

MESA DE LA IGUALDAD

Jovenes mujeres periodistas en los medios de comunicación

Introducción

La revolución de la información, unida a las nuevas tecnologías, es un fenómeno destacado por multitud de sociólogos contemporáneos, que tiene consecuencias en la concepción tradicional del ser humano y su entorno. Asimismo, está demostrado el poder de influencia que ejercen los medios de comunicación en un contexto globalizado.

En este reciente panorama social, hemos desarrollado un informe en el que se encuadra, desde una perspectiva de género, la situación de las mujeres jóvenes que ejercen el periodismo en España. En efecto, la participación y presencia de la mujer en este entorno y su influencia en la información en un ambiente mediático mayoritariamente patriarcal, nos suscita una profunda reflexión. ¿Tienen las mujeres jóvenes periodistas capacidad para ejercer y desarrollar su profesión del mismo modo que los hombres? ¿Existe una paridad real entre sexos en el sector de medios de comunicaciones, o nuestro entorno sigue regido por patrones de conducta que no posibilitan la igualdad real? ¿Es posible conciliar la vida laboral y familiar en el entorno periodístico?

En términos generales, y según los datos del informe del Consejo Económico y Social del tercer trimestre del 2006[1], ha habido un incremento de la participación femenina en el mercado de trabajo español, donde el aumento se cifra en 9,9 puntos porcentuales situándonos en el puesto número siete en el conjunto de la Unión Europea con un 51,2 por ciento de empleo femenino. No obstante este avance, sigue existiendo un reparto desigual entre hombres y mujeres en torno a las responsabilidades y domésticas, algo que plantea la necesidad de continuar avanzando en este aspecto.

En última instancia, nuestra reflexión arranca de una doble vertiente que tiende a ser discriminatoria: el sexo y la edad.

En efecto, la propia revolución de la información nos lleva a un mundo donde los cambios resultan cada vez más vertiginosos y salvajes y donde la competitividad va ligada al conocimiento. En este contexto, cabe señalar que existen ciertos grupos que aún hoy se encuentran en riesgo de exclusión por diferentes motivos. De un lado, las y los jóvenes, debido a la competitividad mercantil, se ven insertos en un mercado que les obliga a cualificarse sobremanera. Este factor, unido a la alta tasa de temporalidad, los bajos salarios, las contrataciones fraudulentas, las situaciones de falsas becas—hecho constatado y persistente en el sector de medios de comunicación—provocan una situación de incertidumbre e inestabilidad que les pone incluso, en peligro de exclusión frente a otro tipo de colectivos sociales.

Por otra parte, la mujer, que a pesar de encontrarse en una situación jurídica igual con respecto a los hombres, hablando de España, sigue teniendo serias dificultades para desarrollar el ejercicio de su carrera profesional en determinados ámbitos, entre ellos el de medios de comunicación, conciliar su vida familiar y profesional, y para ocupar puestos de responsabilidad en las mismas condiciones que sus compañeros en las empresas. En este sentido, hablaríamos de desigualdad de género. Esta desigualdad en una determinada profesión se encuentra cuando no existen razones objetivas (formativas, experiencia, aptitudes, actitudes...) para explicar tal desventaja, más allá de la diferencia de sexo.

Reflexionaremos además la paradójica pirámide que surge entre la creciente feminización del sector y el bloqueo de la promoción para las mujeres. Nos basaremos para ello en la encuesta sobre autoestima e identidad profesionales, además de una encuesta realizada desde la Secretaría de Juventud de la Federación de Comunicación y Transporte de CCOO acerca de la percepción mayoritaria que tienen las mujeres sobre el puesto de trabajo que ocupan y las posibilidades reales que tienen de ascender en las empresas.

La feminización del sector

Según datos de la Encuesta a las Facultados del 2006, un 65,2% del total de licenciaturas en periodismo, se otorgó a mujeres en el 2003. Esto denota una continuidad en la línea ascendente. El porcentaje de mujeres licenciadas ha sido siempre superior al de hombres. En el periodo 1994-2003, la media fue del 64'8 %. Sólo en 2002, desciende al 58 % [2], como podemos ver en el gráfico. En este sentido, es muy fácil visualizar la feminización del sector en términos cuantitativos pero reparar en los elementos de posible desigualdad por razón de sexo es más complicado, porque para ello debemos bucear en qué tipo de desigualdades permanecen ocultas o, no son visibles a primera vista.

Mujeres licenciadas (1994-2003)

Lo que cabe preguntarse ante este aumento de mujeres jóvenes en la profesión es si es una señal de cambio hacia una igualdad de oportunidades o, simplemente, un hecho ineludible basado en la mayor formación universitaria de las mujeres. En efecto, la cualificación académica es un elemento clave que está permitiendo el acceso de la mujer a profesiones hasta el momento reservadas a los hombres.[3]

En el caso de los medios de comunicación podemos observar que existe un elevado porcentaje de mujeres trabajando en las redacciones. Existe una mayor presencia de mujeres jóvenes entre 25 y 35 años (69,1 por ciento), pero son también las mujeres las que reconocen tener una mayor dificultad para mantenerse activas en los medios. En cuanto a la toma de decisiones en el sector, ésta la realizan los hombres, que acaparan de forma mayoritaria los puestos directivos (76 por ciento). Del ínfimo porcentaje de mujeres que ocupan puestos de responsabilidad, podemos afirmar que prácticamente en la totalidad de los casos se trata de licenciadas en periodismo, mientras que ellos acceden a puestos de responsabilidad con otras licenciaturas.

El pequeño muestreo que hemos realizado a centenares de periodistas jóvenes menores de 30 años no tiene valor estadístico, aunque nos resulta muy interesante plasmar algunas de las observaciones que hemos hecho con respecto a las preguntas más controvertidas.

A la cuestión sobre la dificultad para conciliar la vida familiar con la laboral, o si en su empresa les han preguntado sobre la posibilidad de tener hijos hemos recibido algunas respuestas explícitas. Hemos recogido un par de ellas:

“Hasta hace un año trabajaba en prensa y creo que sí tenemos muchas dificultades para conciliar la vida familiar con la laboral. Actualmente trabajo en una agencia de publicidad, creo que es más fácil, aún así también pienso que si me quedara embarazada en estos momentos perdería toda oportunidad para ascender profesionalmente y se me dejarían de dar responsabilidades como ahora. Creo que es injusto que el empresario piense que por el hecho de ser madre dejas de ser profesional”.

"No me han preguntado si pensaba tener hijos, pero yo aquí entré soltera y muy joven, con 22 años. Lo que sí me han dicho, cuando cobraba muy poco (50.000 pesetas) es que para qué quería el dinero si no tenía familia a mi cargo, pero esto también podrían decirselo a un hombre, aunque no me consta que lo hayan hecho (sí a otra chica de mi edad). No me planteo tener hijos, nunca he querido tenerlos. Pero si algún día cambio de opinión, lo primero que haré, aún antes de quedarme embarazada, es buscar otro trabajo. Los niños son absolutamente incompatibles con este horario, aunque bien pensado, hasta coleccionar sellos es incompatible con este horario".

"Sí, alguna vez me lo han preguntado (el tener hijos). Desde luego que las mujeres lo tenemos más complicado para conciliar la vida laboral y familiar. En mi caso dentro de unos meses tendremos problema porque se viene a vivir con nosotros la hija de mi pareja y los dos trabajamos. Lo de tener hijos en común ahora o más adelante dependerá de cómo nos podemos organizar".

"No me ha sucedido que me hagan esa pregunta en una entrevista de trabajo, pero sí es cierto que mis compañeras que tienen hijos tienen grandes problemas para conciliar la vida laboral con la familiar. De hecho, es una de las cuestiones que me preocupan ahora que quisiera ser madre".

"No me ha sucedido nunca, pero creo que las mujeres periodistas tienen una dificultad enorme para conciliar la vida familiar con la laboral. Los horarios no son flexibles y son de jornada completa, lo que obligaría a pedir una reducción de jornada (si te la conceden) para tener niños. Es muy complicado, aunque no tengo hijos y no lo he vivido".

"Lo he oído de algunas personas, creo absolutamente necesaria la conciliación".

"No me lo planteo por el momento".

De este tipo de respuestas, podemos deducir que las mujeres periodistas tienen serias dificultades para conciliar la vida laboral con la familiar. Esto va unido al miedo, por parte de muchas de ellas, a la eventual pérdida de trabajo o a que el hecho de tener hijos les suponga una limitación a la hora de promocionar en la empresa. De hecho, del total de encuestadas, un 40% se planteaban la posibilidad de ascender en la empresa a largo plazo mientras que el 60% restante veían como única posibilidad para promocionar la búsqueda de un nuevo empleo.

Sin embargo, en determinadas zonas poblacionales, las mujeres afirman no encontrarse discriminadas en sus puestos de trabajo. Así lo ha demostrado, por ejemplo, el Estudio sobre la profesión periodística en Castilla y León. Pese a que el 42% de las mujeres señalaba no encontrarse satisfechas con las posibilidades de promoción en su empresa, un 66% afirma que las promociones y ascensos en su empresa no son regulares, el 59% opina que los ascensos no dependen básicamente de la propia competencia y un 74% reconoce que las reglas de ascenso ni son claras ni de todos conocidas nos encontramos con que un 64% de mujeres afirman estar satisfechas respecto al trato de la dirección,, que es la responsable directa de las promociones...Y lo más llamativo es que un 71% del total de mujeres periodistas encuestadas en Castilla y León, valga como ejemplo, no se sienten discriminadas en su empresa respecto a los hombres.

Estas contradicciones, posiblemente tengan que ver con la asunción de una realidad social en la que perviven los privilegios de los hombres. La igualdad ante la ley está conseguida pero el sistema sigue usando patrones de discriminación.

De igual modo, por ejemplo, cuando nos referimos a los temas que afectan directamente y preocupan a las mujeres, hablamos de asuntos como su trabajo, tanto dentro como fuera de casa. ¿Cuál es la responsabilidad de los medios audiovisuales en el hecho de que el 23% de los chicos de 14 a 18 años creyese hace años que las mujeres debían cobrar menos que los hombres por el mismo trabajo.

La igualdad efectiva entre hombres y mujeres necesita también cambios en el lenguaje. La televisión es contemporánea a la conciencia desarrollada a favor de la igualdad. En los medios de comunicación seguimos viendo los valores antiguos mezclados con la imagen de mujer moderna, nueva. Son también los medios de comunicación los que se han encargado de tipificar el movimiento feminista no como un intento por hacer efectiva la igualdad entre hombres y mujeres sino que, con análisis muchas veces cortoplacistas, se han encargado de destruir la imagen de las mujeres feministas.

Conclusiones

De este breve informe podemos concluir que la participación y presencia de la mujer en los medios de comunicación se ha incrementado. Sin embargo, la creciente feminización del sector no ha provocado aún, un cambio en la visión de la realidad, ni mucho menos un intento por mejorar las condiciones laborales de las mujeres atendiendo a sus capacidades profesionales. Es y debe ser un ejercicio de todas y todos los que trabajamos en esta profesión hacer un esfuerzo por modificar la situación de las mujeres periodistas cada vez más hegemónicas en un sector cuya jerarquía es abrumadoramente masculina.

En cuanto a la vida familiar, parece que todavía el cuidado de los niños y ancianos recae casi exclusivamente en las mujeres. En el caso de las mujeres periodistas, parece más difícil aún esta conciliación: horarios extensos y con jornadas poco flexibles, una dedicación exclusiva y creciente precarización de las condiciones laborales.

Las mujeres periodistas ya no somos esa figura de profesoras colaboradoras eventuales de una gaceta o poetisas, sino que ahora tenemos reconocimiento académico. El crecimiento de la presencia femenina en los medios de comunicación influirá, sin lugar a dudas, en cambios sociológicos que perentoriamente han de ocuparse de la configuración de una información más plural, más dinámica y, en definitiva, igualitaria.

Silvia Tubio
Agrupación de Periodistas – CC.OO.

[1] Panorama sociolaboral de la mujer en España. Consejo Económico y Social. 2006, Tercer Trimestre, 45. Madrid: Área de Estudios y Análisis del Consejo Económico y Social.

[2] Asociación de la Prensa de Madrid; Informe Anual de la Profesión Periodística 2006; p87.

[3] La primera mujer corresponsal no fue contratada hasta el año 1948. Trabajó en la ABC norteamericana.

López Díez, Pilar, Representación de género en los informativos de radio y televisión. p-83