publicación o difusión de mensajes e imágenes estereotipados a través de cualquier medio masivo de comunicación, que de manera directa o indirecta promueva la explotación de mujeres o sus imágenes, injurie, difame, discrimine,

deshonre, humille o atente contra la dignidad de las mujeres, como así también la utilización de mujeres, adolescentes y niñas en mensajes e imágenes pornográficas, legitimando la desigualdad de trato o construya patrones socioculturales reproductores de la desigualdad o generadores de violencia contra las mujeres” (Ley 26.485, Artículo 6: Inciso F).

Finalmente, la Ley 26.485 delega al Ministerio de Educación de la Nación la responsabilidad de brindar formación y capacitación sobre esta problemática en todos los ámbitos, procurando:

“Articular en el marco del Consejo Federal de Educación la inclusión en los contenidos mínimos curriculares de la perspectiva de género, el ejercicio de la tolerancia, el respeto y la libertad en las relaciones interpersonales, la igualdad entre los sexos, la democratización de las relaciones familiares, la vigencia de los derechos humanos y la deslegitimación de modelos violentos de resolución de conflictos. (...) Promover la incorporación de la temática de la violencia contra las mujeres en las currículas terciarias y universitarias, tanto en los niveles de grado como de post grado. (...) Promover la revisión y actualización de los libros de texto y materiales didácticos con la finalidad de eliminar los estereotipos de género y los criterios discriminatorios, fomentando la igualdad de derechos, oportunidades y trato entre mujeres y varones” (Ley 26.485, Artículo 11).

A partir de estos articulados se pueden diferenciar varios actores presentes e implicados en dicha problemática. Las preguntas sobre cuál es el rol del estado en el derecho a la comunicación, conlleva a una diferenciación entre los distintos tipos de medios: medios empresariales o comerciales, medios comunitarios o sin fines de lucro, medios públicos estatales. Esta división entiende diferentes niveles de compromiso con la democratización de la información y la pluralidad de voces, generándose una responsabilidad diferenciada según el lugar donde se origina la producción de los contenidos. En los articulados nombrados se le asigna al Estado y específicamente al Ministerio de Educación de la

Nación, la responsabilidad de incluir la perspectiva de género en la educación en instituciones formales y las capacitaciones a profesionales del periodismo.

Habiendo realizado este recorrido por aquellos articulados de las normativas nacionales e internacionales que aportan a contextualizar el momento social y político en que se produce esta investigación, damos paso a describir el estado de desarrollo de estudios y datos estadísticos sobre medios y profesión periodística en nuestro país y en la provincia.

2. Hacia una cartografía de la profesión periodística

Consideramos necesario incluir dentro de nuestro marco contextual un relevamiento del estado actual de las investigaciones sobre profesión periodística tanto a nivel nacional como provincial. Es por ello que en el siguiente apartado se intentará poner de manifiesto el estado actual de las investigaciones sobre esta temática, realizando un esbozo de lo que debería ser una necesaria cartografía de la profesión periodística.

a) La profesión periodística en Argentina

En relación a los estudios sobre emisores y procesos productivos en medios de comunicación en Argentina, podemos afirmar, siguiendo a Arrueta (2006) que en este campo *“la idea de emisión se asocia al concepto de producción de sentido mediante el ejercicio de ‘prácticas continuadas, sometidas a la ejecución de rutinas y a la lógica de las organizaciones, realizadas por profesionales de la comunicación”* (Berger & Luckmann, 1979; en Arrueta, 2006: 2). La falta de datos estadísticos sobre la profesión periodística, según Amado (2012), se puede atribuir a una débil sindicalización, *a la vez que*

“(…) también ha influido el hecho de que los marcos teóricos propios de la sociología de las redacciones y los estudios de la producción noticiosa recién empezaron a difundirse en el país en la última década” (Amado, 2012: 113).

También es menester mencionar que las investigaciones desarrolladas hasta el momento en nuestro país sobre estos aspectos son escasas, y casi ninguna refiere a las diferencias que se generan en las redacciones en razón de género, tal como lo explica Arrueta:

“Existe en nuestro país la percepción y experimentación de modificaciones de prácticas periodísticas y rutinas de elaboración informativa, de líneas editoriales mutables y precarización laboral, de alteraciones en las formas de redactar y organizar las noticias. Sin embargo, aportes que den repuestas a estos planteos desde una perspectiva exclusiva de gatekeepers o newsmaking resultan escasos...” (Arrueta, 2006).

Al respecto, se puede señalar que hace apenas una década la academia local comenzó a considerar el marco teórico que corresponde a los estudios de la sociología de los

emisores y a la producción noticiosa que suelen ser el marco conceptual que promueve este tipo de estudios.

“De hecho, los observatorios de medios que se crearon a partir de 2006 en algunas universidades se concentran básicamente en el análisis del mensaje con metodologías centradas en las noticias y en los contenidos de los medios” (Rovetto, 2012).

El foco parece estar más puesto en el mensaje antes que en su productor y en sus condiciones fácticas de trabajo. Como resultado de este recorte hoy por hoy podemos reconocer que:

“(...) falta de datos empíricos para dimensionar el campo en lo que hace a cantidad de periodistas, su perfil, su cultura y demás variables concretas que estudian los abordajes de la producción noticiosa” (Arrueta, 2006; en Amado, 2012: 118).

No obstante, que en nuestro país no se hayan generado censos ni mediciones estadísticas sobre la cantidad de mujeres y varones en ejercicio de su profesión ni se analicen sus condiciones de trabajo, dificulta la tarea de hacer diagnósticos certeros sobre la cultura periodística argentina en la actualidad. Dentro de estos estudios, muy pocos incluyen la dimensión de género; a nuestro entender, la invisibilización de esta categoría de análisis conlleva a una naturalización de las desigualdades de género dentro del ámbito de la profesión periodística. Los estudios cuantitativos sobre periodismo también han sido esporádicos, y los datos disponibles, en su mayoría, provienen de encuestas desarrolladas fuera de la academia, por consultoras u organizaciones de la sociedad civil (Rovetto, 2012).

Al respecto, en un trabajo anterior (Rovetto & Figueroa, 2015), afirmamos que:

“Desde nuestro punto de vista, la falta de diagnósticos sobre la situación del periodismo argentino actual y, en especial, la ausencia de estadísticas que incluyan la variable de género para dar cuenta de su composición y distribución jerárquica en la pirámide de categorías laborales también puede atribuirse a enfoques más determinados por el clima político de época. Así, las apuestas académicas han estado más preocupadas por mostrar la imagen negativa de este sector profesional

y de los “medios hegemónicos” en particular, reforzando pares dicotómicos como “periodismo militante / periodismo independiente”, “corporaciones mediáticas / medios alternativos” que reducen la mirada solo a ciertos aspectos sin considerar, por ejemplo, el posicionamiento sexogenérico en las prácticas y condiciones laborales” (Rovetto & Figueroa, 2015: 497).

En este estudio también mencionamos que los datos más relevantes que permiten realizar un diagnóstico inicial sobre desigualdades de género en la producción periodística, provienen de propuestas de ONGs como el Proyecto de Monitoreo Global de Medios (GMMP), llevado adelante por la Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC por sus siglas en inglés).

*“Este proyecto, que se encarga de monitorear cada cinco años una jornada completa en más de 100 países en todo el mundo, ha incorporado datos locales recién a partir del año 2010. Si bien, su principal objetivo no se centra en evaluar la cultura periodística o los perfiles profesionales, al analizar la desigual presencia generizada en los contenidos informativos, entre las variables relevadas incluye las **autorías de las noticias**. Con este dato se logra poner de manifiesto la inequidad y segregación laboral que experimentan las periodistas a nivel mundial. En el caso de Argentina, el último estudio determinó que los varones son la principal voz conductora de los noticieros y quienes firman las noticias consideradas más relevantes en la prensa escrita” (Rovetto & Figueroa, 2015: 497).*

Podemos afirmar entonces que el desarrollo de la profesión periodística en Argentina, constituye un área de vacancia académica que da lugar a la necesidad de profundizar los conocimientos en relación a la problemática. Que aun en la actualidad no existan estadísticas y censos sobre la realidad de la profesión periodística, habida cuenta del reconocido lugar que se les atribuye a las personas que se dedican a esta profesión como constructoras de “sentido social”, invita a reflexionar sobre la necesidad de avanzar en la producción de conocimiento sobre esta área temática.

A continuación intentaremos realizar un esbozo de mapa de medios de la provincia de Santa Fe, aclarando que en la provincia se repite la problemática de una nula disponibilidad de información pública sobre el tema.

b) Mapa de medios de la provincia de Santa Fe

Si bien no disponemos de información pública que dé cuenta con exactitud de la cantidad y el desarrollo de medios de comunicación provinciales en el presente, tomamos como referencia un relevamiento realizado por el gobierno de la provincia de Santa Fe durante el año 2015, según el cual se el mapa de medios locales se distribuye de la siguiente manera:¹¹

Cuadro 1: Tabla del medios en la Provincia de santa Fe (año 2015)

Radio AM	16
Radio FM	116
Señales de TV Abierta	6
Señales de TV Cable	64
Total	202

Fuente: Gobierno de la Provincia de Santa Fe.

Los números registrados son aproximativos, debido principalmente al gran desarrollo de esta rama en los últimos años, favorecido por el avance en los desarrollos tecnológicos. También debemos destacar que no se tuvieron en cuenta otro tipo de formato que no sean medios audiovisuales, por lo que quedan excluidos los medios gráficos, portales de noticias, radios online, así como aquellos medios que aún están gestionando un pedido de licencia.

En otro estudio realizado por la cooperativa de comunicación La brújula (2013), se afirma:

¹¹ Gobierno de la Provincia de Santa Fe (2015). Listado de medios audiovisuales habilitados por la AFSCA. Recuperado el 16 de Mayo de 2016 de:
<https://www.santafe.gov.ar/index.php/web/content/download/214442/1111443/.pdf>

“De ese censo, realizado en 2009 y publicado un tiempo después, se desprenden algunos datos relacionados a una especie de mapa mediático de la comunicación ilegal en Argentina, ya que allí se inscribieron todos aquellos medios que tenían intenciones de regularizar su situación legal” (Navarro, Mangione & Giancrisostomo, 2013: s/p).

En la provincia de Santa Fe, según el recuento realizado por el equipo de investigación de La Brújula, la cantidad de solicitantes ascendió a 949 licencias:

“A pocos días de cumplirse 4 años de la sanción de la ley y de aquel relevamiento que generó gran expectativa entre los medios de todos el país que no estaban dentro del marco legal, poco y nada es lo que se ha avanzado en normalizar su situación, en contraposición con la gran cantidad de licencias pretendidas por los medios santafesinos. Sólo 65 licencias fueron entregadas en Santa Fe desde la sanción de la Ley de medios, 50 de las cuales son parte de un decreto que habilita a los municipios a tener sus medios, pero en la mayoría de los casos dichos medios no existen” (Navarro, et al., 2013: s/p).

No pudimos relevar en nuestra zona la existencia de otro tipo de estudios o datos que den cuenta de la realidad actual de este mapa de medios de la provincia, mucho menos de sus plantillas de trabajo ni de los mecanismos organizacionales internos de cada empresa.

Queda pendiente la tarea de realizar un informe y análisis del estado de situación actual de medios de la provincia, y entendemos necesario poner esta información a disposición de la sociedad en general. Resulta pertinente considerar al acceso a este tipo de información como una política de derechos y por tanto, como una responsabilidad del Estado proporcionarla.

A su vez, la vacancia en relación a investigaciones que atiendan a la distribución mediática, que se repite en la provincia de Santa Fe, resulta sorprendente si se tiene en cuenta la relevancia que actualmente se les atribuye a los medios de comunicación como constructores de opinión pública.

A pesar de la dificultad que nos presentó esta falta de información, decidimos avanzar, y dichos esfuerzos se ven plasmados en el siguiente capítulo, donde se intenta dar cuenta

de la estrategia metodológica adoptada, y un posterior trabajo de procesamiento y análisis de las encuestas realizadas.

CAPÍTULO III: ESTRATEGIA METODOLÓGICA Y ANÁLISIS

1. Metodología

En este trabajo entendemos que la metodología utilizada en una investigación habla necesariamente de concepciones epistemológicas y de marcos teóricos generales dentro de los cuales nos movemos a la hora de abordar un problema de estudio. Teniendo en cuenta esta premisa, explicitamos que en nuestra investigación, partimos de un marco teórico que se enmarca en la tradición abierta por la teoría feminista.

También entendemos que ningún método tiene *per se* un enfoque de género que procure la equidad y la eliminación de las formas de desigualdad en nuestra sociedad, sino que es la manera en que son puestos en juego a partir de las preguntas y objetivos de investigación la que determina si contribuyen con estas insoslayables causas.

Al respecto, Harding (1998) afirma que:

“(…) las discusiones sobre métodos (es decir, sobre las técnicas de recopilación de información) y sobre metodologías (esto es, sobre teoría y análisis de los procedimientos de investigación) han estado mezcladas y han incorporado, además, problemas epistemológicos (es decir, cuestiones relacionadas con la teoría del conocimiento adecuado o con estrategias de justificación del conocimiento)”
(Harding, 1998: 1).

A partir de los aportes metodológicos de las teorías feministas, hacemos énfasis en el punto de vista, incorporando experiencias y conocimientos adquiridos y el resultado de la interpretación de dichas situaciones. La autora desarrolla esta teoría del punto de vista con bases en la epistemología feminista, de la cual nos hacemos eco en nuestra investigación, incorporando el reconocimiento del carácter situado de las experiencias de los sujetos a partir de sus diferentes posiciones y roles sociales. Para Harding, la epistemología feminista reflexiona sobre las relaciones de conocimiento con los “objetos” de la investigación, dando lugar a un profundo debate sobre el conocimiento situado.

En nuestro caso elegimos el uso de la encuesta como un método adecuado para relevar la información que necesitamos: la percepción que tienen mujeres y varones que trabajan

en periodismo sobre las estructuras y dinámicas de género en el ámbito laboral de su profesión.

“Si la investigación parte de lo que aparece como problemático desde la perspectiva de las experiencias de las mujeres, la consecuencia es que la investigación tiende a diseñarse a favor de las mujeres (...) los objetivos de una investigación de tal naturaleza consisten en ofrecer a las mujeres las explicaciones de los fenómenos sociales que ellas quieren y necesitan” (Harding, 1998: 6).

Es por esto que entendemos fundamental la propuesta de abordar esta problemática y la articulación entre comunicación y género como un problema de *gestión de poder* y no como una cuestión meramente numérica o cuantitativa.

a) Encuesta: Variables y ejes

Con el fin de relevar los modos en que se manifiesta esta segregación laboral basada en el género, dentro de los escenarios y las prácticas periodísticas que se dan en los medios de comunicación de la provincia de Santa Fe, llevamos adelante una encuesta autoadministrada y anónima. La misma se distribuyó a más de quinientos periodistas de distintas ciudades de la provincia de Santa Fe, a través de la plataforma online del Formulario de Google. La encuesta utilizada como herramienta de investigación, tuvo como objetivo central recoger información sobre las percepciones y opiniones de quienes trabajan en los medios de comunicación de la provincia de Santa Fe, focalizando en la situación profesional y ocupacional de lxs trabajadores de los medios de comunicación en el contexto actual. Recordamos que anteriormente realizamos una primera etapa de indagación, con entrevistas en profundidad dirigidas a mujeres periodistas de la provincia, quienes nos proporcionaron sus percepciones sobre el tema abordado y facilitaron datos para confeccionar la encuesta que finalmente distribuimos de manera masiva. A través de ellas conseguimos las direcciones de correo electrónico de más de quinientos periodistas de toda la provincia.

Posteriormente, a través de vía la aplicación de *formularios web*, ofrecida por *Google Drive* se hizo el envío de una encuesta que reunía un conjunto de preguntas normalizadas

dirigidas a lo que consideramos una muestra representativa. Veintisiete encuestas fueron completadas de manera autoadministrada y sus datos procesados a través de la misma plataforma web.

Cabe aclarar que, tal como explicamos en nuestra introducción, las entrevistas realizadas en la primera etapa indagatoria, permitieron acercarnos a mujeres periodistas con perspectiva de género y referentes de redacciones importantes de la provincia, obteniendo de esta manera una ampliación en el informe sobre las percepciones de periodistas sobre su trabajo.

Estas entrevistas fueron desarrolladas durante los meses de julio y agosto de 2015 en los lugares de trabajo y redacciones de los tres medios gráficos más importantes de la ciudad de Rosario. Las mismas nos permitieron profundizar un diagnóstico del problema teniendo en cuenta las opiniones de mujeres que trabajan en los medios desde una perspectiva de género y su percepción sobre la distribución de tareas y funciones en las redacciones. Estas personas facilitaron el acceso a la base de datos de mails de profesionales del periodismo en la provincia a quienes les fue enviada la encuesta online.

Para nuestro estudio, *Google Drive* fue elegida como la plataforma más adecuada para montar el instrumento de recolección de datos, debido a que su uso es gratuito y teniendo en cuenta la familiaridad que presenta esta plataforma para realizar las encuestas.

La elección de la encuesta online nos permitió un fácil acceso a la gestión de la información recogida, ya que se pudo acceder a una población geográficamente dispersa. Esta modalidad también nos facilitó el procesamiento de dicha información de manera inmediata, y generar una sensación de anonimato a partir de la cual se pudo obtener respuestas más sinceras por parte de lxs periodistas.

Además, en el caso de lxs profesionales del periodismo en la actualidad, el acceso a internet resulta obligatorio, por lo que la cuestión de la accesibilidad no resultó un problema en este trabajo. Para conseguir los contactos y mails de periodistas resultó fundamental el aporte y la permeabilidad de las mujeres periodistas con perspectiva de género que entrevistamos, ya que facilitaron el acceso a base de datos y mailing de

profesionales de la provincia. Para realizar el envío de la encuesta utilizamos una casilla de Gmail creada para tal fin con el nombre de usuario de “Proyecto Medios” y el siguiente párrafo para introducir al formulario:

“Estimado/a:

Esta es una encuesta individual, auto-administrada y anónima. Su objetivo es recoger información sobre las percepciones y opiniones de quienes trabajan en los medios de comunicación y productoras de contenidos de la provincia de Santa Fe, focalizando en la situación profesional y ocupacional de los/as trabajadores de los medios de comunicación en el contexto actual.

Los resultados formarán parte del informe sobre medios realizado en el marco de CONICET y de la Universidad Nacional de Rosario. Responderla requiere entre 10 y 15 minutos. Ni bien la reciba vía email, el tutorial online le permitirá completar todos los campos hasta finalizarla y enviarla. Desde ya muchas gracias por su colaboración.

Te he invitado a rellenar el formulario Investigación: “Género y producción informativa en la provincia de Santa Fe. Cartografía del trabajo de mujeres y varones en los medios gráficos y audiovisuales”.

Para rellenarlo, visita:

https://docs.google.com/forms/d/1SUaqnVYv40tvVFY9ZSUcC8d3FYAKw3R4SmVU98wvRGg/viewform?c=0&w=1&usp=mail_form_link

Las variables de la encuesta fueron articuladas con las temáticas trabajadas en el recorrido sobre los antecedentes y marco teórico de nuestra investigación. A partir de allí estructuramos las encuestas sobre la base de las variables que funcionan como nudos centrales de la investigación, en función de las cuales se fueron desplegando las preguntas que nos parecieron pertinentes para lograr una recolección de datos lo más fidedigna posible.

A partir de preguntas sobre distribución de tareas, conciliación del trabajo con la labor doméstica, formación, y de aquellas que apuntan a la percepción sobre la presencia o no de una feminización en la profesión periodística, se intentó realizar un primer paso en el

diagnóstico de la percepción de periodistas sobre la desigualdad laboral basada en el género en los medios de comunicación de la provincia de Santa Fe.

Mientras que el primer apartado estuvo destinado a la recolección de datos sociodemográficos y de hogar, el segundo ahonda en la situación laboral actual y el tercer y cuarto bloque apuntan específicamente tanto a la dimensión y distribución laboral como a la producción de contenidos en sí. Sobre la problemática en específico que nos preocupa, resultaron fundamentales aquellas preguntas relacionadas con la percepción sobre la presencia femenina en los puestos de responsabilidad en el medio de comunicación y los factores con que se relaciona esta situación. Las preguntas siguientes apuntaron a las desigualdades en el mercado de trabajo, situaciones de acoso sexual y discriminación por razones de género y la presencia o ausencia de perspectiva de género en la formación de lxs profesionales del periodismo.

2. Resultados de la investigación: análisis de la encuesta

En este apartado exponemos algunos resultados obtenidos del análisis de las encuestas realizadas a mujeres y varones que elaboran contenidos informativos en los medios de comunicación de la provincia de Santa Fe con el fin de aportar datos y reflexiones al estudio profundo del trabajo periodístico, incorporando la dimensión de género entre las variables de análisis.

a) Datos sociodemográficos y de hogar

De las encuestas realizadas durante el segundo semestre del año 2015, participaron 27 personas trabajadoras de prensa, de entre 30 y 50 años de edad en promedio, procedentes de ciudades nodales de la provincia de Santa Fe, tales como Rafaela, Ceres, San Lorenzo, Santa Fe, Firmat, Rosario, Empalme Villa Constitución y Sunchales, entre otras. Las encuestas fueron enviadas vía e-mail a través de la aplicación del formulario de Google, el cual permite realizar encuestas online.

En relación a las características sociográficas, podemos afirmar que del total de personas encuestadas, un 60% es casado/a o convive con una pareja de hecho, siendo jefe/a de hogar. Este porcentaje se condice con el 60% de las personas entrevistadas que afirmó

tener hijos, la mayoría menores de diez años. El 40% restante no tiene hijos ni vive en pareja en la actualidad. Este primer número resulta llamativo si se tiene en cuenta las edades que abarca este estudio, que van de los 30 a los 50 años.

b) Situación laboral

La mayor cantidad de las personas encuestadas trabaja en el área de pertenencia de la **radio** (AM y FM: 22 personas) siendo el caso de medios de prensa e información gráficos, impresos o digitales la segunda actividad con mayor participación relevada (16 personas). A esta encuesta respondieron solo ocho personas pertenecientes a medios vinculados a la TV por cable o digital. De las 27 respuestas registradas, un 33% admitió disponer de **otro empleo** no vinculado a los medios de comunicación para generar ingresos. Entre los medios de pertenencia relevados en esta investigación están presentes:

Medios gráficos: La Capital (6), Rosario 12 (3), Grupo Del Sur, El Argentino Rosario, TDC; Radios FM: Mega, Máxima, Punto Biz, Sol, Nacional Santa Fe, Nuevo Mundo; Radio AM: LT9, Radio Nacional; Televisión: Canal 5, productora propia para Cablevisión.

Si bien estos son algunos de los medios relevados, cabe destacar que en muchos casos las personas eligieron no contestar la pregunta donde se consultaba sobre el medio de pertenencia. Podemos realizar un esbozo de hipótesis para analizar los motivos de esta desconfianza, asimilando que este factor indicaría un **miedo** generalizado que habita las redacciones, a la hora de requerir a lxs periodistas que expliciten sus opiniones como empleadxs en relación a las políticas comunicacionales de las empresas.

Esto también aparece a la hora de contrastar la cantidad de encuestas concretadas en relación con la cantidad de respuestas que se esperaban - de más de 500 encuestas enviadas solo fueron contestadas 27.

Entre las personas encuestadas solo ocho afirmaron ser parte de la dirección del medio o espacio, siendo mayoría las tareas de **redacción y producción** a cargo de las personas entrevistadas. En este sentido es también importante destacar que solo un 44% afirmó ser empleado contratado permanente contra un 24 % que trabaja de manera *freelance* o temporaria. El 30 % restante admite ser empleador, propietario o pertenecer a otra categoría de empleo. A partir de estos primeros datos sociolaborales ampliaremos en

aquellos aspectos más específicos que nos permitan analizar cómo se da la **distribución** de tareas hacia dentro de dichos medios y las percepciones de las personas encuestadas sobre desigualdad de género en sus lugares de trabajo, entrelazando las categorías conceptuales con el análisis del material recolectado.

c) **Techo de cristal, brecha salarial y feminización de la profesión periodística.**

A partir de los datos arrojados por la encuesta realizada, podemos relevar aspectos que tienen que ver con cómo se da la distribución laboral teniendo en cuenta la dimensión del género. Realizando un análisis sobre los datos registrados en la investigación a nivel general podemos afirmar que el promedio de participación en los medios en función al género es **menor al 30% para el caso de la participación femenina**. Este dato se condice con el consultado al gremio local (Sindicato de Prensa de Rosario- SPR), el cual releva que, del total de trabajadores de prensa de la 2da. Circunscripción de la provincia de Santa Fe, el 29,34% son mujeres.

En relación a los **cargos directivos y jefaturas** ocupados por mujeres en los medios relevados, la mayoría indicó que la presencia de mujeres en espacios de toma de decisión es igual o **menor al 10%** del total. La presencia femenina en los puestos de responsabilidad aparece para estos trabajadores como poca o muy poca (52%).

Esta problemática se relaciona con la desarrollada anteriormente a partir del concepto de **techo de cristal**. Diversos autores que investigan en este campo han retomado este concepto para referirse a la desigualdad en la toma de decisiones: *“El techo de cristal, término acuñado por una columna del Wall Street Journal, es un fenómeno global que, según la International Federation of Journalists reunida en 2001 en Seúl, implica que apenas el 1% de los puestos ejecutivos en los medios de comunicación a nivel mundial recaigan en mujeres”* (Rivero Santamarina, Meso Ayerdi & Peña Fernandez, 2015: 572).

Entre los factores que determinan esta baja presencia de las mujeres en los puestos directivos, según las encuestas aparecen entre los motivos posibles la *“Falta de reconocimiento de las capacidades laborales de las mujeres”* (29,6%), *“Es parte de las características propias de la cultura organizacional de la empresa”* (33,3), *“No se piensa en que debe haber paridad en el acceso a puestos directivos/ejecutivos”* (29,6%). También

aparecen como factores determinantes tanto la *“Falta de políticas que favorezcan diversidad de género en cargos directivos”* (18,5%) como las *“dificultades para conciliar vida laboral y familiar”* (14,8%).

En relación a las diferencias aptitudinales entre mujeres y varones, la mayoría indicó que la mujer tiene, en relación a los varones, mayor o igual *preparación académica, dedicación, y capacidad organizativa y de gestión*. Asimismo identifican que cuenta con una menor *disponibilidad horaria y menos apoyo* por parte de los directivos que sus pares varones.

La mayoría consideró acertada la consideración de que en los medios también sucede que *“el mercado laboral reproduce las desigualdades de género existentes en nuestra sociedad”*.

Entre los obstáculos que aparecen como la principal causa de la poca participación laboral de las mujeres en los medios, aparecen los factores de *“Menor disponibilidad horaria para las exigencias del trabajo en los medios de comunicación respecto de los varones”*, siguiendo en esta lista la *“Imposibilidad de acceder a cargo de mayor jerarquía respecto de los varones”*, dejando en un segundo plano el *“Menor nivel de remuneración salarial respecto de los varones”*, y las *“Dificultades para participar activamente en las actividades sindicales”*. En esta sección algunas de las personas consultadas eligieron la opción *“OTRA”*, dejando aclarado que a su entender *“no hay obstáculos”*. Consultando la base de datos y cruzando las respuestas obtenidas, pudimos dilucidar que la mayor parte de los varones que contestaron la encuesta afirmaron *que no existen obstáculos en la participación laboral de las mujeres en los medios*. Ante la posibilidad de realizar una sugerencia en este punto aparece cierta hostilidad y cuestionamiento sobre la legitimidad de la encuesta y la investigación, *“nada de las sexistas preguntas planteadas aplican en MI experiencia actual”*, *“En Grupo (x) no ocurre nada de ello, la mayoría son mujeres”* e incluso la pregunta *“¿en base a qué dicen que hay obstáculos?”*. Este aspecto se puede relacionar con un fenómeno que mencionábamos anteriormente y en estudios europeos es llamado **“feminismo domesticado”**. Entender que esta problemática es central y no ocurre solo en determinadas excepciones y casos aislados, sino que significan un factor

constitutivo de las estructuras organizacionales mediáticas, parece ser una de las tareas a ser desarrolladas hacia el futuro en la búsqueda por una mayor equidad en los medios.

Un gran porcentaje de la población que respondió a la encuesta, estuvo de acuerdo con que: *“El acceso de las mujeres a puestos directivos es cuestión de tiempo”* (59, 3%), *“Las mujeres se esfuerzan más que los varones para recibir el mismo reconocimiento en el trabajo”* (59, 3%), *“La sociedad está organizada de tal forma que dificulta que las mujeres alcancen poder o jerarquía en el mercado laboral”* (59, 3%).

En cambio, se manifestaron en desacuerdo con la idea de que *“Los puestos directivos en el medio de comunicación son fácilmente accesibles para las mujeres”* (51,9%) y de que *“En los medios de comunicación hay mayores grados de igualdad social que en otros ámbitos”* (51,9%).

No hubo acuerdo en relación a que *“Los medios de comunicación son un campo laboral mayoritariamente masculino en el que las mujeres son menos valorada”*, en este caso hubo un empate en 48,1% entre las personas que estuvieron de acuerdo y aquellos que se manifestaron en desacuerdo con dicha afirmación.

Acerca de la pregunta *“¿Considera que su sindicato debe promover la igualdad de oportunidades para varones y mujeres en el acceso a puestos directivos/ejecutivos de las empresas de comunicación?”*, hubo un amplio nivel de acuerdo en que es necesario que el gremio del sector ocupe esta tarea de dinamizar e impulsar una mayor igualdad en la participación según género de los medios locales: 77,8% votaron Sí.

En la mayoría de los casos, la percepción sobre la participación de las mujeres en puestos directivos y decisorios es que en la actualidad es nula o muy reducida, manifestando las fuertes barreras ascendentes que reproducen esquemas de segregación laboral de acuerdo al género.

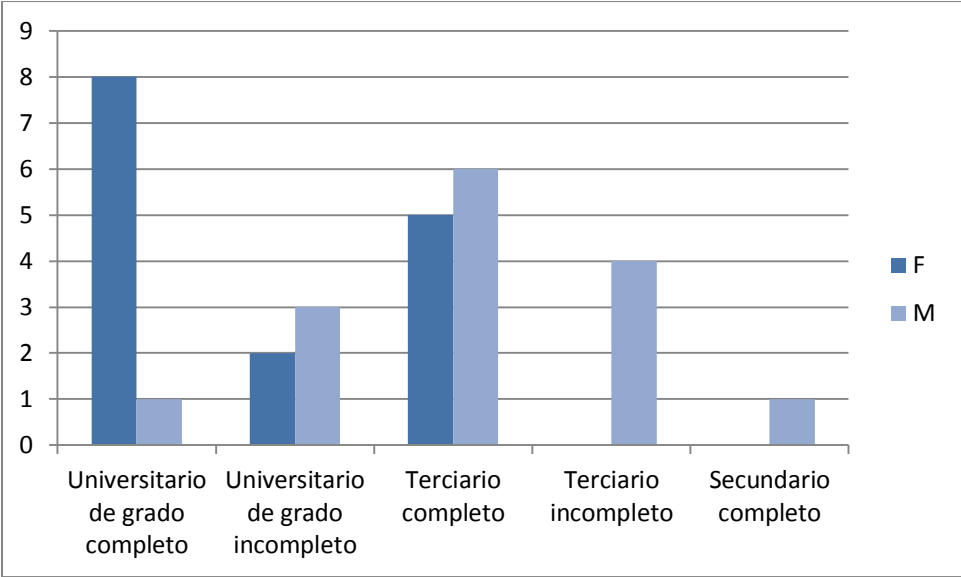
Sobre de las situaciones de **abuso**, acoso sexual o discriminación por razones de género, la mayoría (74,1%) negó conocer casos en que se produjera dicha situación, mientras que un 11% admitió haber registrado situaciones de este tipo más de una vez e incluso con frecuencia. El 81,5% de las personas encuestadas reconocieron desconocer (NS/NC) qué sector o área de la empresa toma este tipo de casos, ni si se produjeron medidas

específicas para alcanzar soluciones adecuadas y reparatorias en estas situaciones. Aquellas personas que sí registraron este tipo de situaciones de abuso, admitieron que en ninguno de los casos se lograron soluciones adecuadas ni reparatorias (11,1%).

En el caso específico de nuestra investigación, y en relación a los estudios alcanzados, es mayoría la población que realizó **estudios** terciarios completos o incompletos (50%), en relación a quienes cursaron estudios universitarios o secundarios.

Desagregando este porcentaje, podemos afirmar *que la formación académica es dispar en función del género al que pertenecen*; los datos estudiados arrojan que las mujeres son quienes han realizado más estudios y poseen mayor formación académica en relación a sus pares varones. Esta diferencia se puede observar claramente en el siguiente cuadro porcentual:

Cuadro 2: Nivel de formación según género



Fuente: elaboración propia.

Este cuadro explicita que las mujeres que trabajan en medios en Santa Fe tienen un nivel de estudios mayor que sus pares varones, quienes en su mayoría eligen estudios terciarios, completos o incompletos, sobre la formación académica universitaria. Esta incongruencia puede ser vinculada con lo que en otros países se nombra como una *pseudo* feminización de la profesión periodística. Tal como se mencionaba en el apartado

sobre nuestros antecedentes teóricos, sobre esta diferencia, podemos referirnos nuevamente al estudio de la situación en España, donde se afirma que:

“En datos de la Asociación de la Prensa de Aragón (2008), que elabora el informe profesional más completo en función de género que existe actualmente, se confirma que las mujeres que trabajan en los medios de comunicación están académicamente más preparadas que sus compañeros. Sin embargo, no son ellas quienes ocupan los puestos directivos. El 70% declara abiertamente sufrir obstáculos en su promoción profesional y son también ellas quienes más padecen la precariedad laboral: el 30% tiene contratos de carácter temporal y el 40% detecta discriminación salarial. Según el estudio sobre Inserción Laboral realizado por la Universidad del País Vasco (2008), las mujeres que optan por estudios denominados “sociales”, entre los que se encuentra el Periodismo, deben enfrentarse a mayores tasas de desempleo y a una inferior retribución económica” (Rivero Santamarina, et al., 2015; 568).

Para esto, retomamos nuevamente a Harding (1998) quien afirma que los primeros estudios de género se realizaron desde una óptica que en nada aporta al avance en la búsqueda de la equidad. Dentro de estos estudios sitúa a los análisis sumacionistas como aquellos estudios que desde la investigación feminista, se pretendía sumar o agregar a las mujeres a los análisis, como si con ello bastase para lograr una inserción de las mujeres en la ciencia.

Es en congruencia con esta crítica, que entendemos que la idea de **feminización** de la profesión periodística, propuesta por algunos estudios, no es certera. Si bien es cierto que se ha producido una paulatina incorporación de la mujer a un mundo hasta hace algunos años negado, esto no implica necesariamente que se hayan modificado las estructuras y los vínculos dentro de estas organizaciones sociolaborales. En nuestra provincia se registra de la misma manera, un aumento en la cantidad de graduadas de carreras afines, así también como un mayor rendimiento de las mujeres en las carreras universitarias. Por mencionar solo un ejemplo, según la Escuela de Comunicación Social de la UNR (2015) en el 2015 del total de personas que egresaron de la Licenciatura de Comunicación Social

solo un 29% pertenece al género masculino¹². Este porcentaje no se condice con la inserción de las mujeres en una profesión que al día de hoy puede seguir considerándose centralmente masculinizada.

Por otra parte, en nuestra investigación, la **brecha salarial** está presente en el relato en persona de las mujeres entrevistadas, quienes dieron cuenta de situaciones donde fueron excluidas por su condición de género, aun cuando esta exclusión se haya realizado vía mecanismos invisibilizados. En el caso específico de las personas que contestaron la encuesta online, y en relación a la diferencia salarial por discriminación genérica, la mayor parte de las persona consultadas estuvo de acuerdo con que *“Varones y mujeres perciben la misma retribución salarial por igual tarea que las mujeres según convenio colectivo de trabajo”*, aunque también muchos reconocieron que *“La retribución salarial percibida tanto por varones como por mujeres está sujeta a acuerdos y negociaciones personales con empleadores/as”*. Varias fueron las personas que destacaron que *“Aunque el convenio iguala a varones y mujeres, es más fácil para los varones acceder a cargos de mayor jerarquía con mejores remuneraciones”*, lo que implica un mecanismo encubierto de segregación laboral.

En los resultados de las encuestas realizadas para esta investigación, teniendo en cuenta que la mayoría de las mujeres encuestadas cuentan con mayor nivel académico y de formación, debemos concluir que estas capacidades no se traducen en un mayor acceso a lugares de toma de decisión ni cargos jerárquicos, lo que evidencia una discriminación dentro de esta profesión, la cual halla su correlato con las tendencias internacionales del mercado laboral en sus diversas ramas y actividades.

Asimismo, tal como mencionábamos en el apartado de nuestros antecedentes, la **conciliación vida familiar – trabajo**, es clave a la hora de entender el lugar que se les da (o mejor dicho, que se les niega) a las mujeres dentro de las dinámicas sociolaborales del campo de la comunicación. En los resultados arrojados por nuestra investigación, si bien se menciona el reparto de tareas y la presencia de un tercero a cargo de las tareas del hogar, en cuanto a la compaginación entre las obligaciones domésticas y/o familiares con

¹²Fuente: Escuela de Comunicación Social, Tesinas. Recuperado el 16 de Mayo de 2016 de: <http://www.fcpolit.unr.edu.ar/publicaciones/tesinas/tesinas-de-comunicacion-social/>

el desempeño en el trabajo, un 55,6% de las personas consultadas afirmaron compatibilizar los deberes familiares y las tareas de cuidado con las responsabilidades laborales a través de un “*Reparto de tareas*”. Un 22,2% señaló lograrlo mediante “*colaboración externa o empleada*”, y solo el 14,8% afirmó arreglárselas solo/a para alcanzar una conciliación entre el trabajo doméstico y el trabajo en medios.

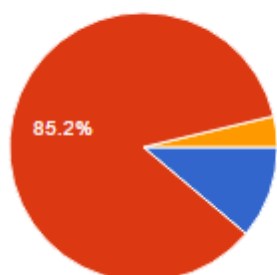
Si consideramos que, tal como lo definimos en nuestro marco teórico en relación al concepto de economía del cuidado, actualmente en nuestras sociedades es en las mujeres en quienes recaen estas tareas, esta situación daría cuenta de que las mujeres tienen mayores dificultades para conciliar la vida familiar con la profesional.

d) Capacitación y formación con perspectiva de género.

Si bien el 85,2% afirmó no haber recibido capacitaciones con “*perspectiva de género*” en su trabajo, una amplia mayoría estuvo de acuerdo en que “*se deberían promover foros de discusión y capacitaciones internas sobre desigualdades de género*” en el trabajo (59, 3%). En este punto, se destacó que quién debería llevar adelante los foros de discusión y las capacitaciones internas sobre desigualdades de género son: *los organismos públicos* (58,3%), *especialistas en el tema provenientes e instituciones académicas* (41,7%), y *la propia empresa* (33,3%) o *el sindicato* (16,7%).

Cuadro 3: Formación con perspectiva de género

34. ¿Ha recibido capacitaciones con “perspectiva de género” en su trabajo?



Si	3	11.1%
No	23	85.2%
NS/NC	1	3.7%
Si	3	11.1%
No	23	85.2%
NS/NC	1	3.7%

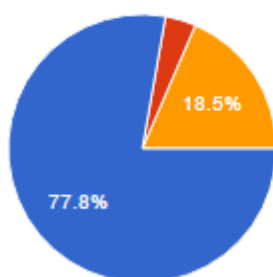
Fuente: elaboración propia.

En cuanto a la producción de contenidos en los medios en los que trabajan las personas encuestadas, predomina, a su entender, *“una visión equilibrada de los roles que desempeñan varones y mujeres en la sociedad”*, y que *“promueve la diversidad de género y sexual”* (75%). Por otra parte, el 25% restante admitió que en la producción de contenidos en sus lugares de trabajo prima una visión que *“refuerza los estereotipos más tradicionales de las mujeres y varones”*.

Para regular o modificar los contenidos emitidos por el medio se propone principalmente realizarlo por medio de *capacitaciones a los/as periodistas* (64%) o directamente mediante una *formación con perspectiva de género en escuelas de periodismo y afines* (44%). No fueron muchos quienes afirmaron que la sanción mediante la defensoría del público a las empresas o a través del sindicato se puede transformar los contenidos emitidos.

Cuadro 4: El rol del sindicato en la igualdad de oportunidades

29. ¿Considera que su sindicato debe promover la igualdad de oportunidades comunicación?



Si	21	77.8%
No	1	3.7%
NS NC	5	18.5%
Si	21	77.8%
No	1	3.7%
NS NC	5	18.5%

Fuente: elaboración propia.

Frente a esta situación, la mayoría hacen hincapié en la necesidad de incluir la perspectiva de género desde las instancias formativas, tanto en las carreras de Comunicación social, como en los terciarios sobre Periodismo, haciendo referencia a lo difícil que resulta cambiar hábitos que subsisten desde hace años en las redacciones. Cabe destacar que estas percepciones críticas en muchos casos se asocian a las diferencias generacionales que determinan las prácticas de quienes conviven en estos espacios.

CAPÍTULO IV: CONSIDERACIONES FINALES

Con este análisis hemos podido dar cuenta del objetivo general del trabajo cuyo propósito consistió en analizar la participación de mujeres y varones en la producción de contenidos informativos de los medios de la provincia de Santa Fe, a partir de la sanción de las leyes N° 26.522 y 26.485 en el año 2009, atendiendo a los modos de segregación laboral y a los mecanismos con que opera el “techo invisible” en los medios.

Luego del acercamiento al campo de estudio a través de este trabajo exploratorio, podemos afirmar que es necesario seguir avanzando en la producción de datos e informes que aporten a la construcción de conocimientos que ocupen esta área de vacancia desde el campo de las investigaciones sobre comunicación y género.

Desde un primer contacto con la temática a investigar hemos registrado la falta de datos y la ausencia de información sobre la problemática en nuestra región. No obstante, resultan abundantes y de una gran riqueza académica las producciones investigativas que se han desarrollado en otros países de la región y del continente europeo sobre la temática. A partir de las herramientas que aportan estas investigaciones, creemos que se puede avanzar en el análisis sobre las condiciones en que se da la producción de contenidos en los medios locales.

Creemos que los debates actuales sobre el rol de los medios en la construcción de realidades, estereotipos de género, consumos culturales, economía del cuidado, deben incluir dentro de su abordaje perspectivas que visibilicen la diferencia en la distribución del poder que se genera dentro de las redacciones y demás espacios de producción de contenidos. Nos parece fundamental profundizar en futuras investigaciones, en una necesaria sistematización de los estudios sobre género y comunicación, que analice cómo se ha desarrollado este vínculo en nuestro país.

En relación a los aspectos relevados de las leyes N° 26.522 y 26.485 que promueven la equidad de género y el acceso igualitario a la producción de contenidos mediáticos, creemos que su implementación ha sido lenta aunque progresiva. La creación de algunos organismos tales como la Consejería de la Mujer, la Defensoría del Público, etc., han posibilitado que se produzcan avances en la materia, aun así, creemos que falta mucho

por hacer para avanzar en la búsqueda por una verdadera igualdad de derechos. Aún así, la participación diferenciada de varones y mujeres en los escenarios laborales de los medios de comunicación de la provincia de Santa Fe, pone en evidencia la persistencia de una cultura periodística que no ha logrado incorporar los cambios impulsados por normativas que promueven la igualdad de oportunidades. Es por ello que consideramos que las normativas aquí referidas como marcos contextuales, deben avanzar en su efectividad para modificar las cuotas de género y el reparto de tareas en los medios. A pesar del avance que significaron estas reformas legislativas, es evidente que falta mucho recorrido en la implementación de las mismas, incluyendo campañas de sensibilización y políticas públicas que tiendan a visibilizar esta problemática.

Otra línea de investigación que entendemos que debe ser abordada hacia adelante en futuros proyectos, debe abordar la problemática de los procesos reales de inserción profesional en el mercado laboral de la región, teniendo en cuenta la ya mencionada incongruencia existente entre las matrículas de formación educativa en carreras afines y la participación de mujeres en la producción de contenidos.

A partir de las encuestas analizadas, y en relación comparativa con otros estudios similares (ver encuestas similares desarrolladas en Uruguay, Chile, España¹³), podemos afirmar que en las organizaciones sociolaborales de los medios se reproduce en mayor o menor medida, las relaciones esperables dentro de la estructura patriarcal de las sociedades en que vivimos, que atribuyen a las mujeres determinados estereotipos y roles, y no otros.

Esta desigualdad salta a la vista cuando se analizan los lugares que se ocupan en cada espacio laboral las personas que trabajan en medios de comunicación. Así podemos observar que en la mayoría de los casos, las mujeres no participan de los lugares de toma de decisión ni forman parte de las definiciones y líneas editoriales de los principales medios en la provincia.

¹³ Para el caso de Chile ver Mellado, C.; Salinas, P.; Del Valle, C., y González, G. (2010), para el caso uruguayo ver: APU (2012), para el caso español ver: López Diez (2002); Gallego (2002); Papí Gálvez (2008-2015); Rivero Santamarina *et al.*, (2015).

Una incipiente sensibilización en torno al tema, para el caso de las mujeres, queda evidenciada a partir de las encuestas. Son los varones quienes afirman en su mayoría desconocer situaciones en que se produzcan discriminaciones de género, mientras que las mujeres enuncian una constante exclusión, la mayoría de las veces invisibilizada hasta por ellas mismas.

Al parecer invisibilizada la problemática aquí planteada, la sensibilización aparece como una tarea primaria para pensar algún tipo de propuestas que avancen en la implementación de estas leyes que buscan una mayor equidad. Esta necesaria sensibilización puede ser promovida por campañas publicitarias, como las estudiadas por Papí Gálvez (2013).

En relación a las encuestas también podemos mencionar que la mayoría de las personas afirma que la sensibilización en torno a esta problemática dentro de los profesionales debe ser garantizada desde las instancias de formación. La mayoría coincide en que es en ese primer momento, formativo y de aprendizaje, donde se pueden asimilar los cambios que conduzcan a una ampliación del compromiso de los periodistas con la perspectiva de género.

En nuestra región, a pesar del inminente aumento de mujeres egresadas de carreras vinculadas al periodismo, la comunicación social y la producción audiovisual, y aun contando con leyes que fomentan la inclusión de formación con perspectiva de género para estas disciplinas, aun es una deuda pendiente incorporar en la currícula una perspectiva de género que posibilite una mayor inclusión en la formación de comunicadores.

Resulta fundamental la inclusión dentro de las ciencias sociales, en general, y del campo de la comunicación en particular, de esta perspectiva ya que este campo *“Se trata de una dimensión constitutiva de las relaciones sociales, mediadas por una lógica de poder cuyos dispositivos y formas de funcionamiento operan en el orden de lo simbólico y delimitan marcos de acción de los y las ciudadanos/as en función de las diferencias”* (Rosales, 2013).

En cuanto al lugar de aquellos entes creados a fines de regular estos aspectos, tales como el AFSCA o la Defensoría del público, existe entre las periodistas una visión de que, si bien

es necesario que existan sanciones, esta función no modifica el origen del problema, al cual la mayoría lo ubica en el momento de la formación profesional y el momento de socio aprendizaje.

Queríamos mencionar en este punto de la investigación los comentarios *off the record* que se pudieron relevar en instancias en que se realizaron las entrevistas en persona. En estas instancias, las periodistas consultadas se mostraron mucho más permeables a relatar experiencias singulares, en sus diferentes trayectos de vida, en donde quedan evidenciadas la exclusión de parte del “grupo” de trabajo, por su condición de género.

Si bien en sus ámbitos de trabajo prima un clima de complicidad con los compañeros, en la mayoría de los casos las mujeres encuestadas que pertenecen a medios regionales tales como el diario *Rosario*, *La Capital*, y *El Ciudadano y su gente*, pudieron comentar de manera *off the record* que dentro de sus trayectos de vida y su carrera periodística se encontraron varias veces con situaciones en que su condición de género les jugó una mala pasada. Por más que en su cotidianidad junto a varones en las redacciones prime un ambiente de solidaridad y cierta “actitud progresista” por parte de sus compañeros, en la mayoría de los casos, explicaron las periodistas, la segregación viene dada en modo de chistes o comentarios por lo bajo que intentan desacreditarlas.

A través de estos mecanismos, en el relato de las encuestadas, aparece una idea de la profesión como periodistas - fortalecida en aquellos casos en que se consideren periodistas con enfoque de género-, como un camino en cuesta arriba; la mayoría de las encuestadas en persona son identificadas en su cotidianidad como las “*hinchapelotas feministas*”, situación que se repite en todas las redacciones visitadas.

A su vez en estas entrevistas en persona se puede notar un tránsito a lo largo de la conversación que lleva a un cambio en la postura de las personas consultadas. Si bien la conversación inicial, en la mayoría de los casos, sostiene un tono defensivo y, de alguna manera cómplice o casi corporativo por parte de las mujeres -quienes aparecen desde un primer momento defendiendo la *cultura organizacional de su profesión*-, a lo largo de la encuesta y en función de algunas temáticas que se van abordando, puede observarse en ellas un cambio en la postura, que pasa a ser de mayor denuncia y menos defensiva de sus

pares varones. Fue hacia el final del encuentro cuando la mayoría de las mujeres hicieron algunos relatos *off the record*, de situaciones que daban cuenta de alguna situación de exclusión.

Entre los relatos podemos hacer algunas referencias no textuales: *“no acepté ese cargo porque sabía lo que lo que seguía después de ese lugar de exposición... que me echen”*; *“Tuve que aguantar que el jefe de sección hable de las malcogidas feministas refiriéndose a la tapa del ocho de marzo”*; *“mis compañeros están haciendo chistes todo el día y haciéndote sentir una pesada, te convertís en la hinchapelotas del grupo”*.

Estas voces dan cuenta de lo pesado que resulta en esta profesión, ubicarse primero como mujer y, aún más como mujer feminista o con perspectiva de género. Sin lugar a dudas queda mucho camino por recorrer en la búsqueda por una mayor igualdad en los espacios de trabajo de los medios locales, y en ese plano la academia necesita actualizar sus debates e incluir en sus currículas los cambios, avances y conquistas en la conquista de derechos del movimiento de mujeres y feminista, visibilizando tanto la desigual distribución del poder hacia dentro de las redacciones, como la responsabilidad social de los comunicadores en la producción de contenidos que no reproduzcan estereotipos de género.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- Amado Suárez, A. (2012). Periodismo argentino: en busca de datos sobre la profesión. En Martini, S. & Luchessi, L. (eds), *Los que hacen la noticia*. Buenos Aires, Biblos, pp. 113-135.
- Amorós, C. (1994). Espacio público, espacio privado y definiciones ideológicas de 'lo masculino' y 'lo femenino'. En C. Amorós, *Feminismo, igualdad y diferencia* (1st ed., pp. 23-52). Mexico: UNAM.
- Arrueta, C. (2006). Estudios sobre emisores y procesos productivos en medios de comunicación: estado de la cuestión en Argentina. En *X Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación*, San Juan: Red Nacional de Investigadores en Comunicación. Recuperado de <http://www.redcomunicacion.org/memorias/pdf/2006ararrueta1.pdf> el 16 de mayo de 2016.
- APU (2012). Las condiciones del ejercicio profesional de mujeres y hombres en los medios de comunicación. Recuperado de <http://www.apu.org.uy/institucional/las-condiciones-del-ejercicio-profesional-de-mujeres-y-hombres-en-los-medios-de-comunicacion> el 16 de mayo de 2016.
- Castillo, V., Novick, M., Rojo, S., & Tumini, L. (2007). Gestión productiva y diferenciales en la inserción laboral de varones y mujeres. Estudio en cuatro ramas de actividad. En *El Trabajo Femenino en la Post Convertibilidad* (1st ed.). Buenos Aires: CEPAL.
- Chaher, S. (2014). Implementación en Argentina de un marco normativo auspicioso sobre comunicación y género. En Chaher, S. (comp.), *Políticas públicas de comunicación y género en América Latina*. Un camino por recorrer. Buenos Aires: Eudeba.
- D'Alessandro, M., Brosio, M., Guitart, V., & Urrutia, A. (2016). *Economía Femini(s)ta | #NiUnaMenos*. *Economiafeminita.com*. Recuperado el 16 de Mayo de 2016, de <http://economiafeminita.com/>
- Elizalde, S. (2007). "De encuentros y desencuentros. Hacia un mapa indicial del vínculo género/comunicación". *Cuadernos Críticos de Comunicación y Cultura*. Buenos Aires, pp. 15 – 40.

- Fabbri, L. (2013). *Apuntes sobre Feminismos y construcción de Poder Popular*. Rosario: Puño y Letra.
- Faur, E. & Zamberlin, N. (2007), Gramáticas de género en el mundo laboral. Perspectivas de trabajadoras y trabajadores en cuatro ramas del sector productivo del área metropolitana de Buenos Aires”. En *El Trabajo Femenino en las Post Convertibilidad*. Buenos Aires: Cepal
- Federici, S. (2004) *Calibán y la bruja. Mujeres, cuerpo y acumulación originaria*. Madrid: Traficantes de sueños.
- Firestone, S. (1976). *La dialéctica del sexo*. Barcelona: Anthropos.
- Foro de Periodismo Argentino (FOPEA) & CIO Argentina (2011): Encuesta sobre los periodistas y su profesión. Buenos Aires: FOPEA. Recuperado el 16 de Mayo de 2016 de: http://www.fopea.org/Etica/Encuesta_sobre_Periodismo
- Gallego, J. (dir.) (2002). *La prensa diaria por dentro. Producción informativa y transmisión de estereotipos de género*. Barcelona: Libros de la Frontera.
- García de Cortázar M. & García De León M. (coord.) (2000). *Profesionales del periodismo. Hombres y mujeres en los medios de comunicación*. Madrid: CIS.
- Gayle S. Rubin, (1986). “El tráfico de mujeres: notas sobre la economía política del sexo”, en Nueva Antropofagia, Vol. VIII, Recuperado el 16 de Mayo de 2016 de: http://e-mujeres.net/sites/default/files/espacio_publico_espacio_privado_definiciones_ideologicas_masculino_femenino_0.pdf
- Guitart, V. (2016). Una economía con mirada feminista. Recuperado el 16 de Mayo de 2016 de: <https://notas.org.ar/2016/03/17/economia-mirada-feminista/>. Buenos Aires.
- Harding, S. (1998). ¿Existe un método feminista? En Bartra, Eli (Comp.), *Debates en torno a una metodología feminista*. México, DF: Universidad Autónoma Metropolitana, pp. 9-34.
- Ley Nº 26.485. Boletín Oficial de la República Argentina, Buenos Aires, Argentina, 14 de abril de 2009. Recuperado el 16 de Mayo de 2016 de:

<http://www.infoleg.gov.ar/infolegInternet/anexos/150000-154999/152155/norma.htm>

Ley Nº 26.522. Boletín Oficial de la República Argentina, Buenos Aires, Argentina, 10 de octubre de 2009. Recuperado el 16 de Mayo de 2016 de: <http://www.infoleg.gov.ar/infolegInternet/anexos/155000-159999/158649/norma.htm>

López Diez, P. (2002). *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.

López Diez, P., Ortiz Sobrino, M. & Cuesta Rico, J. (2004). *Manual de información en género*. Madrid: Instituto Oficial de Radio y Televisión, Publicaciones.

Mellado, C.; Salinas, P.; Del Valle, C. & González, G. (2010). Mercado laboral y perfil del periodista y educador de periodismo en Chile: Estudio comparativo de las regiones de Antofagasta, Biobío, Araucanía y Metropolitana. En *Cuadernos de Información* 26, pp. 45 - 64.

Millet, K. (1975). *Política Sexual*. México: Aguilar.

Moreno, A. (2010). Mujeres y ciencia: de la negación y la invisibilidad a las aportaciones para la renovación de las Humanidades y las Ciencias Sociales en la era digital. En R. Philipp (Ed.), *Investigaciones actuales de las mujeres y del género*. Barcelona: Universidade de Santiago de Compostela, pp. 37- 57.

Moreno, A., Simelio, N. & Rovetto, F. (2013). La representación del trabajo de las mujeres en los medios de comunicación. En Sarmento, C. (coord.), *Intercultural, Communication, Representation and practices: a Global approach*. Porto: ISCAP.

Navarro, N., Mangione, G. & Giancrisostomo, M. (2013). Santa Fe: A 4 años de la ley de medios (actualización). Recuperado el 16 de Mayo de 2016 de: <http://www.brujulacomunicacion.com/index.php/informes/item/994-santa-fe-a-5-anos-de-la-ley-de-medios-actualizacion>

ONU (1995). La mujer y los medios de difusión. En *Declaración de la Plataforma de Acción de Beijing*, Cap. III, Ap. J (pp. 171-177). Recuperado el 16 de Mayo de 2016 de:

http://www.unwomen.org/~media/headquarters/attachments/sections/csw/bpa_s_final_web.pdf

- Panaia, M. (2008). Una revisión de la sociología de las profesiones desde la teoría crítica del trabajo en la Argentina. Santiago de Chile: Naciones Unidas.
- Papí Gálvez, N. (2007). El significado de profesión y su influencia en la conciliación con la vida familiar. *En Comunicación e ciudadanía. Revista internacional de xornalismo social*, N. 1 . Galicia: Colexio Profesional de Xornalistas de Galicia, pp. 135-144.
- Papí Gálvez, N. (2008). ¿Maternidad y periodismo? La conciliación de la vida familiar y laboral en la prensa diaria valenciana. *En Comunicación e ciudadanía: revista internacional de xornalismo social*. N. 2, pp. 297-320. Galicia: Colexio Profesional de Xornalistas de Galicia
- Papí Gálvez, N. (2008). *El género entre bastidores. El caso de las periodistas de la Comunidad Valenciana*. Alicante: Universidad de Alicante.
- Papí-Gálvez, N.; Orbea Mira, J. (2015). "La comunicación institucional con fines políticos: el caso de las campañas de igualdad de género". *Anàlisi. Quaderns de Comunicació i Cultura*, 52: 47-62. Barcelona: DOI. Recuperado el 16 de Mayo de 2016 de: <http://dx.doi.org/10.7238/a.v0i52.2393>
- Pateman, C. (1995). *El contrato sexual*. Barcelona, España, Anthropos.
- Ripoll, C. (2014). La división sexual del trabajo. Recuperado el 16 de Mayo de 2016 de: <http://sociologos.com/2014/07/27/la-division-sexual-del-trabajo/>
- Rivero Santamarina, D., Meso Ayerdi, K. & Peña Fernandez, S. (2015): La feminización de los estudios de Periodismo: análisis del caso español. *Revista Latina de Comunicación Social*, 70 (1): 566-583. Recuperado el 16 de Mayo de 2016 de: <http://www.revistalatinacs.org/070/paper/1060/30es.html>
- Rosales, M. (2013). Hacia la conformación de la Red de Observatorios de comunicación y género. *Tram[p]as de la Comunicación y la Cultura*, 74: 57-61. Recuperado de: <http://www.youblisher.com/p/672362-Hacia-la-conformacion-de-la-Red-de-Observatorios-de-comunicacion-y-genero/>

- Rovetto, F. (2012). Estudio de la representación del trabajo de las mujeres en las noticias de actualidad. Análisis comparado de la prensa española y argentina. *La Trama de la Comunicación*, 16: 301-321. Rosario, Argentina: UNR Editora. Recuperado el 16 de Mayo de 2016 de: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1668-56282012000200009
- Rovetto, F. (2012). Estudios feministas y medios de comunicación: Avances teóricos y periodísticos en España y Argentina. *Revista F@ro*, 1 (16): 14-27. Recuperado el 16 de Mayo de 2016 de: <http://www.revistafaro.cl/index.php/Faro/article/view/255>
- Rovetto, F. (2012). Mujer y universidad. Aportes para profundizar la incorporación de los Estudios de Mujeres en las universidades del MERCOSUR. *Núcleo De Estudios e Investigaciones En Educacion Superior Del MERCOSUR*, 1. Córdoba: MERCOSUR.
- Rovetto, F. (2013). Trabajo y desigualdades de género según las experiencias de las periodistas rosarinas. *Del prudente saber y el máximo posible de saber*, 8. Paraná: Facultad de Ciencias de la Educación.
- Rovetto, F. (2013). Percepciones sobre desigualdades de género en el trabajo periodístico. *Global Media Journal*, 10 (20): 54-73. Monterrey: Centro de Investigación en Comunicación e Información del Tecnológico de Monterrey. Recuperado el 16 de Mayo de 2016 de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=68730969004>
- Rovetto F. & Figueroa, L. (2015) La cocina del trabajo periodístico. Desigualdades de género y distribución de poder en las redacciones informativas de la provincia de Santa Fe. *Question*. Vol. 1, N. 48. Recuperado el 16 de mayo de: <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/2711>.
- Scott, J. W. (1986). El género: una categoría útil para el análisis histórico. *Historical review*, N. 91, pp. 1053-1075.
- Soriano, J. (2005). La incorporación de la mujer a la profesión periodística en España: crítica a la hipótesis de la feminización. *Revista F@ro*, N. 2. Valparaíso: Departamento de Ciencias de la Comunicación, pp. 353-368.

Vega Montiel, A. (2010). Las mujeres y el derecho humano a la comunicación: su acceso y participación en la industria mediática. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales* N. 52: 208, pp. 81-95. Recuperado el 16 de Mayo de 2016 de:
www.redalyc.org/pdf/421/42116044005

WACC (2010). *Proyecto de Monitoreo Global de Medios*, Recuperado el 16 de Mayo de 2016 de:
http://whomakesthenews.org/images/stories/restricted/global/global_es.pdf.