

INDICE

1)- Introducción	3
2)- Objetivos	5
a) Objetivo general	
b) Objetivos específicos	
3)- Hipótesis	6
4)- Metodología	6
a) Perfil de las entrevistadas	
b) Instrumento de recolección de datos:	
1. Entrevistas en profundidad.	
2. Encuesta autogestionada.	
5)- Marco teórico	11
a) -Sexo, género y sentido	13
-Inflexión de los estereotipos socioculturales.	31
-Las bases culturales de una sociedad.	36
-Una breve mirada a los feminismos.	43
b) -Ser periodista y ejercitar el periodismo.	47
-La empresa mediática.	55
-Liderazgo y posicionamiento.	75
6)- Resultados analizados junto con documentación obtenida	
(organizada por capítulos):	
Cáp. I: PROBLEMÁTICAS DE GÉNERO	82
Mercado de trabajo, mujer y medios de comunicación.	83

Cáp. II: ASPIRACIONES LABORALES DE LAS PERIODISTAS	107
II.1. Posicionamiento. El proceso de toma de decisiones. Situación de algunas mujeres periodistas en el desarrollo de sus carreras. Techo de cristal.	108
II.2. La autoridad y opresión. Jefes y subordinados.	137
 Cáp. III: ¿ORGANIZACIÓN PRIVADA O ABANDONO SOCIAL?	156
Organización privada, una elección pautada: hogar, hijos, pareja, ¿el <i>full time</i> o la disponibilidad horaria?	157
 Cáp. IV: EXIGENCIA A LAS CAPACIDADES Y RECONOCIMIENTO PROFESIONAL	174
IV.1. El problema de la imagen. La calidad del trabajo. Masculinización, autocensura y auto inhibición de la identidad femenina.	175
IV.2. CV. y capacitación. La remuneración y la contratación.	182
IV.3. Periodismo de género. Etiqueta feminista.	195
 7)- Análisis de las encuestas	212
8)- Conclusión. Una simple mirada a futuro.	214
9)- Anexo	
1. Operacionalización de las encuestas.	219
2. Matriz de datos.	224
10)- Bibliografía	225

LABOR PERIODÍSTICA FEMENINA Y PROBLEMÁTICAS DE GÉNERO

¿Cuáles son las perspectivas laborales que enfrentan las mujeres periodistas argentinas en las empresas mediáticas actuales?

“Porque hay una historia que no está en la historia y que sólo se puede rescatar aguzando el oído y escuchando los susurros de las mujeres”

(Montero, 2005: 36)

1) INTRODUCCIÓN

Las problemáticas de género suelen asociarse a discusiones sobre las diversas teorías feministas; a la inserción mediática a través de casos policiales como violencia de género, crímenes pasionales; algunas veces al reconocimiento biográfico casi exclusivo de alguna mujer que haya participado en un acontecimiento cumbre dentro de los cánones sociales establecidos, y seguramente a algunas otras cuestiones que escapan a este análisis.

Es poco el tiempo en que el periodismo de género pudo instalarse como una fuente de información desde donde las noticias fueran construidas con una impronta diferente, que conlleva una necesaria mirada de género. Es interesante acceder a publicaciones donde la imagen de las mujeres es construída desde otro lugar. También el discurso académico al respecto abrió las puertas a la posibilidad de contribución que ofrecen las nuevas voces tanto femeninas como masculinas sobre estos temas.

Frente a esta perspectiva es interesante descubrir cuáles son los argumentos que impiden a aquel periodismo de género emplazarse legítimamente en los medios masivos de comunicación. A partir de esta observación, ver entonces qué ocurre con los /as periodistas que allí trabajan y no pueden instalar esta mirada aplicándola en sus tareas cotidianas.

Observé entonces que las posibilidades de búsqueda de respuestas eran muchas, al comenzar a diagramar un primer acercamiento a la temática los caminos se dispersaban. Por ello, concluí que mi interés al realizar el trabajo estaría focalizado en *los obstáculos que las periodistas mujeres deben atravesar en las empresas mediáticas en general*. Situarse en los espacios mediáticos desde donde se toman las decisiones que hacen a la agenda mediática, y observar allí por qué las mujeres en esos cargos no advierten la falencia sobre una conciencia de género que permita instalar algunos de los parámetros del periodismo de género.

Aparecieron inmediatamente otras problemáticas más alejadas de la práctica periodística en sí misma pero no esquiva de ella, puesto que se generaban en los mismos espacios laborales mediáticos. *Las mujeres periodistas no accedían a las gerencias noticiosas en las empresas mediáticas, o el camino hacia esa meta estaba atiborrado de impedimentos que dificultaban por demás el ascenso*.

Esta problemática en particular me sedujo lo suficiente como para determinar y acotar mi objeto de estudio: *'la incidencia del género en el posicionamiento profesional de las periodistas, en los medios masivos de comunicación'*.

El campo de estudio se perfilaba aún bastante amplio, por eso interesó para esta investigación ver qué ocurría en el camino profesional diagramado por aquellas mujeres periodistas que, de algún modo, tenían cosas para decir al respecto. Tomó fuerza así la idea de centrarse en sus experiencias de vida laboral, las relaciones con sus jefes y los espacios laborales en los que se desenvolvían. Observar cómo las problemáticas de género se insertan en la práctica periodística casi sin ser vistas, y dar cuenta de lo que esas interrelaciones generan en quiénes allí trabajan.

Determiné entonces los sujetos de análisis: *las mujeres periodistas y licenciadas en comunicación*. Sus decires y sus vivencias son las que dan cuenta de las formas en que se legitiman las dificultades de acceso a los lugares de toma de decisiones en los medios. También *las estudiantes mujeres de las carreras de periodismo y comunicación* son encuestadas para esta investigación, para dar cuenta

de cuáles son las aspiraciones y visiones que depositan a futuro y si se rozan con estas problemáticas de género en las empresas informativas.

El abordaje teórico no sólo enriqueció la perspectiva para el análisis sino que, además, implicó una necesaria apertura interdisciplinaria que pudiera al menos plasmar algunos argumentos para entender el anclaje cultural y laboral de este problema. Era ineludible convocar nuevos parámetros de análisis y cruzar la información con ellos para definir la hipótesis y trabajar con los testimonios.

Delinear una metodología para este trabajo no fue sencillo, la estadística presionaba por reinar. Opté sin embargo, por construir contactos directos con quienes sobrellevan estas situaciones a diario. Allí centré el interés para la recolección de información y datos concretos, ¿qué tenían por decir quienes vivían esta problemática? ¿eran conscientes de ella? ¿les interesaba? ¿hacían algo por modificarla? Muchas eran las dudas que comenzaron a aparecer y muchas de sus voces, paradójicamente mediáticas, están silenciadas sobre las dificultades laborales que atraviesan para construir espacios de trabajo más equitativos y comenzar a disolver, de alguna manera, los estereotipos de género que las definen culturalmente por fuera de su identidad.

2) **OBJETIVOS**

a) **OBJETIVO GENERAL**: Establecer y analizar los obstáculos de posicionamiento profesional que se imponen en las relaciones jerárquicas laborales dentro de los medios masivos de comunicación en la labor periodística femenina. Para ello, se estima importante dar cuenta de cómo estas relaciones condicionan el desempeño profesional de las periodistas.

b) OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- 1) –Analizar la inserción de mujeres periodistas en los espacios de toma de decisiones de los medios masivos.
- 2) –Dar cuenta del género como una construcción sociocultural.
- 3) –Establecer de qué manera se determinan los condicionamientos al desempeño profesional de las periodistas: aspiraciones laborales, exigencia y reconocimiento.

3) HIPÓTESIS: *Las dificultades de acceso de las periodistas argentinas a los lugares de toma de decisiones en las empresas mediáticas actuales es consecuencia directa de estereotipos socioculturales de género. Sus aspiraciones laborales, la exigencia y el reconocimiento a sus capacidades profesionales están limitados por su condición femenina.*

Aquellas periodistas que acceden a liderazgos en las empresas mediáticas probablemente suelen estar más capacitadas que sus colegas varones.

Se percibe que la exigencia con las mujeres profesionales es indirectamente proporcional a su reconocimiento.

4) METODOLOGÍA

Es difícil establecer un orden específico al tipo de metodología utilizada en esta investigación más allá de explicar cuáles son los instrumentos de recolección de datos y la muestra escogida. Y esto no por débil en su validación sino porque la decisión previa al análisis de los resultados obtenidos fue ‘permitir’ la posibilidad de que las *experiencias laborales de vida de las mujeres periodistas entrevistadas* entraran en juego directo con la investigación sobre las problemáticas de género en lo laboral

periodístico. Sin estadísticas ni exhaustivas comparaciones que siempre otorgan un marco referencial importante pero -desde el lugar de análisis aquí elegido- muy lejano de las cotidaneidades que surgen a diario en los espacios laborales mediáticos que marcan aún la preservación de claros estereotipos de género.

“Reconociendo que la subjetividad atraviesa la búsqueda desde el momento en que elegimos el tema y organizamos el corpus de la investigación, el análisis y la interpretación resultan aliviados de la exigencia (heredada del positivismo, mal que nos pese) de la validación “objetiva”. Con todo, el criterio de validación está presente porque es uno de los caminos para evitar el “impresionismo” en la investigación cualitativa.” (Martini y Luchessi, 2004: 182)

Por esto es que desde aquí también se entiende al método *“como flexible puesto que no es ciertamente una herramienta estricta sino un conjunto de dispositivos posibilitadores de la acción”* (Martini y Luchessi, 2004: 185)

En este andar por el hacer metodológico es que muchas veces -la mayoría- las preguntas se resignifican, las propuestas se desvían y los resultados que tímidamente van apareciendo son releídos y explicados insistentemente a cada paso.

El recelo al juicio de la validación se hace presente y esto obliga al investigador a someter su libertad de indagación a imágenes a veces desdibujadas sobre las relaciones sociales que emergen.

La idea aquí es no perder de vista la impronta laboral de las mujeres periodistas entrevistadas. Su particular recorrido en el camino hacia el desarrollo de su profesión. Escuchar sus experiencias en este entramado mediático de significaciones laborales e intentar correr el velo de lo no dicho, aquello que sólo aparece en la interacción o en lo casi naturalizado.

“En lugar de seguir una curva ascendente de comprobaciones acumulativas, el análisis cultural se desarrolla según una secuencia discontinua pero coherente de despegues cada vez más audaces. Los estudios se realizan sobre otros estudios, pero no en el sentido de que, con mejor información y conceptualización, los nuevos estudios se sumergen más profundamente en las mismas cuestiones.” (Geertz, 1987: 36)

Insertar el análisis en la vida laboral de estas mujeres periodistas y sus labores diarias desde una perspectiva de género es, si se quiere, descubrir aquello que simplemente se acepta como 'lo dado', 'lo conocido'. Es, desde una mirada geertziana, intentar *"..lograr acceso al mundo conceptual en el cual viven nuestros sujetos, de suerte que podamos, en el sentido amplio del término, conversar con ellos."* (Geertz, 1987: 35)

Se realizó un diseño cuali-cuantitativo.

El desarrollo cualitativo se presentó a través de entrevistas en profundidad semiestructuradas realizadas a mujeres periodistas: que ocupan cargos jerárquicos en las empresas mediáticas; que aspiran a obtenerlos; o que no pretenden desarrollar sus carreras en línea jerárquica. A partir de un análisis de la bibliografía seleccionada sobre género, liderazgo y medios para dar cuenta directamente de la relación jerarquía-género dentro de la profesión periodística.

También se entrevistaron a directivos de escuelas de periodismo y a especialistas e investigadoras en temáticas de género. Estas entrevistas están utilizadas en el trabajo como fuentes de información pero no se corresponden como unidad de análisis a los entrevistados con tal fin en la tesina.

Al mismo tiempo se realizó un examen de documentación para el análisis, a través de matrices comparativas del corpus, utilizando categorías de posicionamiento laboral y capacitación profesional de mujeres periodistas.

El análisis cuantitativo estuvo apoyado por encuestas autogestionadas por cuotas a mujeres estudiantes de la orientación de periodismo de la carrera de Comunicación Social de UBA (Universidad de Buenos Aires), estudiantes de periodismo de TEA (Taller Escuela Agencia), UCES (Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales) y Universidad KENNEDY; también a mujeres periodistas que no ocupan cargos jerárquicos en las empresas mediáticas; y otras en desarrollo de su profesión.

La muestra se construyó con 60 casos representativos de la población arriba descrita.

a) PERFIL DE LAS ENTREVISTADAS:

Las mujeres periodistas, licenciadas en comunicación y/o locutoras entrevistadas para esta investigación fueron elegidas por el desarrollo de sus trabajos en torno de sus historias de vida. Algunas de ellas poseen altos cargos considerándolos dentro de la escala jerárquica laboral establecida en los medios de comunicación masivos; otras trabajan en una escala media pero tienen una amplia trayectoria profesional; y otras están comenzando a diagramar su carrera hace ya algunos años. Algunas de ellas se insertaron en sectores del periodismo estereotipados como más masculinos y otras en publicaciones femeninas. También se encuentran quienes decidieron encarar su desarrollo profesional con perspectivas que rondan directamente las miradas de género en el hacer periodístico.

b) INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS:

1- ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD: Los nombres de las entrevistadas fueron reemplazados en el análisis por números que indican la diversidad de opiniones y experiencias laborales vivenciales; esta numeración no se corresponde con ningún orden preestablecido arbitrariamente. Esta modalidad de presentación responde a lo acordado con muchas de las entrevistadas previamente a la grabación de las entrevistas, respecto de preservar algunas de las declaraciones realizadas. En el siguiente listado aparecen también los cargos de las entrevistadas en sus respectivos lugares de trabajo al tiempo de realizadas las entrevistas, por los que, además, fueron seleccionadas. Por otra parte, aparecen los directores de las carreras de Periodismo y Ciencias de la Comunicación de diferentes lugares de estudio, también al tiempo de realizadas las entrevistas: finalizando año 2005 y durante el 2006.

NOMBRE	FORMACION	EMPRESA	CARGO	FECHA DE ENTREVIS
Adela Ponce de León	Periodista	Revista Luz	Redactora	31/10/2005
Adriana Amado	Licenciada en Letras	UCES a.com	Directora Carrera Ciencias de la Comunicación Titular Cátedra	13/12/2005
Alejandra Gallo	Lic. en Cs. de la Comunicación	Diario Clarín	Redactora sección 'El país' (política y economía)	09/11/2005
Alejandra Medina	Periodista	Radio Mitre (AM790)	Jefa de Producción del Noticiero	07/12/2005
Cecilia Fumigali	Periodista	Revista "Caras y Caretas"	Jefa de Redacción	14/12/2005
Cristina Mahne	Periodista	Revista Fortuna	Redactora Especial	28/11/2005
Damián Loreti	Dr. en Cs. de la Información		Ex Director de la Carrera Ciencias de la Comunicación - Universidad de Buenos Aires	30/11/2005
Gabriel Cetkovich	Profesor en Letras	TEA (Taller Escuela Agencia)	Director de Estudio	28/09/2005
Julia Bowland	Locutora	Escuela de Radio y Periodismo Propia ETER	Directora Docente	19/10/2005
Lidia Heller	Lic. en Adm. de Empresas		Investigadora Temáticas laborales de género y liderazgo	06/10/2005
Luciana Pecker	Periodista		Especialista en problemáticas de género	30/11/2005
Mabel Burín	Doctora en Psicología		Especialista en temas de género	09/11/2005
Mirian Passarello	Locutora. Periodista	Empleada directa de Mariano Grondona	Jefa de Producción del programa político de opinión "Hora Clave"	23/11/2005
Mónica López Ocón	Lic. en Letras		Escribe en distintos medios, especializándose en las perspectivas de género	14/12/2005
Natalia Blanc	Periodista	Revista XXI ADN	Editora Editora	18/11/2005
Sandra Russo	Periodista	Diario Página 12	Editora de Cultura y Espectáculos Una de las fundadoras del Suplemento "las 12" del diario, que aborda temáticas de género.	17/11/2005
Solange Gradjean	Lic. en Cs. de la Comunicación		Investigadora en problemáticas laborales con perspectivas de género	22/09/2005

2- ENCUESTA AUTOGESTIONADA: La encuesta fue realizada a 60 personas. Fue dividida en dos partes: la primera parte contiene 17 ítems a responder sólo por mujeres estudiantes de las carreras de Periodismo y/ o Comunicación Social y mujeres Periodistas o Lic. en Comunicación que sólo trabajan en medios de comunicación en puestos no jerárquicos. La segunda parte contiene 10 ítems a responder solamente por aquellas mujeres periodistas y licenciadas en comunicación que trabajan en medios de comunicación masivos (también considerados en este análisis como *empresas mediáticas*).

5) MARCO TEÓRICO

Para garantizar, de alguna manera, la interrelación de los conceptos que intentan legitimar el abordaje de esta investigación se construyeron dos ejes conceptuales que permiten diagramar la lectura del análisis de un modo más ordenado.

El primer eje aborda los conceptos de **género** y **sexo**, sus diferencias, relaciones, usos, algunas perspectivas teóricas y las consecuencias de análisis en distintas *posturas feministas*. Al mismo tiempo, se pretende enfatizar la idea del **sentido socialmente construido** a partir de aquellos conceptos: cómo los *hechos sociales* intervienen en la determinación de los *estereotipos culturales* que surgen de lo entendido como *masculino* y *femenino*; una descripción de lo definido como **ideología patriarcal**; el concepto de **identidad** que delimita y moldea la acción de cada individuo y cómo las nociones de **público/ privado (doméstico)** juegan un papel determinante en la relación **género-estereotipo**.

Estas categorías permiten indagar el universo de las problemáticas de género desde una visión que conciba la importancia de la conciencia sociocultural que debe construirse para lograr un mayor entendimiento de dichas problemáticas.

El **segundo eje** aparece como la antesala que fija la conexión entre la perspectiva teórica aquí seleccionada y el devenir de la práctica mediática cotidiana para plantear las problemáticas de género en el desempeño de la profesión periodística.

De esta manera, se realiza un recorrido por las nociones de: **liderazgo**; fundamentos que sostienen los **lugares de dirección, gerencia y toma de decisiones**; todos siempre centrados en el enfoque de género. Desde este eje teórico también se accede al espacio donde esta investigación se construye: los medios de comunicación en tanto **empresas mediáticas**. Para ello los conceptos de: **empresa, organización, posicionamiento, estructura jerárquica y techo de cristal** permiten anclar las hipótesis del trabajo. Algunas definiciones respecto del **periodismo** como profesión suman información que facilita una aproximación de esta práctica a las desigualdades de género.

Este esquema no debe permitir perder de vista el íntimo vínculo que estas nociones presentan para indagar sobre **la incidencia del género en el posicionamiento profesional de las mujeres periodistas en las empresas mediáticas argentinas actuales**. Cada uno de estos ejes provienen, a su vez, de diferentes disciplinas o ámbitos académicos (si fuera realmente posible encasillar cada concepto en un solo uso y abordaje), es decir, son conocimientos enmarcados a través de distintos referentes y que son entrelazados en este trabajo como eslabones dependientes unos de otros.

Conceptos tomados de comunicación, periodismo, sociología, marketing, psicología, semiología, filosofía, estudios de las mujeres, estudios de género, nuevas prácticas de entrenamientos empresariales; son presentados para este análisis en un marco teórico transdisciplinar que pretende dar cuenta del modo en que fueron utilizados en función de las problemáticas aquí planteadas.

A) SEXO, GÉNERO Y SENTIDO

El **primer eje conceptual** aparece inmediatamente después de formulada la hipótesis: “*Las periodistas argentinas no acceden a los lugares de toma de decisiones en las empresas mediáticas actuales como consecuencia de estereotipos socioculturales de género. Sus aspiraciones laborales, la exigencia y el reconocimiento a sus capacidades profesionales están limitados por su condición femenina.*”

Ahora bien, ¿de qué hablamos cuando hablamos de **género**? ¿cuál es la diferencia entre género y **sexo**? ¿qué implicaciones conlleva optar por uno de los términos? ¿cuál es la lucha feminista en este aspecto? Esta investigación está diagramada a partir de una perspectiva de género y de esa manera constituye una propuesta de análisis que tiene en cuenta la construcción social de los roles sexuales.

Es necesario afirmar entonces, en primer lugar y en el marco de esta exploración, que género no es, ni debe ser, sinónimo de mujer. Al hablar de género estamos incluyendo a hombres y mujeres que conforman una sociedad y, como tal, se inscriben en una cultura de la que son hacedores y partícipes. Una cultura que los incita a convivir a partir de pautas y normas establecidas por ambos.

Es habitual en la actualidad encontrar ensayos, seminarios, artículos de diarios y/ o revistas, teorías que simplemente invierten los términos y allí donde en realidad debería decir **mujer** dice **género**. Por ejemplo, en reiteradas oportunidades se debate en los medios sobre ‘la salud reproductiva y las problemáticas de género’, cuando en verdad se está discutiendo sobre algún tipo de profilaxis femenina. Esta diferencia es clara: la salud reproductiva y las problemáticas de género consideran a ambos sexos pero la profilaxis femenina sólo habla del cuidado de la mujer.

Cuando mencionamos un **sexo** estamos inscribiendo en el cuerpo humano una diferencia sexual, estamos refiriéndonos a un **macho** o a una **hembra**; pero si nuestro

interés se centra en el **género** la diferencia ya no es sólo física o fisiológica¹, sino que se establece a partir del **sentido** que una sociedad, familia, institución, persona le otorga a ser **mujer** o ser **varón**. Debe tenerse en cuenta también el aspecto relacional que este concepto implica y que muchas veces es desestimado. De lo dicho se desprende que **género**, en sí mismo, no indica una teoría a la que se deba o no adscribir, es simplemente un concepto que contiene y está definido a partir de lo **masculino** y lo **femenino** que cada sociedad y cada cultura se atribuye así misma en el juego de las diferencias sexuales. Es, si se quiere, una categoría de análisis que permite definir, investigar, teorizar y cuestionar prácticas sociales dentro de ese nivel relacional, pero siempre dicotómicamente. Esto significa que, sin esa cuestión de relación: hablar de los derechos del hombre², no es hablar de género; hablar de los derechos de la mujer, tampoco.

María Carolina Astarloa de Cancelliere, miembro de la Fundación Argentina para la Mujer, señala que a través de algunas aplicaciones otorgadas a la palabra **género** se afirma la idea de que

“las diferencias entre varón y mujer, sus funciones, vocación y roles, no provienen realmente de su naturaleza sexual, sino que son construcciones sociales creadas artificialmente por la sociedad a través de la cultura y que son la causa de la discriminación que ha sufrido la mujer.” (Astarloa de Cancelliere, 28 -11-06 diario *La Nación*)

Afirmaciones como esta asumen la importancia de los patrones culturales que construyen los roles sexualmente atribuidos en cada sociedad. Desde aquí interesa el análisis de la situación laboral jerárquica de las periodistas argentinas en los medios de

¹ Si bien se tienen en cuenta, en el desarrollo de la investigación, diferencias sexuales respecto de las prácticas laborales periodísticas para demarcar comparativas con las desigualdades de género, no es pertinente para este trabajo establecer categorías y definiciones teóricas que permitan diferenciar biológicamente un macho de una hembra. En la actualidad la discusión está planteada más allá de la ciencia y se corresponde con otras perspectivas de análisis.

² Me refiero a **‘hombre’** como varón, opuesto en definición a **‘mujer’** y no como sinónimo de humanidad. Es decir, el hombre es un ser humano de sexo masculino, adulto. Esta modalidad de expresión es tenida en cuenta en toda la extensión del trabajo; de ser necesario interpretar forzosamente al término ‘hombre’ como signifiante de toda la humanidad se realizan las aclaraciones pertinentes. Es interesante ver que en el idioma alemán, por ejemplo, la palabra *‘Mensch’* (humanidad) deriva del antiguo alemán *‘mannisco’* –o *menisco*, *mennisc*, *mensch*- que significa ‘masculino’

comunicación masivos. Más allá de la polémica que establece extremando su postura al afirmar que es la ideología del género la que instaura una cultura sin sexos para pretender luego una sociedad en donde todos los individuos sean iguales y las diferencias anatómicas no se cuestionen, Cancelliere remarca algunos puntos significativos para la determinación de la equidad: *“Es la aceptación de la diferencia natural el principio de una igualdad justa. Admitir las diferencias entre hombres y mujeres no sólo es cuestión de realismo y evidencia, sino de justicia y de respeto.”* (Astarloa de Cancelliere, 28 -11-06 diario *La Nación*)

Establece la diferencia desde otra perspectiva, dos formas de ser persona: varón y mujer; y no por ello debieran considerarse desiguales en un intento desenfrenado por abolir las diferencias; para ella esto es imposible y desde ahí forja la polémica con la ideología de género. Así, no sería la naturaleza humana la que marcaría alguna injusticia, sino precisamente las condiciones históricas y culturales en la vida de cada sociedad.

“Sólo existen dos sexos: XX, femenino, y XY, masculino. Las distintas orientaciones sexuales son prácticas elegidas, pero esto no significa que sean el comportamiento natural del hombre y de la mujer. (...) El principio de una sociedad más justa es la aceptación de la diferencia.” (Astarloa de Cancelliere, 28 -11-06 diario *La Nación*)

De acuerdo a la investigación de la filósofa Marit Rullmann y la periodista Werner Schlegel, es interesante reflexionar, por ejemplo, que los debates filosóficos en torno al ser humano y su naturaleza poco decían sobre la mujer y su condición social.

“..con el tema de la humanidad siempre se significaba el hombre (el varón). Incluso muchos filósofos se mostraron expresamente enemigos de las mujeres. (...) Aristóteles, por ejemplo, no sólo aceptaba la sumisión de los esclavos, sino también la de las mujeres. Su función social se basaba sólo en la reproducción. (...) La mayor parte de los filósofos redujo a las mujeres a su mundo afectivo y a menudo no les reconocieron razón y capacidades del alma.” (Rullmann y Werner, 2004:53)

Se instalaba la problemática sobre *la inferioridad del sexo femenino*. Se definía a la mujer como el ‘no varón’, como el polo negativo, la privación por la carencia de la

genitalidad masculina. La diferencia entre los géneros se legitimaría entonces desde la naturaleza del ser humano como ser vivo. La exterioridad del aparato reproductor masculino simbolizaría la independencia, la apertura al mundo y el dominio sobre las cosas; mientras que la dependencia femenina se explicaría desde la ubicación interna de su aparato genital: su 'carencia' como un subdesarrollo, debilidad e incompletud respecto del varón. (Rullmann y Werner, 2004)

La antropóloga Margaret Mead, una de las grandes mujeres del siglo XX, fue pionera en poner de relieve temas, hasta entonces, aparentemente secundarios: los niños, las mujeres, las diferencias de género. También ella reconocía a las diferencias de comportamiento en razón del sexo como dadas a partir de la cultura y no desde condiciones naturales e inmutables, tomando distancia del biologismo. Así, a través de ella emergen, de alguna manera, en la segunda mitad del siglo XX, algunas de las voces de la diversidad y la periferia, la de mujeres, negros y otras culturas. (Montero, 2005: 229).

Las problemáticas de género atraviesan a hombres y mujeres por igual, no contemplan a unos o a otros, sino que manifiestan los obstáculos, los enfoques teóricos distorsionados, las desigualdades, injusticias y silencios (muchas veces intencionales) en sus complejas relaciones sociales.

María Jesús Izquierdo en su artículo "Uso y abuso del concepto de género" (Izquierdo, 1994) establece una clasificación más pormenorizada cuando se refiere al sistema sexo-género. A la ya establecida diferencia sexual entre macho y hembra suma una noción para hablar de género: lo clasifica en masculino, femenino o **neutro**; y a esto complementa el uso del término *mujer* para referirse exclusivamente a las *hembras femeninas* y el término *hombre* para los *machos masculinos*. En el mismo artículo opta por las terminaciones gramaticales 'e' en reemplazo de la 'a' y de la 'o', para referirse a personas de ambos sexos y /o géneros y evitar sexismos en el lenguaje. Este tipo de aclaraciones sobre el lenguaje escrito, además de ciertas

indicaciones sobre los significados atribuidos, es habitual en la bibliografía feminista en general; también en muchos artículos y libros que se inclinan por enfoques comprometidos hacia las discusiones en torno al género y se detienen a estudiar el sexismo en el lenguaje.

En el presente trabajo son tomadas en cuenta las clasificaciones del sistema sexo-género indicadas al comienzo de este eje conceptual; otras aclaraciones necesarias son señaladas durante el desarrollo del análisis.

Izquierdo no sólo detalla y amplía su noción de género sino que además critica los orígenes del término a cargo de los psiquiatras J. Money y R. Stoller³ por construir una visión individualista y conservadora de la estructura social, y atribuye a esta crítica la contaminación que el concepto ha sufrido en el uso de diferentes teorías. La autora señala que:

*“... la distinción entre sexo y género tiene como objetivo diferenciar conceptualmente las características sexuales, limitaciones y capacidades que las mismas implican, y las características sociales, psíquicas, históricas de **les** *persones*, para aquellas sociedades o aquellos momentos de la historia de una sociedad dada, en que los patrones de identidad, los modelos, las posiciones, y los estereotipos de lo que es/ debe ser *une* *personne*, responden a una bimodalidad en función del sexo al que se pertenece.”* (Izquierdo, 1994:36-37)

Ahora bien, Money y Stoller -desde la mirada de Izquierdo- en su afán por clasificar a aquellas personas que presentan caracteres sexuales ambiguos determinan al género como lo esencial y al individuo como variable; así el sexo se va a corresponder necesariamente al género puesto que lo físico será más mudable que lo psíquico y lo social y, además, la estructura de géneros de una sociedad no se tomará como posible de ser modificada, desde el punto de vista de estos autores. No interesa aquí en particular problematizar estas complejas afirmaciones que involucran discusiones teóricas tanto del campo de la biología como de la psicología. Lo que no

³ Izquierdo toma para el análisis el artículo de J. Money, “*Sex reassignment as related to hermaphroditism*”, en H. Benjamín, *The transsexual phenomenon*, New York, Julien Press, 1966. Y también el artículo de R. Stoller, “*Recherches sur l’identité sexuelle*”, en *Sex and Gender*, 1969, París, Ed. Gallimard, 1978.

puede perderse de vista es la posibilidad de modificar la significación de la estructura social de género y visualizar cómo la negativa de ello legitima, de algún modo, la desigualdad: *“Ser masculino es un acto de libertad y femenino un acto de determinación siempre y cuando se considere que la estructura social es invariable. Si se toman las cosas de este modo la salida que se encuentra es cambiar a los individuos para que se adapten a la sociedad.”* (Izquierdo, 1994:39)

Si no podemos revisar y repensar los modos en que fueron definidos cultural y socialmente los parámetros de género no podríamos ni siquiera ocuparnos en abogar por una sociedad que conciba la equidad de género como una de las partes esenciales de su existencia.

Es cierto que uno de los padres de la sociología, Emile Durkheim, al hablar sobre los hechos sociales los define desde una suerte de restricción externa –social- hacia los individuos, como

“modos de actuar, de pensar y de sentir que exhiben la notable propiedad de que existen fuera de las conciencias individuales. Estos tipos de conducta o de pensamiento no sólo son exteriores al individuo, sino que están dotados de un poder imperativo y coercitivo en virtud del cual se le imponen, quiéralo o no.” (Durkheim, 1984:30)

Y más adelante agrega: *“somos juguetes de una ilusión que nos lleva a creer que hemos elaborado por nuestra cuenta lo que se nos impone desde afuera.”* (Durkheim, 1984:32)

Desde aquí, una revisión en las problemáticas de género actual apelando a una conciencia de género, no tendría sentido, pues no serían las conciencias individuales capaces de generar un hecho social que pudiera producir una ruptura con los cánones existentes. Sin embargo, el mismo Durkheim también abre una puerta al contemplar que,

“no es nuestra intención afirmar que las tendencias, las necesidades y los deseos de los hombres no intervienen jamás activamente en la evolución social. Por el contrario, es evidente que, de acuerdo con el modo en que actúan sobre las condiciones de las que depende un hecho, los hombres pueden promover o contener el desarrollo de aquel.” (Durkheim, 1984:108)

La movilidad y complejidad de las relaciones entre las personas y su interacción para construir y determinar los hechos sociales necesita de una atención significativa para el análisis:

“Asimismo, a medida que el hecho social cobra carácter más complejo y más móvil, las tradiciones, las creencias elaboradas se resquebrajan, adquieren un carácter más indeterminado y flexible, y se desarrollan las facultades de reflexión; pero estas mismas facultades son indispensables para las sociedades y los individuos, que las necesitan para adaptarse a un medio más móvil y más complejo” (Durkheim, 1984:112)

La pregunta que surge como reflexión del presente trabajo es si puede darse la categoría de **hecho social** a todos aquellos comportamientos y normas genéricas claramente determinadas por una cultura. Durkheim se refiere al *hábito colectivo* como aquel que se expande de boca en boca, mediante la educación y también de forma escrita. Lo más característico de esta afirmación aparece cuando designa al hábito colectivo como originario de reglas jurídicas y morales, aforismos, dichos populares, códigos del gusto, entre otros condicionamientos, señalando que: *“Ninguno de ellos se reproduce en su integralidad en las aplicaciones de los particulares, pues aún es posible que existan sin que se las aplique realmente.” (Durkheim, 1984:34)*

Este trabajo no se centra en el modo psicológico en que estos hábitos se perpetúan en un individuo, pero queda claro que la coerción cultural es una herramienta que conlleva la responsabilidad de afianzar políticas de conciencia de género en cada hombre y en cada mujer para poder legitimar la equidad en la convivencia social; a través de la inclusión en los diversos ámbitos: educación, familia, salud, y desde este lugar: lo laboral y los medios de comunicación.

El problema con los estereotipos de género es que están tan implícitamente arraigados en cada individuo a nivel social, en todo el mundo, con sus diversas particularidades, que cuesta afirmar si hablamos de un fenómeno social o colectivo, de formas culturales intransigentes, o si son modos ‘más o menos obligatorios’ de

añadirse a ellos, como señala el propio Durkheim. Queda abierta también la discusión desde las perspectivas aquí señaladas si es probable una mutación de estos estereotipos a nivel social partiendo desde los cambios en los hábitos de cada individuo. La acción de vivir y actuar en consecuencia a dinámicas sociales con conciencia de género puede modificar las perspectivas al respecto.

Dice Durkheim sobre el fenómeno social:

“está en cada parte porque está en el todo, y no se encuentra en el todo porque está en las partes. Se trata de un aspecto evidente sobre todo en las creencias y las prácticas que las generaciones anteriores nos transmiten completamente elaboradas; las recibimos y las adoptamos porque, como son al mismo tiempo una obra colectiva y una obra secular, están investidas de una autoridad particular que hemos aprendido a reconocer y a respetar gracias a la educación.” (Durkheim, 1984:35-36)

Interesa repasar que las políticas de cambio en torno a las problemáticas de género pueden apreciarse como fenómenos sociales que hace más de dos décadas están en paulatino crecimiento y constante desarrollo a nivel mundial. Sin embargo, cuando revisamos los inicios de estos mismos conflictos es lícito ver que no son tenidos quizá en cuenta como hechos sociales arbitrariamente instalados, sino más bien como comportamientos naturales propios de cada cultura.

Es cierto, un hecho social puede existir más allá de la forma en que cada individuo lo reciba y lo transmita, pero debe revisarse la posibilidad de gestación de conductas y decisiones diferentes en esos dos momentos de acción. Es decir, resignificar la recepción y modificar la transmisión de estos estereotipos de género es leído desde aquí como un hecho posible. Este cambio puede llevarse adelante desde la convicción de viabilidad de una conciencia de género en cada individuo en particular y quizá pueda establecerse una diferencia que redefina el todo desde las partes, independientemente de las formas que adopte el hecho al difundirse.

“Como la autoridad ante la cual se inclina el individuo cuando actúa, siente, piensa socialmente, lo domina hasta este extremo, debe afirmarse que es un producto de fuerzas que lo sobrepasan, ideas de las que, por consiguiente, no podría dar cuenta. No es posible que esta presión exterior que sufre venga de él mismo; por

lo tanto, lo que puede explicarla no es precisamente lo que ocurre en él. Es verdad que no somos incapaces de obligarnos nosotros mismos; podemos contener nuestras tendencias, nuestros hábitos, aún nuestros instintos y contener el desarrollo de los mismos mediante un acto de inhibición. Pero los movimientos de inhibición no deben ser confundidos con los que constituyen la imposición social.” (Durkheim, 1984:116)

El individuo quizá no pueda frenar la carga cultural a la que la sociedad a la cual pertenece responde, lo que sí puede, en cambio, es resignificar su propio accionar como consecuencia de aquella imposición. Este juego de autonomía – dependencia conlleva la idea de sujeto. Es decir, es cierto que el individuo produce aquella sociedad que culturalmente lo produce a él y, al mismo tiempo, es un sujeto, autónomo, que construye una identidad propia, que le pertenece y que también habla de ese mundo exterior al que el sujeto pertenece. Ese mundo necesita de ese sujeto y de las resignificaciones culturales que éste pueda ofrecerle.

Para repensar cualquier problemática es preciso en primer lugar acercarse a sus comienzos de interpretación; por ello es aquí oportuno tomar también como referencia de análisis los diferentes modos en que se estableció la relación entre el concepto **género** y el concepto **sexo**. Según Izquierdo: en primer lugar, se utiliza la clasificación varón y hembra suponiendo que la masculinidad y la feminidad son atributos sexuales *naturales*. En un segundo razonamiento, se entienden las diferencias sexuales como justificación de la desigualdad entre varones y mujeres y no como causa de esas mismas desigualdades. En el tercer modo de interpretación se consideran los efectos sociales de que las hembras sean femeninas y los machos masculinos y, por lo tanto, se acepta la presencia de ambos géneros en los individuos de cualquier sexo; así el concepto mismo de género pierde sentido como herramienta de análisis pues ya no es necesario establecer la diferenciación. El cuarto modo sustituye mecánicamente el término sexo por el de género, no tiene en cuenta los aspectos estructurales de la división del trabajo por género; Izquierdo señala que ésta es la opción más generalizada a nivel académico. Se pierde de vista la jerarquía y

dominación estructural que se produce entre los dos géneros y tampoco se asocia la desigualdad social de las mujeres con las características estructurales de la sociedad. Por último, en quinto lugar, aparecen las tendencias más recientes de interpretación, la autora las denomina '*la estrategia de la deconstrucción*' (de las identidades esenciales) que permite la lucha contra la subordinación de la mujer en formas específicas a través del estudio de la construcción de la categoría *mujer* en diferentes discursos. (Izquierdo. Op.cit)

Es claro que comienza a entrelazarse el concepto de ***identidad***, básicamente necesario para dar cuenta del género como una construcción sociocultural.

Se concibe al concepto de ***identificación*** con un sentido estructurante; esto es, como un proceso normal del individuo donde el 'yo' se modifica al mismo tiempo que asimila aspectos o particularidades de otro que toma como modelo. (Enciclopedia Iberoamericana de Psiquiatría, 1995: 348)

Podría afirmarse que la mujeres, en tanto grupo de género, tuvieron que trabajar, durante décadas, en la identificación y características de filiación estructural como grupo no tan reconocido socialmente en su hacer público. Esta particularidad puede ser consecuencia clara de una necesidad de pertenencia para poder operar, actuar y desarrollarse en ámbitos socialmente signados al hombre. Desde este lugar es que el concepto de *identificación* colabora, de alguna manera, para comprender el sentido de ese universo de modelos de mujeres, a veces tan disímiles, que han aparecido en progresivo desarrollo en el último siglo.

Podría entrar en juego aquí otro concepto que permite un acercamiento mayor aún al análisis de las problemáticas de género: ***identidad social***. La idea de esta noción está ligada a la de un 'nosotros colectivo' a través del cual el individuo se identifica y al mismo tiempo se diferencia de los otros. (Enciclopedia Iberoamericana de Psiquiatría, 1995: 348)

Esta concepción aporta discusiones de análisis importantes al tiempo de tratar temáticas tales como el mercado de trabajo, el posicionamiento y la toma de

decisiones en los lugares de trabajo, la autoridad en las relaciones jefes-subordinados, el techo de cristal, entre otras. Al pensar estas realidades en torno al concepto de identidad social se esclarecen, en cierto sentido, aspectos incomprensibles y hasta cuestionables en algunas oportunidades que reflejan aquella necesidad de identificación que muchas mujeres deben definir y sostener en sus ámbitos laborales.

“Podemos afirmar que el proceso de formación de la identidad social se articula en torno a la autoconcepción de la sociedad, del “nosotros”, y en torno a sus condiciones límites-bordes (organizativos, étnicos, idiomáticos, disciplinarios, territoriales, etc.), que varían en el proceso de estructuración de la sociedad. Los procesos de socialización y de individuación corren aparejados, ya que las motivaciones y repertorios de conducta son simbólicamente reestructurados en el curso de la formación de la identidad.” (Enciclopedia Iberoamericana de Psiquiatría, 1995: 348)

Quedaría abierto el debate para analizar si las mujeres, en su calidad de ser humano, deben realmente intentar y continuar la lucha por definir un ‘*nosotros (as) social*’ que las reconozca en equidad insertas en sus desempeños profesionales, en los lugares de trabajo. La **identidad femenina** se correspondería más a una respuesta de género ante una situación particular, como por ejemplo las relaciones laborales de poder; que a un grupo de características que definen a las mujeres en tanto seres humanos.

Eric H. Erikson (Erikson, 1987) marca a la etapa de la adolescencia como la gestora de la identidad. La infancia ha finalizado y los cambios que aparecen generan al mismo tiempo una “*confusión de rol o de identidad*”.

“Los jóvenes que crecen y se desarrollan, enfrentados con esta revolución fisiológica en su interior, y con tareas adultas tangibles que los aguardan, se preocupan ahora fundamentalmente por lo que parecen ser ante los ojos de los demás en comparación con lo que ellos mismos sienten que son, y por el problema relativo a relacionar los roles y las aptitudes cultivadas previamente con los prototipos ocupacionales del momento.” (Erikson, 1987: 235)

Lo interesante de la perspectiva de Erikson sobre la noción de identidad para este análisis es comprobar cómo desde una edad temprana la búsqueda de un

equilibrio vital comienza a definirse también en función de modelos de liderazgo que se encuentran en relación estrecha y directa con el rol social que ese ser humano ocupe en ese momento de su vida. La importancia que le atribuye a las *'tareas adultas tangibles que los aguardan'* legitima, en principio, la posibilidad de educar en la resignificación de los estereotipos de género desde una temprana edad; y por otro lado, refuerza –quizá sin saberlo– la experiencia de pensar las problemáticas de género surgidas en el universo adulto desde un “radio de relaciones significativas”, que –para este estudio– son los modelos de liderazgo de mujeres en cargos jerárquicos periodísticos y las relaciones laborales que desde allí se generan. Es decir, aquellos prototipos ocupacionales estaban ya signados por un sentido social que, de algún modo, intervenía en las complejas relaciones laborales de género. La integración, dice Erikson: “*es la experiencia acumulada de la capacidad del yo para integrar todas las identificaciones con (...) las oportunidades ofrecidas en los roles sociales*”. (Erikson, Op.cit)

El rol social que una persona pueda definir desde el comienzo de su adolescencia y los cambios que genere a través del desarrollo de su vida lo determina en su identidad; más allá de la dificultad para definir una ‘identidad ocupacional’. El interés aquí de realizar un escueto acercamiento a las consideraciones de Erikson intenta evidenciar la importancia en la igualdad de condiciones de educación, crecimiento y progreso para la vida de una persona desde una perspectiva de género.

En una entrevista realizada por Ima Sanchís⁴ en el 2002 a la filósofa Fina Birulés⁵, ésta se refería al concepto de **identidad personal** como

“..un término difícil de definir. Tendemos a pensar que la identidad es algo mucho menos móvil de lo que es en realidad, nos creemos idénticos a nosotros mismos. (...) Yo creo que la

⁴ Periodista española que centró su trabajo de carácter social fundamentalmente en Latinoamérica. Lleva más de 10 años trabajando para el diario *La Vanguardia*.

⁵ Doctora en Filosofía y profesora de Filosofía Contemporánea en la Universidad de Barcelona. Traductora de la obra de Hannah Arendt en España y coautora de ensayos sobre esta filósofa alemana como *El orgullo de pensar*. Ha publicado estudios sobre el feminismo y la condición de la mujer entre los que se destaca *El género de la memoria*.

identidad tiene que ver con los sucesivos y casi siempre fracasados intentos de conseguir apropiarnos de nosotros mismos. En realidad nos reducimos a lo que somos capaces de decir de nosotros mismos a través de un relato, y cada vez que sucede algo nuevo, debemos revisar nuestra propia historia.” (Sanchís, 2004:72 y73)

En este ‘*apropiarse de uno mismo*’ se juega el compromiso por la verdadera equidad.

De una forma sumamente sencilla también la lingüista Deborah Tannen⁶ acerca el concepto de identidad a las significaciones culturales y sociales que enmarca:

“Tal vez sea por ese sentido del sexo, tan profundamente arraigado, por lo que la gente tiende a interpretar las descripciones sobre patrones sexuales como aseveraciones sobre identidad sexual; en otras palabras, como diferencias absolutas, no como cuestión de grado y porcentajes, y como universales antes que culturales.” (Tannen, 1996: 14)

La psicóloga francesa Luce Irigaray no sólo critica la idea de jerarquías de los géneros sino que también se opone al pensamiento ‘*binario e identificador*’ que muestra a la mujer como lo otro opuesto al sujeto masculino. Lo interesante es reflexionar sobre el lugar que se construye la identidad desde el concepto de diferencia de géneros. Quizá los teóricos más esencialistas optarán por un ser femenino universal común a todas la mujeres y diferenciándolas de los hombres. Otros, más cercanos al constructivismo, quizá opten por afirmar que también el sexo o género biológico está determinado histórica y culturalmente. Esta es la esencia del debate. (Rullman y Schlegel, 2004)

“Yo nunca estaré en el lugar de un hombre, jamás un hombre estará en mi lugar. Por más identificaciones que pueda haber, jamás una tomará claramente el lugar del otro; ellos (varón / mujer) no son reducibles una al otro. (...) Qué es el otro, quién es, nunca lo sabré. Pero el otro que nunca puedo indagar es el otro que se diferencia de mí por el género. El asombro, el

⁶ Investigadora sociolingüista y profesora en la Universidad de Georgetown, EE.UU., autora del best-seller *Tú no me entiendes*. Sus investigaciones son publicadas generalmente en *The New York Times Magazine*, *The New York Magazine* y *The Washington Post*, también presentadas en la cadena televisiva CNN.

encanto, la maravilla ante lo desconocido, deberían volver a su lugar: el de la diferencia sexual." (Irigaray, 1991 en Rullman y Schlegel, 2004: 123)

También la filósofa norteamericana Judith Butler plantea la diferencia entre sexo y género como un espacio en donde se *'modelan formas culturales'* desde donde se perfila una ideología construida culturalmente. Habla del sexo y del cuerpo biológico también como construcciones culturales, donde la identidad genérica está reconstruida permanentemente en el lenguaje. Otras feministas, como la filósofa alemana Andrea Maihofer define al género como *"un modo de existencia cultural y social determinado históricamente"* (Rullmann y Schlegel, 2004: 128). Así establece, por ejemplo, ciertas críticas hacia aquellas teóricas que se postulan contra la dicotomía naturaleza-cultura y sin embargo no dan cuenta que la diferenciación constante entre sexo-género da más fuerza a aquella dicotomía que denuncian.

La actualidad del debate hace postular en discusión continua diferentes tesis que no son analizadas aquí. Interesa ver sin embargo, que estos planteos teóricos pueden, en la práctica, instruir para modificar estructuras culturales que marquen un vuelco definitivo en las relaciones laborales entre hombres y mujeres.

Según la mirada de Marcela M. A. Nari⁷, los Estudios de la Mujer intentan develar cómo la marginalidad cultural y psicológica al ser apropiada por las mujeres influye en sus experiencias a diferencia de los varones de su misma clase social; de esta manera las prácticas femeninas son percibidas como comportamientos marginales. Por esta razón, la historiadora entiende que la categoría de **género** sea más apropiada que la de **sexo** para definir a las mujeres como tales. Podríamos decir: para acercarnos a una comprensión más acabada de su identidad, porque enfatiza, de alguna manera, lo fundamentalmente social de las distinciones sexuales y también resalta los aspectos relacionales que norman la feminidad. (Nari, 1994: 15-17)

⁷ Licenciada en Historia en la Universidad de Buenos Aires.

A diferencia de María Jesús Izquierdo, Nari establece sólo tres usos más frecuentes del concepto género: uno que delinea culturalmente los roles más apropiados para varones y mujeres; otro que refiere a las identidades femeninas y masculinas como netamente originadas en la sociedad; y el último, como una suerte de mandato social que rige los comportamientos y las subjetividades sobre los cuerpos sexuados. (Nari, Op.cit.)

Con lo dicho puede entreverse ya el grado de opresión y poder que subyace a estas relaciones de género y que condiciona el accionar de unos por sobre los otros. Aquí el otro marginal, invisible, es la mujer. Las desigualdades de género, desde el enfoque presentado, enmarcan a la mujer en la naturalización de una relación que la delimita en inferioridad respecto del varón y en una legitimación social y cultural que define al hombre como único hacedor de las prácticas productivas e historiador de toda acción humana.

No se plantean en este trabajo las discusiones teóricas ni las perspectivas filosóficas en torno al concepto de *poder*. Ese análisis representaría un abordaje de las problemáticas aquí esbozadas desde otros parámetros teóricos y, seguramente, el camino delineado no sería el mismo. Por esa razón no se consideran como base de esta investigación las categorías de tiempo, aparatos ideológicos del estado, la opresión psicológica desde un enfoque más psicoanalítico, como tampoco la sobredeterminación en el accionar del cuerpo que la concepción moderna de poder instala sobre los individuos. Si bien es cierto que el anclaje de estos conceptos es, de alguna manera, indisociable de un análisis con perspectiva de género, realizar un marco desde esas nociones teóricas implica diseñar otro esquema conceptual y presentar las hipótesis aquí formuladas desde otro lugar. Es esta una aclaración necesaria por ser el concepto de *poder* el que de todos modos se asiente permanentemente al indagar sobre las problemáticas de género. En este análisis, la noción de *poder* es específicamente considerado no sólo en términos de mando, autoridad y desarrollo de las jerarquías laborales, empresariales; sino también desde

los enfoques más recientes sobre **liderazgo** y **posicionamiento** como posibilidad de ejercer una suerte de auto-poder sobre las propias prácticas proyectadas.

Aún así, la noción de género permanece estrechamente ligada a la de poder, como Marcela Nari señala, tomando a Joan Scott (Scott, 1990 en Nari, Op.cit.), el género formaría parte de uno de los campos primarios por los que el poder podría enunciarse; *“sería un elemento estructurador de la percepción y la organización, concreta y simbólica, de toda la vida social; el género legitimaría y construiría las relaciones sociales.”* (Nari, 1994: 16)

Una vez más, estas relaciones sociales necesariamente se establecen a partir de sistemas de género culturalmente construidos. En estos sistemas, al mismo tiempo, las relaciones macho – hembra se desarrollan jerárquicamente. Por otra parte, también es cierto que los patrones de género están sufriendo variaciones históricas y culturales: *“La producción de formas culturalmente apropiadas de conducta masculina y femenina es una función central de la autoridad social y está mediada por un amplio espectro de instituciones económicas, sociales, políticas y religiosas.”* (Conway, Bourque y Scott en Navarro y Stimpson, 1998: 169)

Desde este lugar, es necesario indagar cómo se fue estableciendo la desigualdad de poder a través de la jerarquía sexual en el ámbito laboral periodístico. En el presente trabajo esas divergencias son consideradas desde la experiencia vivencial de las mujeres periodistas entrevistadas. *“Al estudiar sistemas de género aprendemos que ellos no representan la asignación funcional de roles sociales biológicamente prescritos sino medios de conceptualización cultural y de organización social.”* (Conway, Bourque y Scott en Navarro y Stimpson, 1998: 177)

Y esto se debe en gran medida porque estas normas culturales de género no siempre son explícitas; el lenguaje y otros símbolos son herramientas que se utilizan para transmitir implícitamente estos cánones. Si bien es cierto que aquí no se realiza un análisis psicológico de los modos que estos patrones y estereotipos se perpetúan en los individuos, es lícito decir que muchas veces estas conductas se desarrollan de

manera *inconsciente*. Es importante sin embargo no perder de vista la posibilidad de construir nuevas representaciones de relato, y poder modificar las relaciones interpersonales, dado que el género deviene una forma primaria de organizar los sistemas sociales. *“Así como la especificidad de género de la lengua ejerce influencia sobre cómo se piensan o dicen las cosas, las formas narrativas arquetípicas de Occidente que asumen un protagonista masculino influyen sobre cómo se cuentan historias sobre mujeres.”* (Conway, Bourque y Scott en Navarro y Stimpson, 1998: 170)

Estas reflexiones no pretenden plantear la idea de construcción de un nuevo paradigma que esté determinado por la idiosincrasia femenina a partir de la legitimación de ciertas aseveraciones teóricas. Quizá sólo se trate de salirse de la ideología patriarcal que nos abarca. Recorrer los márgenes de la historia, y despertar al sueño de un sólo paradigma humano donde hombres y mujeres estén contemplados por su igualdad en tanto condición humana y, sobre todo, enriquecidos por sus diferencias reconocidas y respetadas en el hacer de cada uno en la perpetuación de las relaciones humanas.

Pensar en la posibilidad de reforzar un conocimiento femenino para sólo cambiar el rumbo sociocultural (que aquí se viene planteando desde una perspectiva de género diferente), es en algún punto retomar el discurso patriarcal desde otro ángulo: el femenino, esto sólo significaría leer la historia desde la otra punta del ovillo sin buscar la deseada equidad. En el devenir de la historia, la ideología patriarcal no ha contribuido a considerar al otro en todo su esplendor enriqueciéndose de las diferencias. El otro-mujer se ha invisibilizado, su estar permanece ausente a través de los tiempos y así, de a poco, ese otro desaparece.

Durante siglos la medida de la humanidad, en tanto sujeto social, fue el varón.

Hacia 1880 se fue generando en Europa el pasaje de una estructura social matrilinear⁸ a una patrilinear y, de acuerdo con la historiadora Riane Eisler, se produjo como consecuencia -entre otras- de “*la infiltración rapaz de los pueblos de pastores en las zonas fértiles donde predominaba la agricultura*” (Rullman y Schlegel, 2004: 21), los metales fueron utilizados con mayor acentuación como objetos de sometimiento, como armas; los cazadores o guerreros se afianzaron por sobre las culturas agrícolas, más pacíficas. Estos hechos condujeron a la acentuación de la sumisión histórica de la mujer.

La discusión teórica respecto del surgimiento de las sociedades matriarcales, las razones de su casi total desintegración, el afianzamiento de la ideología patriarcal; es extensa. Lo cierto es que los argumentos se enriquecen y las investigaciones se profundizan en relación al tema. Hay consenso sobre la existencia de estas sociedades, pero se discute acerca del tiempo de supervivencia de tales culturas; su posición social; la posible lucha de poder entre los sexos y la existencia real de las mujeres como grupo en posición de dominio expreso y absoluto por sobre los hombres en algún tipo de comunidad; la asimilación de la Edad de Piedra con las sociedades matriarcales junto al trueque de mujeres; y otras tantas temáticas a favor o en contra de estas formas de convivencia social.

Al entrar la mujer en la vida pública comenzaron a modificarse instantáneamente, y en un lento camino de resignificación, algunos patrones culturales. Quizá el problema esté en que la meta de la equidad como convivencia social se forje desde una normativa que busca que la mujer iguale al varón en ese andar público. Que construya su ser social desde lo ya jerárquicamente establecido a partir de la ideología patriarcal. Que ‘alcance’ al hombre en su hacer laboral, esto es, que **masculinice** su desempeño público para poder afirmarse en su capacidad operativa,

⁸ En EE. UU. Son habituales algunas expresiones que devienen de ‘matriarcado’: ‘matrilocal’ como lugar de vivienda junto a la madre; ‘matrilinear’ como transmisión de la herencia y otorgamiento de nombres en la línea femenina y ‘matricéntrico’, la madre como centro de lo sociocultural.

más allá del hacer cotidiano que la contempla. Y, finalmente, que de esta manera pueda empezar a ser legitimada, a hacerse visible.

Quizá sea el momento de focalizar y reconocer la especificidad de hombres y mujeres más allá de aquellas cosas que los igualan en tanto seres humanos. Poner en práctica desde el quehacer sociocultural esa idea tan simple que es la **diversidad**. Aquello que Julia Levy⁹ denomina como “*nuevas formas de vincularidad social*”, propuesta que implica la necesidad de establecer “*..nuevas lógicas, surgidas de la práctica cotidiana de las mujeres, que permiten intersectar lo público y lo privado...*” (Levy, 1999: 66-67)

Esto es plantear el cambio en pos de la equidad de género; salirse de la búsqueda rasa por legitimar un espacio definido desde un legado patriarcal no inclusivo. A veces, un truncado seguimiento de conceptos como **universal e igualdad** conducen a la quizá no tan inocente abolición de ciertas diferencias que jugarían un papel clave en el desarrollo de un consenso social; pero ésta es una compleja discusión meritoria de otra investigación que escapa al presente trabajo.

INFLEXIONES DE LOS ESTEREOTIPOS SOCIOCULTURALES

A partir de ciertos puntos de observación que realiza July E., Cháneton,¹⁰ en el artículo “Género (M/F) y massmediación: nuevos objetos discursivos” (Cháneton, 1997: 89-94) puede establecerse una conexión directa entre género y construcción de estereotipos socioculturales¹¹.

⁹ Investigadora sobre teoría feminista desde el campo de la Filosofía. Integrante del Instituto de Estudios de Género de la Facultad de Filosofía y Letras de la U.B.A. Asesora de organismos gubernamentales y no gubernamentales, nacionales e internacionales en Género, Planificación y Programación.

¹⁰ Docente e investigadora en Estudios de Género, Facultad de Ciencias Sociales y Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires.

¹¹ Una primera versión de este trabajo fue presentado en el “IV Congreso Nacional de Semiótica”, Córdoba, 1995. El análisis forma parte de una investigación: “Nuevos relatos en la producción social de la desigualdad de género. La prensa escrita argentina (1991-1992)”, Beca de Iniciación, Secretaría de Ciencia y Técnica, U.B.A.

La autora explora ciertas características complejas del lenguaje en objetos discursivos periodísticos de las agendas mediáticas que fundamentan al sexismo. Sin focalizar aquí la mirada en un estudio semiótico del problema, puede considerarse -de todos modos- que estas discursividades legitiman estereotipos culturales de género, y esta situación no debería perderse de vista. Por ejemplo, el topos de “la ayuda masculina”, *“instala como premisa argumentativa la histórica adjudicación social al colectivo de mujeres del trabajo reproductivo (tareas domésticas y crianza de los hijos), en forma exclusiva y como destino prescripto, en el espacio de uso común al grupo familiar”* (Cháneton, 1997:90)

Este ejemplo es fundamental para la hipótesis de esta investigación: uno de los problemas centrales de discusión entre las mujeres que trabajan es esta tácita necesidad de elección entre la maternidad y el trabajo¹². Como señala Cháneton, se construye el ‘*lugar de la esencia*’ femenina a través de la naturalizada tarea de **ser** madre en oposición al **hacer** que implica la acción de trabajar; ambas acciones se enfrentan dentro de una jerarquía de valores culturales fijados para el género femenino a partir de lo socialmente instituido. De este modo, la práctica laboral –ámbito público- y la maternal –ámbito privado- no se involucran mutuamente puesto que el *ser* y el *hacer*, en este caso en particular, no pueden auto-convocarse para su materialización en lo femenino posible.

El estereotipo evoca, necesariamente, la idea de reproducción; algo: un discurso, un sentido, un imaginario, una práctica, se inscribe desde nuestra infancia y se afianza en el camino hacia la constitución como sujeto -la delimitación de la identidad- a medida que se generan conexiones e interrelaciones con otros discursos, otros sentidos, otros imaginarios, otras prácticas. Las significaciones que estos saberes inscriben en cada individuo pueden materializarse, o no, en algunas

¹² Para el desarrollo de estas problemáticas pueden consultarse por ejemplo: Jelin, Elizabeth, La mujer y el mercado de trabajo urbano. (1978) Bs. As. Estudios CEDES (Centro de Estudios de Estado y Sociedad), Volumen 1, N°6, reimpresión de la 2ª edición 1986; Dura, María Ángeles, La jornada interminable, Barcelona, ICARIA, 1986; Coria, Clara, El sexo oculto del dinero, (1986), Bs.As., Paidós, 2004.

experiencias –en el sentido más literal del término- o simplemente formar parte del conglomerado de sentidos y juicios culturales atribuibles al accionar en su relación con los otros. De algún modo psicológico y/ o social -a través, por ejemplo, de los discursos ideológicos de las diferentes instituciones que componen una sociedad-, estas significaciones se afianzan en los individuos y se estereotipan para luego reproducirse; sin entender por tal motivo que los efectos de sentido se instalen a partir de una determinación lineal. Si esta escueta descripción de la modalidad del ser, en tanto sujeto social que vive en convivencia con otros, se enmarca en la cuestión de la clasificación genérica de una sociedad puede fácilmente percibirse que es imposible concebir la desigualdad de género al margen de una responsabilidad social y cultural; una idea tan simple como ésta no resulta, paradójicamente, tan clara en su desarrollo a través de cualquier acción social, es decir, está arbitrariamente oculta, siempre en los márgenes de la historia.

El hecho de que **lo masculino** y **lo femenino** se defina, en un principio, a partir de una diferencia sexual, no implica que aquellas diferencias de género deban interpretarse desde biologismos que naturalicen las acciones de hombres y mujeres, intentando establecer un marco superficial de justificación a problemáticas de discriminación invisiblemente enquistadas en el ámbito laboral actual argentino, al que el periodismo no escapa.

Por ello, es lícito anclar aquí algunos presupuestos de la teoría de los discursos sociales de Eliseo Verón (Verón, 1987) que refieren al modo de funcionamiento de la **semiosis social**, esa dimensión de los fenómenos sociales que genera un *proceso de producción de sentido*. Al establecer los parámetros de la perspectiva de género en el marco de la semiosis social pueden explorarse también las significaciones que circulan en el ámbito laboral habilitando desigualdades entre el ser femenino y el ser masculino que no son construidas desde la equidad sino a partir de coerciones históricas y culturales de diferenciación.

La doble hipótesis de esta teoría semiótica permite delimitar el análisis del posicionamiento de las periodistas en las empresas mediáticas en un cierto nivel de fenómeno social. *“Toda producción de sentido es necesariamente social (...) Todo fenómeno social es, en una de sus dimensiones constitutivas, un proceso de producción de sentido, cualquiera que fuere el nivel de análisis (más o menos micro o macrosociológico).”* (Verón, 1987: 125)

Es viable de esta manera examinar las desigualdades de género manifiestas en lo laboral como un sistema de relaciones que atribuye y refuerza el sentido otorgado a lo masculino y lo femenino, para resolver algunos interrogantes en torno a los *modos de comportamiento* (entre pares o/ y entre jefes/ as y subordinados/ as) en los que este sentido se manifiesta a través de las problemáticas de género. Y esto es posible porque la teoría de los discursos sociales le otorga una materialidad al sentido producido que permite buscar los estereotipos que aparecen en las formas de relación entre jefes/ as y subordinados/ as en una empresa periodística recuperando así la construcción de lo real en la red de esa semiosis.

Al tomar al ámbito laboral como una *‘configuración espacio-temporal de sentido’* se lo enmarca en un nivel de discursividad que habilita el doble anclaje del que habla Verón, esto es, del sentido en lo social y de lo social en el sentido.

Los estudios realizados por la lingüista Deborah Tannen (Tannen, 1996) en torno a las formas de comunicarse en los espacios laborales aporta al tratamiento de los problemas de género la importancia del nivel de la discursividad, para también dar cuenta de las determinaciones sociales del sentido manifiesto. Este análisis en las formas de comunicación existentes en la práctica laboral es sumamente categórico para analizar las aspiraciones laborales de las periodistas, su posicionamiento profesional, el proceso de toma de decisiones que conllevan ciertos cargos y también para un mayor acercamiento al concepto ***techo de cristal***, elemento clave en el desarrollo profesional de las mujeres.

El lenguaje actúa como un medio, como un instrumento que permite objetivar al sujeto para poder tomar conciencia de sí mismo; en el carácter relacional del lenguaje, a través de la comunicación con el otro puede, también, edificarse la conciencia de un otro diferente, la conciencia de género.

Tannen afirma, de alguna manera, que las formas de hablar de hombres y mujeres se corresponden directamente con los géneros masculino y femenino porque esas formas se asocian socialmente con el sexo (hembra – macho) de cada persona. Quizá ésta sea una afirmación que resulte muy obvia en principio y, sin embargo, construye estereotipos culturales de género muy significativos en el área laboral, entre otras. La lingüista es tajante al señalar que aquellas personas cuyo habla remita a otro sexo transgreden las expectativas culturales y pagan socialmente por ello; esto es, por ejemplo, en el caso de directivos de empresa que se aparten de algún modo de las normas culturales de dirección que se corresponden con su sexo generan opiniones negativas de ese mismo sexo.

Interesa aquí la impronta que se desarrolla en los lugares de trabajo que responde al ‘estereotipar’ generalizado del que habla Tannen. Su estudio está focalizado en los diálogos privados en un ámbito público como es el del trabajo, en distintas ciudades de Estados Unidos, en particular en oficinas. De todas maneras, aunque la investigación para esta tesina se desarrolla a partir de experiencias laborales de periodistas argentinas es enriquecedor sumar algunas de las consideraciones de Tannen para poder comprender las complejidades culturales de género en un ámbito cotidiano.

“Lo común es que se descubran patrones de conducta que han contribuido a formar un estereotipo; eso nos ayuda a comprender la conducta (por ejemplo, la modalidad indirecta) y, con el correr del tiempo, a borrar el estereotipo (por ejemplo, que las mujeres son manipuladoras). Por eso creo que no es sólo útil, sino también necesario entender los patrones culturales que influyen sobre nuestra manera de hablar. Con no mencionarlos, los estereotipos no desaparecen. Eso sólo sirve para darles rienda suelta, a fin de que nos afecten la vida y nos priven del conocimiento necesario para cambiarlos.” (Tannen, 1996:315)

Las diferentes teorías mencionadas aquí para develar el trasfondo de las relaciones de género contribuyen, desde sus respectivos ámbitos disciplinarios, a desentrañar las diferentes formas en que los patrones culturales de género inciden en los individuos y en sus cotidianidades laborales a partir de matrices estructuradas en una **concepción patriarcal de la sociedad**. Ésta establece muy claramente la jerarquía social de dominio masculino en todos los aspectos de convivencia social.

No hay comportamiento natural ni innato en este dilema de género, como quizá en un primer momento de aproximación podría sugerir este devenir en las relaciones laborales. Hay una intención en el sentido que el sujeto le atribuye a la acción que, además, remite a la conducta de otros. Hay sí, también, un descreimiento a posibilidades de cambio, una escasa –casi nula- conciencia de género y un fuerte arraigo a **patrones patriarcales de desarrollo**.

LAS BASES CULTURALES DE UNA SOCIEDAD

Desde el comienzo de este marco teórico se señaló a los estereotipos socioculturales de género como determinantes claves en el accionar de las complejas relaciones entre individuos. Al definir aproximaciones a diferentes miradas teóricas sobre los conceptos de sexo, género, identidad, mujer, hombre, acción social, sujeto; se establece inmediatamente una clara noción de la perspectiva que incluye el desarrollo del presente trabajo.

Ahora bien, queda sin embargo establecer brevemente aquello que define al ser humano en contacto con sus pares, sean hombres o mujeres; aquella representación casi imperceptible en la cotidianidad y que sin embargo define en gran porcentaje los intercambios entre los individuos de un país, una región, una comunidad, un grupo. Esto es: la noción de **cultura**. Tomada aquí, como señala Clifford Geertz, no como '*un ornamento de la existencia humana*' sino como '*una condición esencial*' e indispensable que determina aquella existencia. (Geertz, 1987)

Son quizá muy conocidas las definiciones en torno a la idea de cultura que pueden plantearse en un estudio que pretenda contemplar de cerca el comportamiento de los individuos en interrelación. Lo interesante para el presente trabajo es sumarle la particular mirada de género que puede colaborar en el entendimiento de las complejas relaciones laborales contemporáneas.

No es ésta una investigación antropológica, ni se pretende establecer un exhaustivo trabajo etnográfico de observación e interpretación sobre las experiencias laborales tomadas de las entrevistas en profundidad a mujeres del ámbito periodístico. Pero la concepción semiótica de cultura que plantea Geertz deviene en una herramienta fundamental para poder analizar a posteriori la situación de algunas mujeres periodistas en el desarrollo de sus carreras, en torno a los lugares de toma de decisiones –gerencia y dirección- de los medios masivos de comunicación.

Una de las motivaciones a optar por esta particular noción de cultura es la posibilidad de, con y a través de ella, salirse de viejos debates sociológicos que enarbolan –o no- la cultura como valor en sí misma. Fijar entonces toda la atención al análisis de las realidades y necesidades del sujeto, como factor fundamental de interpretación cultural. Aquí se ven, particularmente, las carencias y limitaciones en las aspiraciones laborales de las mujeres periodistas dentro de sus ambientes de trabajo.

Entender entonces a la cultura, desde la perspectiva geertziana, como aquel *‘entramado de significaciones socialmente establecidas’*. Una *‘urdimbre’*, dirá Geertz, cuyo análisis no pretenda conformar una ciencia experimental, sino *“una ciencia interpretativa en busca de significaciones”*. (Geertz, 1987:20)

Muchas son las precisiones que desde Geertz pueden legitimar una mirada diferente sobre la búsqueda de equidad, en una suerte de objetivo emblemático, más allá de toda categoría académica.

Pensar la cultura como *‘contexto’* con entidad *‘pública’*. *‘Pública’* porque la significación lo es: *“Uno no puede hacer una guiñada (o fingir burlescamente una guiñada) sin*

conocer lo que ella significa o sin saber cómo contraer físicamente el párpado.” (Geertz, 1987:26) Por otra parte, comprender y aceptar que, *“aunque contiene ideas, la cultura no existe en la cabeza de alguien; aunque no es física, no es una entidad oculta.”* (Geertz, 1987:24)

‘Contexto’ porque hablar de ella como entidad no quiere decir que se la considere causa directa de *“los acontecimientos sociales, de los modos de conducta, instituciones o procesos sociales”*. La cultura determina un contexto, es un contexto, porque en ella *“pueden describirse todos esos fenómenos de manera inteligible, es decir, densa.”* (Geertz, 1987: 27)

Desde este lugar podrá legitimarse teóricamente las invisibles limitaciones de las periodistas en las empresas mediáticas actuales, desde una perspectiva que involucra directamente a la *condición femenina* como una compleja estructura de significación. Cada individuo, en su particularidad, puede resignificar esta estructura; aprobarla o no; ponerla en juego en sus desempeños cotidianos o simplemente desentenderla. Pero comprender las formas culturales, los estereotipos de género, que se ponen de manifiesto –no tan en la superficie- en los espacios de trabajo periodísticos, supone –siguiendo a Geertz- captar el carácter normal de la cultura que los contiene *sin reducir su particularidad*.

La necesidad de fijar una mirada atenta a las relaciones interpersonales en el trabajo y a las experiencias relatadas por las propias periodistas, se genera a partir de intentar dar cuenta de la incidencia *real* de viejos estereotipos de género. Aunque conocidos; señalar y remarcar aquellas frases hechas, algunos *cliché*, ciertas miradas, muchas argumentaciones discriminatorias, lo *dicho* en el hablar (y lo no dicho), entre otras cotidaneidades laborales, conduce a pretender articular formas culturales a partir de la conducta de las personas. Y esto más allá del sentido de la *coherencia*, que – como señala Geertz- *“no puede ser la principal prueba de validez de una descripción cultural”* (Geertz, 1987: 26)

Pueden identificarse en el espacio laboral periodístico las formas culturales internalizadas en las mujeres periodistas para no “*cerrar las puertas del análisis cultural a su objeto propio: la lógica informal de la vida real.*” (Geertz, 1987: 30)

Es esta una exploración a partir de miradas particulares expresadas por las entrevistadas, en un paralelo cruce con el material bibliográfico seleccionado, sumando a esto las encuestas y artículos pertinentes. Sin embargo, esta especificidad puede también alentar miradas profundas en otros ámbitos y otras relaciones desde una perspectiva de género que construya la imparcialidad como parámetro fundamental. Es oportuna esta aclaración para sostener, siempre desde Geertz, la idea de que una teoría cultural no es necesariamente predictiva ni dueña de sí misma.

Partir así desde una mirada diferente para el análisis de las problemáticas aquí señaladas es apoyarse también en un concepto de cultura que permite contemplar la posibilidad de **cambio** en las formas culturales establecidas; “*.. reelaborar el esquema de relaciones sociales es reacomodar las coordenadas del mundo experimentado. Las formas de la sociedad son la sustancia de la cultura.*” (Geertz, 1987: 38)

Al revisar problemáticas de género, teniendo en cuenta las dificultades emergentes de los cruces entre conceptos como **sexo** y **género**, es preciso establecer claramente las bases culturales en las que se asienta el grupo a partir del cual se interpreta el objeto de estudio. La vieja discusión teórica por lo innato y lo cultural resurge entre las cenizas y remueve viejos cimientos. De aquí la complejidad al hablar de conductas humanas tan enquistadas en estereotipos de género que, muchas veces, hasta son invisibles para quienes los padecen.

Desde este lugar, se genera esta relación bipolar: “*sin hombres no hay cultura por cierto, pero igualmente, y esto es más significativo, sin cultura no hay hombres.*” (Geertz, 1987: 55)

No es sólo al describir conductas laborales que inscriben ciertas discriminaciones respecto del género femenino como se comprende más la incidencia cultural en ellas, sino *reconociendo* que esas conductas están regladas por un plan

cultural que las contiene y las contempla. Es allí desde donde parten los estereotipos que accionan a través de todos los esquemas, costumbres, hábitos que cada sujeto utiliza para relacionarse con el entorno. Aparece así el fuerte juego de lo simbólico atravesando cada acción. El rol multiplicador de la cultura envolviendo las particularidades de cada ser humano. Aún así, las personas entretejiendo su libertad, a veces con responsabilidad, aquí, con conciencia de género; otras, huyendo.

“Uno de los hechos más significativos que nos caracterizan podría ser en definitiva el de que todos comenzamos con un equipamiento natural para vivir un millar de clases de vida, pero en última instancia sólo acabamos viviendo una.” (Geertz, 1987: 52)

Ahora bien, el modo de concebir los estereotipos culturales dentro de un concepto de cultura geertziano puede resultar en algunos puntos un poco contradictorio. La problemática es compleja, porque las relaciones sociales lo son, pero no por ello inaccesible. Esto es: al afirmar que ciertos cánones culturales de género dificultan el posicionamiento profesional de las mujeres periodistas no se pretende de ninguna manera entender por ello que la sobredeterminación cultural es la máquina que fabrica formas de acción indisolubles. Por esto la elección de realizar este análisis a través -principalmente- de las narraciones de mujeres en base a sus experiencias laborales, para también afirmar una clara inclinación por la importancia de la particularidad de cada una de ellas; de cada ser humano en su ámbito, si se quiere. Lo interesante es abordar desde ahí el objeto de estudio.

“...la cultura suministra el vínculo entre lo que los hombres son intrínsecamente capaces de llegar a ser y lo que realmente llegan a ser uno por uno” (..) “Así como la cultura nos formó para constituir una especie (..) así también la cultura nos da forma como individuos separados. Eso es lo que realmente tenemos en común, no un modo de ser subcultura inmutable ni un establecido consenso cultural.” (Geertz, 1987: 57)

Se pretende desde aquí proponer la reflexión. Instalar la necesidad urgente de que los cánones culturales, sea cual fuere la sociedad desde la que se hable, no deben seguir manteniendo al margen el desempeño público de la mujer en porcentajes tan

bajos. Se han modificado algunos caminos, se han tomado muchas decisiones y aún subyacen en las relaciones interpersonales fuertes mandatos de jerarquías patriarcales que resisten resignificaciones culturales. La conciencia de género por la equidad es un modo posible. Es una decisión.

Pensar las relaciones humanas por fuera de la vieja *ideología patriarcal* se torna, aún, una actividad bastante ajena a las complejas situaciones laborales entre géneros. Por otra parte, esta concepción de la vida deviene todavía fuerte como para atravesar culturas aún bastante disímiles. Si bien presenta una estrechez cultural respecto de occidente y en torno a un modelo económico capitalista, tampoco puede obviarse la fuerte presencia jerárquica de género en las regiones definidas por la cultura árabe y también en China como otros ejemplos de observación.

La *ideología patriarcal* basa sus supuestos a partir de justificaciones biológicas, esto es, afirma que la superioridad del varón sobre la inferioridad de la mujer está construida desde un orden natural de las cosas: *así debe ser*. De esta manera los roles sociales responden a esta jerarquía erigida, aparentemente, por la naturaleza misma.

“En esta jerarquía los varones se instalan en el nivel superior y desde allí detentan el poder, ejercen el control y perpetúan un orden que contribuye a consolidar la opresión de las mujeres. Esta jerarquización de las diferencias justifica y avala la dominación de la mujer por parte del varón” (Coria, 2004: 16)

Este concepto es tenido en cuenta particularmente por ser promotor de la división sexual del trabajo en donde las mujeres deben desenvolverse en el ámbito privado y los hombres en el público, propio de un orden judeocristiano. Desde este lugar la noción de **producción** -en términos capitalistas- queda asignada al hombre, mientras que la mujer es la responsable de la **reproducción**; legitimándose así la actividad esencial femenina, lejos del ámbito público.

Clara Coria habla de estos ámbitos también como el de la exterioridad (público) y el de la interioridad (privado). Así, “...‘por naturaleza’ las mujeres deben estar adentro y los hombres afuera.” (Coria, 2004: 95). En el **exterior** se sancionan las leyes, se

establece el orden, se proyectan formas socioculturales de vida, se dirige el conocimiento y se accede a él, se aprende a ejercer el poder que regirá también el *interior*; éste será el lugar de las emociones, del hogar, de lo inmediato, de la crianza de los hijos, y también el espacio del *trabajo invisible*.

En su libro “*El sexo oculto del dinero. Formas de la dependencia femenina*” (2004), Coria alude a varios estudios psicoanalíticos que abogan por una perspectiva diferente e interesante respecto de la posible construcción del *sujeto femenino*. La autora menciona psicoanalistas como Juliet Mitchell, Luce Irigaray, Nancy Chodorow, entre otras, que presentan a la mujer desde lo que ella ‘es’ y no a partir de lo que ‘no es’ en comparación con el varón. (Coria, 2004: 130)

Es desde el psicoanálisis freudiano que surge esta especificación del sujeto femenino que se define por lo que ‘no tiene’, construido en torno al complejo de castración y al complejo de Edipo en la mujer. “*La falta de autonomía es un hecho que – según Freud- formaría parte de la naturaleza femenina y tendría su origen en un superyó frágil que la obliga a depender del hombre-padre.*” (Coria, 2004: 131)

No se analizará la perspectiva freudiana en este trabajo, sin embargo, es relevante dar cuenta de cómo una pequeña recorrida interdisciplinaria convoca rápidamente a diversas reflexiones en torno a las determinaciones culturales reflejadas en las problemáticas de género. El accionar de la ideología patriarcal permite ver en la superioridad masculina no sólo la arbitrariedad cultural a la que fue sometida la mujer desde esas limitaciones, sino que además conduce al hombre a una exigencia por la superioridad irrenunciable en su condición de varón: tiene la obligación sociocultural de demostrar que *puede más* que la mujer precisamente por ser varón, *así lo dispuso la naturaleza*.

Estas reflexiones traspoladas al ámbito laboral generan complejas dificultades de relaciones humanas y una severa discriminación hacia la mujer en la búsqueda de aquella exterioridad al pretender posicionarse en su ámbito de trabajo.

Estas diferencias sexuales expresan aquellas jerarquías culturales entre los sexos. Aparece lo que muchas/os investigadores de género denominan **sexismo** (Valle, 1996), concepto que no hace más que develar, de algún modo, este desequilibrio en la convivencia social por medio de sistemas de roles estereotipados. Sistemas que se inscriben a través de las representaciones culturales de lo femenino y lo masculino.

Se mencionó ya la incidencia de las formas culturales en los individuos a través de las instituciones, puede sumarse a esto la tarea atenta de cómo, al mismo tiempo, los medios masivos de comunicación construyen y resignifican aquellos estereotipos -tarea más que meritoria de otro trabajo de investigación-. Esto lleva a suponer una acción no tan autónoma del receptor mediático, pero no por ello imposible de resignificación.

Este es el contexto en que se mueven las periodistas a la hora de poner en práctica su labor profesional. Ello es lo que interesa aquí.

UNA BREVE MIRADA A LOS FEMINISMOS

Al adentrarse en la mirada feminista de las problemáticas laborales, se descubren una amplitud de variantes respecto de formas de enfrentar dichas temáticas al momento de intentar solucionarlas. Estas diferentes modalidades se corresponden al mismo tiempo con subgrupos de corrientes teóricas feministas que mantienen muchos intereses en común y, a su vez, se distancian a partir de sus opiniones respecto de ítems centrales, en la búsqueda por la equidad de género.

Envuelta en este marco referencial apenas conocido al iniciar esta investigación reparé en la importancia de realizar un breve recorrido por los ítems más importantes que mantienen alejadas entre sí a las diferentes propuestas teóricas feministas, y también por aquellos puntos de encuentro.

El llamado 'primer feminismo' reproduce su accionar en diferentes momentos históricos de acuerdo al progreso económico y político de cada país ya que, como objetivo central busca la consolidación de las mujeres como ciudadanas civiles con derecho a voto. Esta posibilidad comienza a discutirse en la Francia de la Revolución ya en la segunda mitad del siglo XVIII y sin embargo, de este lado del océano toma forma y fuerza casi 50 años más tarde. Aparece una nueva identidad femenina: la identidad política que rápidamente reproduce, entre otras cosas, la inserción social de las mujeres en educación.

En la década del '60 se conocen los movimientos feministas que comienzan a reivindicar los derechos de las mujeres como causa de inclusión a los derechos universales, también la proclamación por los derechos reproductivos comienza a tomar fuerza hacia 1970. Se delinea la segunda ola feminista, más conocida con el nombre del 'feminismo de la igualdad', desde allí se intenta consolidar la idea de que las mujeres debemos tener los mismos derechos que los hombres y podemos hacer todo aquello que los varones hacen. La fuerza de la igualdad y la universalidad trasciende fronteras en una década signada por los cambios, las revoluciones y los nuevos paradigmas. Sin embargo, esta igualdad a ciegas no deja entrever aquellas características propias de las mujeres, que las diferencian de los varones y que por ello deben legitimarse igual. Por este vacío dejado tras el feminismo de los '60 aparece la tercera ola que propone el atributo de 'la diferencia' como bandera de inclusión y reconocimiento social para las mujeres en todo el mundo. Así, en los últimos años de los '80 y comienzo de los '90, aparecen los discursos que muestran todas aquellas diferencias que hombres y mujeres deben poseer y defender cada cual desde su género debidamente construido por una sociedad que, en general aún responde a mandatos culturales patriarcales. Este tercer feminismo toma fuerza en los comienzos de los '90 en EE.UU. y desde allí afianza sus raíces y se expande hacia el resto del mundo.

Con la lucha por la igualdad, el enfrentamiento por la diferencia y sobre la construcción de una nueva perspectiva comienza a trazarse el camino por la equidad, la tercera generación de las corrientes feministas se hace presente en cada ámbito de discusión sobre problemas de género. Es decir, que allí donde hombres y mujeres se aceptan en sus semejanzas y diferencias pueden legitimarse socialmente y aprender a convivir: vivir con; uno en el otro sin discriminación ni falta de oportunidades sesgadas al 'sexo débil'.

Para dar cuenta de las nuevas propuestas de acción más allá de la corriente feminista que la describa o lleve a cabo es muy interesante ver el artículo de Mabel Burín, 'Algunos aportes al debate feminismo-posmodernismo' (Burín, abril 1993), donde la autora señala un número interesante de cuestiones a tener en cuenta a la hora de definir y delinear acciones a futuro desde una perspectiva feminista que contemple a hombres y mujeres en sus interrelaciones sociales de género, ella las denomina *'herramientas teoprácticas del feminismo del nuevo milenio'*. Luego de recorrer diferentes discusiones teóricas entre distintas autoras en torno a las nuevas concepciones de lo que podría llamarse *'feminismo posmoderno'*, Burín encuentra algunos puntos en común:

"todas las autoras afirman que las teorías feministas deben sostener sus principios originales de crítica social; tomar el concepto de género como categoría de análisis; hacer una transformación de las relaciones sociales en términos socioeconómicos y de oportunidades de trabajo; todas denuncian 'lo omitido', 'lo invisible', 'lo marginal', 'lo ausente', 'lo silenciado', en el discurso social; tomar como punto de partida el análisis de las prácticas de la vida cotidiana, de lo personal, de las subjetividades; criticar a las teorías feministas que reproducen los discursos de la modernidad; aceptar la crisis de la noción de las representaciones sociales; repensar la dimensión ética de nuestra cultura; establecer redes y alianzas entre las diversas corrientes feministas y con otros movimientos sociales; necesidad de la participación social y política de las mujeres para cambiar las relaciones de poder; construir nuevos conocimientos sobre otras bases epistemológicas." (Burín, 1993: 21-22)

Como otra arista de estos debates se encuentra la diferencia establecida entre los que se conocen como 'estudios de género' y 'estudios de mujeres'. Muchísima

bibliografía se genera alrededor de estas problemáticas, en este apartado sólo se pretende realizar una suerte de vidriera de reflexión que permita a quien lo lea adentrarse en alguna de las cuestiones a debatir que se seguirán resignificando en cada proceso de cambio social.

Es en los años '70 cuando comienza a surgir la idea de que el nuevo campo de estudios tenía que ver más con la masculinidad y la feminidad, es decir con el género, que sólo con las mujeres en sí. Sin embargo, las corrientes feministas de Estados Unidos se afianzan cada vez más en 'los estudios de mujeres' por considerarlos más allá de las fronteras del mundo académico y porque consideran que son las mujeres quienes deben construir el '*empoderamiento*' (Navarro y Stimpson, 1998) de sí mismas a partir de la reconstrucción del conocimiento que de ellas se ha realizado durante siglos. Quizá la premisa más importante para quienes se alistan en los estudios de mujeres es generar conocimientos para instituciones educacionales, políticas y culturales, intentando aunar fuerzas diferentes, se consideran por ello un movimiento transdisciplinario e interdisciplinario. De todos modos, es necesario comprender que los estudios de género y los estudios de mujeres no se excluyen sino que se complementan y se interconectan.

Otros términos conocidos en estas disputas teóricas por la *verdad* sobre el conocimiento de las relaciones en comparación entre hombres y mujeres son: '*minimalistas*' y '*maximalistas*'. Que fácilmente podrían intercambiarse con los conceptos de '*igualdad*' y '*diferencia*' respectivamente, dado que los grupos *feministas minimalistas* hacen hincapié en las similitudes sexuales, en todo aquello que hombres y mujeres poseen en común para, desde allí, consolidar la igualdad de género. Por otra parte, las *feministas maximalistas* parten de las diferencias entre ambos sexos para legitimar lo característico de las mujeres y también revisar oportunidades y derechos de los hombres. (Navarro y Stimpson, 1998)

Las diferentes perspectivas que pretenden teorizar sobre las relaciones, similitudes, y diferencias entre mujeres y hombres; desde la política, la cultura, el

ámbito económico y laboral, son infinitas. Adentrándose de a poco en su lectura y descubrimiento se genera una sensación de nunca acabar, y no porque la investigación social se renueve y resignifique en cada movimiento histórico sino porque los argumentos desde las distintas miradas siempre encuentran anclarse en posibilidades de verdad, en verosimilitudes, en aquello que podría ser y no lo es o tal vez sí.

Desde algún lugar podría afirmarse que estas diferentes corrientes teóricas persiguen las mismas expectativas que tienen que ver con considerar a mujeres y hombres como seres humanos autónomos y en relación. “*Si acaso un punto puede reunir a todas las investigadoras sobre la mujer es el de la sobrevivencia básica*” (Navarro y Stimpson, 1998: 144)

Como señala Catherine Stimpson (Stimpson, 1990) , la necesidad de *repensar el mundo* atraviesa todas estas teorías y quizá esto sea lo que realmente importa, no detenerse con el conocimiento conocido, sino repensarlo como una multiplicidad de identidades y grupos heterogéneos, como una compleja red de significaciones sociales, como una red de otros y otredades, para de una vez y para siempre aceptar las diferencias y rechazar las dominaciones.

B) SER PERIODISTA Y EJERCITAR EL PERIODISMO

La profesión periodística es adjudicada en numerosas oportunidades a profesionales de otros ámbitos. Muchos se acercan a ella con la vocación y legítima dedicación que la compleja tarea requiere; otros, quizá sólo por entrar a la esfera de lo público mediático de maneras más notorias, veloces y tristemente eficaces. Lo cierto es que para continuar con el lineamiento teórico del presente trabajo es necesario plantear desde el comienzo, que la perspectiva que enarbola esta investigación es la de persuadir a todos quienes tengan una estrecha relación con el periodismo y los

medios de comunicación a generar un real compromiso en torno a las reflexiones sobre las problemáticas de género.

No son las empresas mediáticas los únicos espacios laborales que enfrentan esta complejidad. Por el contrario, los cambios significativos relacionados con las formas de organizar el desempeño de hombres y mujeres en un trabajo son desarrollados ya por grandes empresas alrededor del mundo. Quizá la curiosidad se instale a partir de que, por ejemplo, las redacciones gráficas, sean lugares de discusión de estos temas sólo para determinar o no su publicación y, sin embargo, no aparezca allí visible la problemática como propia.

Tampoco se pretende aquí plantear que son los profesionales del periodismo quienes albergan la conciencia de tales problemáticas y que, por ellos ser los conocedores directos del oficio de escribir, podrían llevar fácilmente adelante una tarea que implique la toma de conciencia de las mismas.

No importa en particular, para este análisis, si la tarea específica es informar o investigar; tampoco saber cuáles son los campos ni los métodos de trabajos utilizados. La conciencia de género debiera manifestarse en cada tarea periodística realizada, a través de cada uno de los representantes de este oficio. Muchos son quienes no pretenden ni siquiera aproximarse a descubrir la realidad que forzosamente los contiene, aún aunque pretendan negarla. De hecho, lejos de una postura de concientización en niveles jerárquicos laborales, son muchas las líderes mujeres que no buscan afianzar el camino de posicionamiento profesional en lo que se conoce como solidaridad de género, sino que simplemente se instalan en una brecha ocupacional que las devora por alejarse de su identidad genérica intentando camuflarse a través de la masculinización laboral de sus tareas.

El periodismo es una profesión enigmática y controvertida. Por un lado, es el encuentro permanente con los conflictos cotidianos de una sociedad, es el relato de los

hechos, es el espectáculo de lo visto y de lo dicho, es la política y la producción, lo privado y lo negociado. Así, parecería que el periodismo lo es todo y no lo es.

Por otra parte, es también la mostración real y acabada de las relaciones humanas, es la vista de esas relaciones -la vista pública-, es la comunicación en una de sus máximas expresiones, el enfrentamiento y los amiguismos, lo creíble y lo ético y lo inexplicable.

“Algo extraño le ocurre al individuo cuando conoce a un periodista, y lo que sucede es exactamente lo contrario de lo esperado. Cabría imaginar que se impondría la extrema cautela, pero en realidad la confianza e impetuosidad infantiles son mucho más comunes. El encuentro periodístico parece tener el mismo efecto regresivo sobre el sujeto que el encuentro psicoanalítico. El sujeto se convierte en una especie de hijo del escritor, a quien ve como permisiva madre, tolerante e indulgente, y espera que sea ella quien escriba el libro. Por supuesto, quien lo escribe es el padre estricto, riguroso e implacable.” (Malcolm, 1991: 61-62)

Más allá de la estereotipada clasificación de madre y padre que realiza Janet Malcolm, se encuentra en este párrafo lo mítico construido en torno a la figura del periodista. No interesa ahora problematizar esta imagen, ni ponerla en discusión, simplemente observarla, tenerla en cuenta en el diagrama social y legitimar la importancia de su hacer cotidiano a partir de aquellas relaciones generadas en su entorno.

En este trabajo el desempeño periodístico está edificado a partir de las experiencias de vida de las periodistas entrevistadas para tal fin. Pero otorgando importancia crucial al desarrollo de esta profesión y al posicionamiento laboral de cada una de ellas, es imposible obviar algunas descripciones que remiten a un hacer diario que remarca lo trascendente y pocas veces reconocido de esta tarea.

Al teorizar sobre la noticia, los medios y la comunicación Stella Martini (Martini, 2000) señala al producto del trabajo periodístico -la noticia- como aquel que proporciona la naturalización de muchos de los discursos sociales. *“El periodismo produce las noticias que construyen una parte de la realidad social, y que posibilitan a los*

individuos el conocimiento del mundo al que no pueden acceder de manera directa.” (Martini, 2000: 15)

Martini define al periodista como aquel que construye la información y no sólo que la escribe; tarea que implica un esfuerzo más intenso de creación y producción. La apuesta por una conciencia responsable de género apunta a dar un marco más acabado de esa responsabilidad social que debe regir en el hacer periodístico. Hecho que no pretende definir al periodista como héroe sino como un individuo comprometido desde su labor profesional con los contextos sociales que lo contienen. Estar en los medios ejerciendo el trabajo de un periodista no puede escapar a esta tarea, aunque la situación actual mediática así no lo refleje.

“... en el periodismo entran en juego opiniones, representaciones del mundo y de la propia tarea, prejuicios y adscripciones a un estilo, un género, una empresa, una ideología determinados. Es una práctica investida tanto del poder que da la información como de su capacidad potencial para aportar al ejercicio de la ciudadanía. La noticia periodística comparte con la educación la función de difusión y consolidación de imaginarios, símbolos, valores y tradiciones.” (Martini, 2000: 25)

Así lo señala, de alguna manera, Rogelio García Lupo cuando afirma que *“la información sigue siendo uno de los resortes que despiertan el interés del público”*. (García Lupo, en Link, Daniel, 1995: 7)

En el texto *“Outside”* Marguerite Duras (Duras, 1984) ofrece una de las definiciones más precisas y polémicas sobre el significado que esconde la profesión periodística:

“No hay periodismo sin moral. Todo periodista es un moralista. Es absolutamente inevitable. Un periodista es alguien que mira el mundo, su funcionamiento, que lo vigila cada día desde muy cerca, que lo ofrece para que se vea, que ofrece, para que se vuelva a ver, el mundo, el acontecimiento. No puede llevar a cabo ese trabajo y a la vez no juzgar lo que ve. Es imposible. En otras palabras, la información objetiva es una añagaza total. Es una mentira. No existe el periodismo objetivo, no existe el periodista objetivo. Yo me he liberado de muchos prejuicios, entre ellos éste que a mi juicio es el principal. Creer en la objetividad posible del relato de un acontecimiento.” (Duras, 1984:5)

Sin polemizar sobre la objetividad real o incierta del periodista y lo que con ello se añade a la compleja tarea de informar al mundo sobre los acontecimientos diarios; la afirmación de Duras trasciende el pensar a la figura del periodista sólo a través de su casual desempeño. Esto interesa al punto de sumar un saber radical a las problemáticas de género: si los y las periodistas decidieran anclar sus miradas sobre la base de la equidad laboral profesional que los interrelaciona cotidianamente, podría también afirmarse que, esa subjetividad que aparece en la redacción y producción de las noticias es propia de toda persona que se desempeñe como periodista y no atañe solamente a aquellas mujeres que desarrollan esta profesión, una de las míticas diferencias entre los periodistas y las periodistas, ya estereotipada en el ámbito periodístico

Esta afirmación que parece muy obvia deviene, muchas veces, en uno de los estereotipos culturales de género más arraigado al modo de pensar el periodismo. Esto es: la denominada 'noticia dura', la que informa sobre los aspectos económicos y políticos y, a veces, también los policiales de una sociedad, es decir, la que algunos han definido como 'la noticia más objetiva', se ha correspondido históricamente al hacer de los periodistas varones. La zona más blanda del periodismo se la relacionó siempre con las periodistas mujeres. Así se ha llegado a hablar también de un periodismo más subjetivo en oposición al objetivo que informa de una manera más directa sobre el acontecer cotidiano. Desde otras perspectivas, también esta diferenciación se establece al describir al periodista que informa, al que investiga, al que opina, al entrevistador, al reportero. Cada categoría teórica, cada práctica, cada modo de hacer noticia puede tener sus características particulares; sin embargo, esto no puede generar una suerte de sobredeterminación natural donde se involucren a periodistas en cada una de esas tareas de acuerdo a su sexo y no por su capacidad profesional.

La objetividad no es masculina ni la subjetividad femenina, ambas cualidades son partes constitutivas del ser humano.

“En un manual de estilo para novatos que escribió en 1959, Walsh afirma que ‘las dos cualidades esenciales del periodista son exactitud y rapidez’. Y agrega: ‘Este orden correlativo no excluye que ambas se ejerciten al unísono’. (García Lupo, en Link, Daniel, 1995: 8)

Los periodistas son personas que se comprometen (o deberían comprometerse) con aquello que intentan decir, sean hombres o mujeres. Hacen pública la verdad de lo que conocen –de lo que deciden dar a conocer- obteniendo así responsabilidad por lo que describen al comunicar sobre los diferentes ámbitos de la vida social. En esta aparente objetividad es donde se pone a prueba la capacidad del periodista de abstraer aquellos intereses personales que pretendan modificar lo que se conoce de los hechos en pos de –por ejemplo- mayor difusión mediática. A pesar de ello, las elecciones previas a la construcción de la noticia determinan una mirada, un recorte, una significación, una interpretación de la realidad que no se expresa de la misma manera en todos los periodistas, -ni en todos los medios- aunque el hecho noticioso sea el mismo. Así también los periodistas como las empresas mediáticas son parte fundamental en la construcción de la opinión pública, por ello la necesaria responsabilidad que como actor social le corresponde en la sistemática tarea de abordar con legítima seriedad las problemáticas de género que los involucra directamente en el juego de las relaciones laborales.

“..la tarea periodística es también una performance, es decir, una acción o ejecución porque tiene como rasgo diacrítico, por sobre las competencias exigidas para el trabajo profesional, la cualidad de llevar a cabo una representación. (..) Proponerse (imaginarse) como un “narrador”, esto es, como un personaje que se ubica en el lugar de tal (incluso en el escenario de la situación de narrar) o como un “seductor” agrega al relato de la propia identidad cualidades tanto metafóricas como míticas.” (Martini y Luchessi, 2004: 209, 210)

Quizá referirse a la moral periodística acarrea una complejidad que escapa a esta reflexión, es de hecho una temática muy trillada que genera opiniones fuertemente encontradas. Sin embargo, Enrique Bonete Perales¹³ (Bonete Perales, 1995), señala algunas cuestiones interesantes para tener en cuenta si se las reflexiona desde una

¹³ Profesor titular de Filosofía del Derecho, Moral y Política de la Universidad de Salamanca.

perspectiva de género en la labor periodística. Anclar la atención, por ejemplo, en la convicción de no concebir la profesión *“como un mero ejercicio de actividades técnicas o acostumbradas maneras de actuar, sino también y sobre todo como una especial manera de ser”* (Bonete Perales, 1995: 20);

Por otra parte, también *“deslindar la ética de los reduccionismos cientificistas y creencias religiosas, para que resulte patente la necesaria inspiración específicamente moral del comportamiento de los periodistas.”* (Bonete Perales, 1995: 24)

Sin la convicción que posibilite una mirada singularmente diferente –desde lo laboral, lo político, cultural y social- en el ámbito de trabajo mediático, las mujeres periodistas seguirán luchando contra las barreras en su posicionamiento profesional. Pararse desde otro lugar a problematizar estas situaciones laborales de las periodistas también implica una forma distinta de hacer periodismo, de ser periodista.

A través de la noticia el periodista interpreta esa realidad que construye, de aquí su poder en la comunicación de los estereotipos culturales, en la perpetuación –o no- del orden establecido. Ese marco de la realidad social que opera a través de la noticia en la misma sociedad que la contempla. Esta particular responsabilidad no puede perderse de vista al momento de organizar el trabajo cotidiano de una rutina periodística.

Más allá de las simpatías o desenfados que en reiteradas oportunidades pudieran generar los artífices de tamaña profesión; el ser periodista, el comprometerse a desarrollar esta carrera conlleva, necesariamente, la determinación previa de una suma de acciones contempladas –de algún modo- en muchos de los autores que se refieren a esta profesión: respetar las fuentes de información; no manipular la noticia en beneficio propio; contemplar el pluralismo social; la tolerancia; no recibir pagos ilícitos por desarrollar la actividad informativa; ser fieles a las convicciones elegidas; abrir el juego de la opinión legitimando el debate; asumir un papel crítico tanto sobre lo dicho como sobre lo no informado; apostar a la veracidad de los contenidos

informativos; respetar y defender la libertad de expresión como un bien social; dar a conocer los hechos sin quebrantar la dignidad de las personas; entre otras cuestiones. Desde la opinión de Perales, estas actitudes y decisiones que se enmarcan en una dimensión más deontológica del periodismo dan cuenta de un hacer profesional no poco comprometido con su entorno y su comunidad.

En última instancia, este repensar la ética profesional periodística desde este modo simple del hacer conciente un espacio logrado por la mujer periodista también es parte fundamental de la profesión. Es, si se quiere, llevar a la práctica la teoría. Es transformar la libertad de expresión en una manera de ser periodista; una manera de actuar en consecuencia por la dignidad del otro como tal.

Los periodistas construyen la realidad a través de su propia discursividad, de su subjetividad también.

“..aquellos que construyen esos discursos de tercer orden. Que son poderosos porque manejan –lo reconozcan o no- el poder del acceso a las fuentes, a los hechos de manera más directa, a los datos oficiales, a los testimonios del ciudadano común, a los discursos confidenciales que minuciosamente a veces van desenrollando como puntas de un ovillo inextricable” (Martini y Luchessi, 2004: 184)

Por otra parte, las autoras señalan que los periodistas no conforman el espacio de los ‘sin voz’ o de los ‘ciudadanos anónimos’:

“..sino el espacio de aquellos con “exceso” de voz pública. Una voz que “traduce” prácticas y discursos del poder (dicen lo que dicen gobiernos, políticos y financistas, por ejemplo), que se roza con él, conversa mano a mano con él, sabe cómo pedir y cómo conseguir el dato, y es sustentada por el poder del medio para el que habla” (Martini y Luchessi, 2004: 184).

Cómo no pensar en este referente social como un actor crucial a la hora de intentar repensar las estructuras que limitan el contexto de interacción social entre hombres y mujeres. Cómo no revisar los espacios propios, cotidianos, donde hombres y mujeres periodistas interactúan para construir aquella voz pública. Cómo, si se quiere, no permitirse abrir el juego para desde el interior de algunas de esas voces

poder determinar y, paradójicamente, visualizar algunas experiencias de las voces más ocultas de ese hacer profesional.

LA EMPRESA MEDIÁTICA

Los medios de comunicación se han ido convirtiendo con el devenir histórico y social en difusores de modelos de opinión, de existencia, que intentan reproducir estructuras culturales y sociales. El presente rol que desempeñan como tales, más allá de la calidad de los contenidos que en la actualidad se ponen en debate –y que es tema para otro tipo de investigación académica- no debiera escapar a la responsabilidad que como actores sociales les corresponde. Desde este grado de responsabilidad tendría también que centrarse la atención en lo que esta investigación plantea: la idea de pensar en un plano de equidad el desempeño de hombres y mujeres periodistas analizando las prácticas profesionales de aquellas mujeres que se acercan a los lugares de toma de decisiones de los medios masivos de comunicación.

El lugar del periodismo como profesión y también el de los medios como ejes de acción social se define no sólo por la producción de noticias sino también por su comunicación pública de las mismas.

“..La función de los medios en una democracia es buscar mecanismos, dar voz a los distintos sectores de la sociedad para que participen realmente del desarrollo social, económico y cultural de su país. Los comunicadores y comunicadoras deben formarse no sólo como críticos de los medios sino como transformadores capaces de mediar entre las lógicas del mercado y las de su cultura.” (Valle, Hiriart y Amado, 1996:39)

En esta perspectiva integradora del hacer periodístico que implica una necesaria responsabilidad y conciencia de género junto al mundo empresarial mediático, la periodista venezolana, Helena Salcedo, habla de la responsabilidad de los periodistas en un artículo publicado en la revista *Mujer /Fempres*, enmarcando al periodista contemporáneo en torno a dos pilares: como agente de cambio social y

como educador. Afirma que no puede transformarse la noticia en mercancía, los periodistas *“tienen que ayudar al lector para que se forme un criterio propio. El título de periodista es el más grande que se le puede dar a una persona. La responsabilidad de un comunicador social es enorme.”* (Salcedo, 1989:123)

Aparecen aquí las preguntas inmediatas: ¿qué capacidad de relación puede existir entre esta utópica mirada hacia la profesión periodística y la práctica cotidiana en un funcionamiento mediático actual? ¿Cuál es la presión en el ámbito laboral para que aquella responsabilidad se opaque en el día a día? ¿Existe la posibilidad real de sumar la conciencia de género en esta relación periodista – medio de comunicación masivo?

Es necesario afirmar que en esta relación (periodista / espacio de trabajo) debe definirse a los medios masivos de comunicación como empresas mediáticas, para hacer frente a estas problemáticas. El posicionamiento en este orden es distinto. Es decir, hablar de los medios ahora no será sólo una manera de pensar rápidamente en una de las formas de expresión más significativa y legitimada socialmente, sino también abrir la complejidad del mundo estructural, organizativo y empresarial que lo sostiene como espacio de trabajo para periodistas. Desde este último aspecto se tienen en cuenta a los medios de comunicación para trabajar las problemáticas señaladas.

En su libro *El periódico, actor político*, Héctor Borrat remarca como objetivos *“permanentes y prioritarios en todo periódico independiente de información general”* (Borrat, 1989: 150) los de lucrar e influir¹⁴. Estas características confirman al medio gráfico como empresa informativa. Sin embargo, el autor también refuerza la idea de *‘agente de socialización’* que el periódico y todos los medios conllevan en su esencia. Esto los determina como eje funcional en la sociedad a través de la difusión de

¹⁴ Para denominarse independiente el periódico *“tiende a la inclusión de mensajes divergentes, incluso contrapuestos, en un mismo temario; describe las posiciones de los antagonistas del conflicto noticiable y publica declaraciones de ellos o de quienes les apoyan: exhibe una pluralidad de perspectivas, evaluaciones y tomas de posición en los comentarios sobre cada conflicto.”* (Borrat, 1989: 152)

comportamientos culturales, valores, costumbres, creencias. También Aníbal Ford (Ford, 1985) señala el dominio que el periodismo ejercía sobre la opinión pública ya desde los comienzos de la standardización y la organización industrial, hacia 1920, cuando la prensa comienza a acrecentar un auge mayor en el público masivo y empieza desarrollarse un nuevo tipo de concentración de medios de comunicación.

No interesa para el trabajo establecer marcadas distinciones entre las diferentes estructuras organizativas de cada medio de comunicación masiva en particular, a saber: televisión, radio, diario, revista. Sólo se pretende tomarlos como espacios laborales que responden a sistemas de organización y administración empresarial y ver cómo se desarrolla en ellos la carrera profesional –en sí misma- de las periodistas, aunque en los cuatro tipos de medios mencionados las dinámicas estructurales se ejecuten de diferentes maneras.

Es lícito aclarar, también, que la prensa de Internet no es tenida en cuenta para un análisis en profundidad, sin implicar por ello un desinterés respecto de las problemáticas de género a nivel laboral que allí puedan generarse. La forma de trabajo es orgánicamente muy distinta y está en permanente cambio, lo que debería estudiarse por separado. De todos modos, muchos/as periodistas elaboran para la prensa de Internet las notas que redactaron para los medios masivos que las contienen en un soporte diferente y esto hace que ciertas distancias laborales muchas veces se acorten y que las prácticas de convivencia se reproduzcan.

Un medio de comunicación masivo puede considerarse como una empresa informativa. La forma de trabajo que en él se desarrolla está íntimamente ligada al mundo empresarial. Si se aprecia el desempeño de los periodistas en ellos, no es difícil determinar cuánto de ‘relaciones laborales de oficina’ entre hombres y mujeres aparece en el intercambio cotidiano periodístico. Esta simple afirmación puede parecer casi innecesaria para muchos, pero lo cierto es que la discusión teórico-académica respecto de medios como servicio o medios como empresa no es considerada en esta

investigación como dos posibilidades antagónicas. Las formas y relaciones de trabajo establecidas en diarios, radios y televisión masivos son aquí tenidas en cuenta para hablar de las problemáticas en el posicionamiento de las carreras profesionales de las periodistas. Esto no necesita implicar la desvinculación del compromiso con la sociedad que un medio de comunicación debiera asumir.

Algunos investigadores de medios de comunicación, como Raúl Sohr (Sohr, 1998), enmarcan a la prensa como un negocio que sólo intenta ganar dinero fuera de los contenidos específicos que divulgue. Desde esta perspectiva, los medios pueden tener la función de informar pero sólo pretenden incrementar sus ganancias. Quizá estas apreciaciones caigan sobre el mundo informativo por la estrecha relación comercial entre éste y la publicidad. Los avisos publicitarios son los que alimentan económicamente a las empresas informativas y la frontera profesional entre ambos sectores se fue diluyendo con el paso del tiempo y las nuevas formas de solventar la rentabilidad de un medio de comunicación.

En la prensa gráfica, por ejemplo, el tiraje es una cifra clave para asegurar el progreso del periódico o revista. Sin embargo, Sohr se suma a quienes afirman que la rentabilidad real de un diario proviene de la publicidad y el ingreso por ventas es mayoritariamente secundario. (Sohr, 1998: 116-119) Ambos ingresos entran en juego según la competitividad del medio. Por otra parte, los medios audiovisuales, radio y televisión por ejemplo, dependen de la tarifa publicitaria para rentabilizar sus finanzas.

A eso se suman las relaciones políticas que el medio contemple y desee preservar. Así, dinero, poder y política se manifiestan como un grueso telón de fondo para establecer las relaciones de trabajo allí gestadas. Este contexto mediado por costumbres legitimadas –algunas veces de manera inconsciente- a través de la ideología patriarcal enquistada en nuestra cultura, determina una clara distribución de tareas profesionales prefiguradas genéricamente.

Subyace el estereotipo que legitima al sexo femenino como el débil que, según lo dado: no puede establecer negociaciones trascendentes; desconoce los

movimientos del mundo público y, además, la predominancia emotiva que estructura sus acciones no se corresponde con lo estratégico necesario para posicionarse jerárquicamente en un puesto directivo.

Más allá del avance profesional que muchas mujeres periodistas han obtenido en sus carreras en los medios; no se han podido dejar atrás los prejuicios de género en ese camino hacia el posicionamiento profesional.

Una empresa –cualquiera- se define como tal por su estructura organizativa.

Henry Mintzberg (Mintzberg, 2000) describe el funcionamiento de la organización a partir de cinco partes fundamentales que la componen: la tecnoestructura, el ápice estratégico, la línea media, el staff de apoyo y el núcleo de operaciones. Interesa mencionar aquí que en el posicionamiento de la carrera de aquellas mujeres periodistas que deseen acceder a los diferentes puestos directivos de los medios, la **línea media** aparecería como el espacio laboral que genera una suerte de estancamiento en la escala jerárquica para ellas. Mintzberg se refiere a esta línea media como una cadena de directivos que poseen cierta autoridad formal y se sitúa por debajo del ápice estratégico. Éste último se compone por aquel grupo de personas que cuentan con la responsabilidad general de la empresa para llevar adelante su misión y para que *“satisfaga los intereses de quienes controlan o tienen algún poder sobre la organización”*. (Mintzberg, 2000:50). Este espacio deviene impenetrable –más allá de la existencia de algunas excepciones- para las mujeres periodistas que lo pretendan. Quizá una de las razones pueda remitir a los reiterados estereotipos de género respecto de la *incapacidad* femenina para acreditar roles directivos en una empresa e impartir una supervisión directa sobre sus subordinados.

“Entra en juego también una serie de factores de poder en el diseño de la estructura, particularmente la presencia de un control externo de la organización, las necesidades personales de sus distintos miembros y la moda del momento, arraigada en la cultura dentro de la cual se halla la organización (de hecho, el poder de las normas sociales).” (Mintzberg, 2000:330).

Es interesante tomar una de las tres hipótesis que Mintzberg plantea respecto del poder y las organizaciones. A saber, señala que: *“Las necesidades de poder de los miembros suelen generar estructuras excesivamente centralizadas.”* (Mintzberg, 2000:333).

No se profundizan en este trabajo las relaciones de poder entre los medios, los intereses políticos y económicos de un país, de un accionista particular, ni sus formas de organización. Sin embargo, cabría preguntarse cómo estos cruces inciden en la determinación de las formas laborales en que se constituye una empresa mediática; y cómo también podría esto al mismo tiempo influir en las jerarquías laborales establecidas desde un parámetro de género que se construye como invisible e inexistente. Puesto que estos intereses generan poder de decisión en la cima jerárquica, es indiscutible la dificultad que conlleva pensar en una mujer profesional del periodismo para ocupar un cargo superior en una empresa mediática.

En principio, una empresa se organiza en torno a una “idea empresarial” que pretende satisfacer ciertas demandas. De allí surgirá como consecuencia la oferta de algún producto o servicio que satisfaga aquellas necesidades primeras.

Alfonso Nieto y Francisco Iglesias definen a toda empresa como: *“un conjunto organizado de actividades personales, medios económicos y materiales, y relaciones comerciales, con propósito de obtener beneficios, para la consecución de una idea de producción de bienes o prestación de servicios con destino al mercado.”* (Nieto e Iglesias, 1993: 8)

Ahora bien, una empresa mediática se dirime entre la calidad periodística de sus productos y la solvencia económica que estos le ofrecen al medio como tal. Las decisiones editoriales se van influenciando cada vez más por el *rating*, el *zapíng* y la exigida circulación de multiplicidad de suplementos, por ejemplo, en la prensa gráfica.

Esta dualidad que conlleva *‘la información’* como objetivo singular en toda empresa mediática es quizá la que genere un complejo abordaje al teorizar sobre alguna problemática que la contenga.

Como servicio y como producto la información deviene en función esencial en toda actividad empresarial informativa. Material e inmaterial, el producto informativo puede definirse también como un “*servicio materializado en un producto*” que opera en el mercado de la información. Desde esta perspectiva Nieto e Iglesias afirman que los consumidores adquieren en primer lugar el servicio informativo; y esto es posible gracias a que dicho servicio deviene en “*un soporte material que le otorga la condición de producto*”. (Nieto e Iglesias, 1993: 123)

Las *empresas de prensa* (Población y García Alonso, 1997: 320 y 321) poseen desde su constitución ciertas características que las diferencian del resto de las empresas. Si bien la radio y la televisión necesitan a su vez de una tecnología superior debido a los soportes audiovisuales que cada una requiere; las tres formas de expresión mediática masiva –gráfica, radio y televisión- están organizadas en torno a una tecnología que sólo responde al proceso productivo comunicacional que las define como tales. También se constituyen a partir de un ciclo económico de producción y distribución de sus productos que necesita a su vez de una organización y estructura específicas; solventadas por una promoción de ventas y publicidad que no sólo genera diferencias entre sí, sino que al mismo tiempo las ubica –en conjunto- en un lugar diferente del ciclo económico respecto de otras empresas.

Como también señala Denis McQuail, al diferenciar a las empresas mediáticas en su conducción organizativa, afirma:

“El producto mediático también es muy poco usual porque tiene que ser ‘fabricado’ de manera rutinaria y, sin embargo, infinitamente diferente día tras día. El producto informativo es en extremo perecedero, ya que no sólo debe ser único sino que además tiene una ‘vida útil’ de apenas unas horas.” (McQuail, 1998: 139)

Sin embargo, estas diferencias en el ‘producto’ elaborado, en los modos de generar rentabilidad, en la división departamental y en los insumos necesarios a nivel tecnológico no implican una correspondiente diferenciación en el plano empresarial en cuanto a los imaginarios culturales que se generan en las relaciones establecidas entre

el personal y las fuerzas de trabajo que allí se desempeñan. Es decir, una empresa como la informativa que funciona y se organiza de maneras quizá tan disímiles a la gran mayoría de las empresas, no debería justificar su estructura departamental jerárquica (y los obstáculos que en muchas de ellas encuentran las periodistas para desarrollar su carrera) a partir de sus características particulares. Esto es, no puede pensarse una empresa mediática sin periodistas, son éstos, profesionales necesarios en el hacer cotidiano de los medios de comunicación masiva. Pero, al mismo tiempo, esta aparente dependencia está sumamente determinada con un funcionamiento de empresa que, no sólo rompe con la mítica tarea del periodista de oficio sino que también, desde una mirada de género, pone al descubierto problemáticas laborales de jerarquía empresarial que no escapan al mundo mediático.

Como señala Nieto, cuando surge una empresa informativa lo hace a partir de la *“idea de informar”*. Por ser este un origen intelectual se relaciona directamente con las personas que llevan a cabo esta idea. Esta es la razón que refuerza la importancia de la labor periodística en una empresa informativa. El redactor, orfebre de la información, da forma al producto informativo. *“La acción de trabajar en la información debe conducir al perfeccionamiento del informador; el efecto, o producto informativo, deberá ser manifestación de aquel perfeccionamiento.”* (Nieto e Iglesias, 1993: 10)

Es lícito afirmar que la tarea de informar necesita de una estructura organizacional que la contenga para poder llevar a cabo su objetivo. Mucho se discute al respecto enfrentando el hacer periodístico con los intereses económicos del medio de comunicación que conjuga la infraestructura tecnológica con los trabajadores de la información. Pero es imprescindible tener en claro que la segregación de género a escala empresarial sólo puede hacerse visible si se entiende al funcionamiento del medio como una entidad empresarial, más allá de las posturas políticas e ideológicas que se conciben dentro y fuera de ese medio.

Es decir, se entienden en esta investigación a los espacios laborales mediáticos, donde se desempeñaron las mujeres periodistas entrevistadas para el

análisis, como empresas mediáticas. Si bien el texto de Nieto e Iglesias tematizan a la prensa gráfica en particular, sirve esta cita para graficar la definición que dan sobre empresa informativa: “.. es el conjunto organizado de trabajo redaccional, creativo y técnico, bienes materiales y económicos, y relaciones comerciales, para difundir informaciones, ideas, expresiones artísticas o de entretenimiento, utilizando soportes o medios de comunicación social.” (Nieto e Iglesias, 1993: 80)

Así un medio de comunicación masivo deviene organización puesto que las empresas, de acuerdo también a la mirada de Jorge Etkin, no deben tenerse en cuenta sólo como instituciones económicas sino también como ‘*organizaciones complejas*’.

(Etkin, 2000)

La idea de organización facilita el anclaje para tratar las problemáticas surgidas en torno al posicionamiento profesional de las mujeres periodistas en los medios. Una organización se asocia a la noción de misión social, de servicio a la población. Sin pretender falsos heroísmos un medio de comunicación puede ubicarse como empresa desde ese lugar. De esta manera no será el mercado el único que determine su contexto sino que el entorno socio político devendrá entonces un factor sumamente influyente en su definición como entidad.

El modelo democrático de organización que propone Etkin puede ser tomado en cuenta para hablar de un medio que intente modificar las relaciones laborales establecidas en torno a viejas y rudimentarias costumbres del oficio periodístico. Una organización con perspectivas democráticas y humanistas no se

“contradice con el desarrollo de las capacidades, el crecimiento y el logro de las misiones y los objetivos acordados. Entiendo que la organización no puede crecer en contra de sus capacidades humanas, y que los individuos buscan en su trabajo motivos más trascendentes que la rentabilidad y la productividad creciente.” (Etkin, 2000: 34)

Cuando se reconoce a una mujer en un cargo superior de una jerarquía empresarial se la describe como una *líder* en su desempeño. Muchas veces, esta idea de liderazgo escapa a su definición, es decir, por ejemplo a la forma en que puede

desarrollarse una profesión con perspectivas de crecimiento; y se inscribe en alguno de los estereotipos de género que circulan a diario en nuestra cultura. Esto ocurre porque, siguiendo a Etkin, las organizaciones son conjuntos sociales que poseen normas y pautas de relación, con autonomía propia pero que, sin embargo, forman parte de un cierto orden establecido que está determinado cultural y socialmente.

Así, las organizaciones –los medios como tales- intentan proteger sus intereses al tiempo que construir, dice Etkin, una *'realidad intersubjetiva'* (creencias, mitos, ceremonias, valores, tradiciones, contraídos y compartidos por los integrantes de la organización), para mantener la supervivencia en su propio contexto.

Estas influencias socio-culturales, como señalaba en el comienzo de este marco teórico, generan una suerte de condicionamientos en las conductas tanto individuales como grupales aún dentro de los espacios laborales, aquí se presenta el estereotipo en la relación de pares o de jefes y subordinados. Ahora bien, la problemática se acrecienta cuando desde la estructura organizativa intrínseca al medio la dificultad al acceso de cargos jerárquicos se legitima *invisibilizando* todo conocimiento al respecto.

“Si bien la cultura es construida, también es cierto que sus rasgos prevalecen sobre los motivos individuales. Esto lleva a crear ciertos climas o ambientes en la organización (dominantes) más abiertos o cerrados a la innovación, más permisivos o represivos hacia los individuos, más informales o burocráticos en sus procesos. Estas diferencias se hacen notables por ejemplo, en el momento de la fusión entre empresas (...), aunque ellas se dediquen al mismo negocio.” (Etkin, 2000: 25)

Esta visión de la organización entra en directa relación con la idea de *'ética empresarial'* que propone Jesús Conill (Conill, 1995). La organización para Etkin debe contener un foco social que también la determine más allá del movimiento de los mercados y la rentabilidad económica para la que fue creada. La ética empresarial, según Conill, se centra en la empresa desde dos postulados: como una *'organización económica'* y como una *'institución social'*. Las formas de generar nuevas perspectivas en el modo de organizarse en el espacio laboral mediático debiera atender a estos

modos de pensar la empresa. Esto permitiría, quizá, presentar desde la experiencia misma, modificaciones por ejemplo en la manera de definir y hacer funcionar la interacción entre las líneas directivas y la toma de decisiones.

Como señala Conill, proponer una ética de empresa que atienda a la búsqueda de estrategias para tomar decisiones. Él la denomina '*ética de la toma de decisiones*', que no intenta modificar la conducta de las personas sino colaborar en la determinación de mejores decisiones para el funcionamiento de la organización; es precisamente en este lugar donde se podrían establecerse posibles lineamientos para una mirada de género. "*La ética entra aquí en el proceso de reflexión sobre las razones que existen para adoptar un determinado curso de acción entre posibles alternativas*" (Conill, 1995: 193)

La revisión permanente del protagonismo de la mujer en el mundo laboral es una tarea cotidiana para quienes se dedican a investigar el área, pero también debería constituirse en un compromiso que incluyera, sin mediar justificaciones, a todos los ámbitos de desempeño en donde las mujeres comienzan a insertarse cada vez a mayor escala. La propuesta de Conill sobre la visión de una ética de empresa que permita sustituir la decisión empresarial individual por una '*organizacional o sistemática*' permite, al mismo tiempo, abrir el juego a diferentes formas -cada vez más desarrolladas y consensuadas- de aplicar la convivencia y roles a nivel empresarial.

Desde la perspectiva de Conill, el aporte de la empresa informativa en la sociedad respecto a la inscripción ética es clave por configurar, aquella, el espacio de la opinión pública. Quizá Conill le otorga un excesivo grado de institucionalización a la ética organizacional. Lo que interesa para las problemáticas aquí esbozadas es la claridad con que posibilita el avance del consenso en las relaciones laborales en una línea directiva.

"..pasa a primer plano la dirección profesional y la gerencia, en vez de la propiedad. De tal manera que en la toma de decisiones prevalece la compleja 'tecnestructura' empresarial, un nivel

donde nuevas formas de autoridad y liderazgo son componentes necesarios para la orientación y la motivación.” (Conill, 1995: 204)

Desde allí, concebir otras formas de llevar a cabo esas decisiones sin estructuras añejas que sobre-determinen un cargo por una persona a desempeñarlo.

En el caso de un medio de comunicación masivo, o una empresa informativa, las variantes estarían dadas por las diferentes maneras de ejercer la función de informar; pero estas diferencias no debieran establecerse de acuerdo a ciertos estereotipos de género legitimando así los modos de hacer periodismo por hombres y mujeres de acuerdo a su sexo-género y no a su desempeño profesional.

Este velo sobre la capacidad profesional de las periodistas genera una automática concentración de las mujeres en la línea media de las organizaciones. Y este no es un dato menor. Puede ser esto un resultado de la falta de solidaridad de género planteada antes. No entender estas problemáticas ni aplicar su debate implica indefectiblemente situarse en un extremo del camino dando la espalda a situaciones laborales actuales y cotidianas; aquí se pretende dar a conocer algunos cruces teóricos que permiten tomar cierta perspectiva respecto de lo que se entiende por maneras de trabajo que intentan alejarse de estructuras patriarcales.

Al plantear la falta de discernimiento teórico sobre la relación entre las organizaciones y el género, Joan Acker apunta a la posibilidad de modificar las estructuras laborales más allá del reconocimiento del poder masculino en ellas, que fue la sedante respuesta de los primeros debates feministas sobre el tema: *“ el vínculo entre la masculinidad y el poder en las organizaciones es tan obvio que ni siquiera se necesitaba discutirlo.”* (Acker, en Navarro y Stimpson, 2000: 114)

Acker observa que las formas de concebir las organizaciones actualmente ignoran la sexualidad. De esta forma lo dicho en torno a ellas se plantea como en una suerte de neutralidad que atañe y afecta por igual a hombres y mujeres que allí

trabajan. Esta caracterización está fuertemente arraigada a modelos patriarcales de concebir lo humano. Desde ahí la estructura organizativa queda deslindada de quienes en ella se desempeñen, simplemente por ser *'neutra'*.

“Si la sexualidad es un componente esencial en la elaboración de la identidad de género, la teoría organizativa que no toma en cuenta la sexualidad de manera inmediata no ofrece vías para comprender la dominación del género”. (Acker, en Navarro y Stimpson, 2000: 118)

Por lo tanto, al investigar cualquier problemática que involucre las organizaciones desde alguna perspectiva de género, debería tenerse en cuenta que gran parte de las formas de abordar una organización aún responden a viejas teorizaciones¹⁵. Esto quiere decir que muchas de las re-estructuraciones en los lugares de trabajo tienen su basamento en parámetros que refuerzan los roles organizativos desde una mirada masculina. Desde allí se sigue viendo a las organizaciones como espacios de trabajo neutros definidos sólo por su estructura y no –también– por las personas que allí se relacionan. Esto último implicaría considerarlas *'no asexuadas'*; es decir, un cambio teórico radical. Para Acker este cambio estaría dado a partir de la redefinición de los conceptos de trabajo y de las relaciones laborales que apunten a terminar con las organizaciones tal y como hoy se conocen.

“.. Ya sabemos que la segregación de género es un patrón persistente y que la identidad de cada género en los empleos y las ocupaciones se reproduce constantemente, a menudo bajo nuevas formas. La reconstrucción de la segregación de género es una parte integral de la dinámica de cambios tecnológicos y organizativos.” (Acker en Navarro y Stimpson, 2000: 122)

De esta manera, aparece claramente la intrínseca relación entre los espacios laborales (organizaciones, empresas) y el género. Es necesario incorporar de una vez y para siempre la idea de que la perspectiva de género debe funcionar para definir las

¹⁵ Es necesario aclarar que existen estudios sobre los procesos laborales que consideran a las organizaciones como entes con género y no neutros. Al respecto puede consultarse los trabajos mencionados en: **Acker, Joan**, *“Jerarquías, trabajos y cuerpos: una teoría sobre las organizaciones dotadas de género”*, en Navarro Marysa y Stimpson Catherine comp., Cambios sociales, económicos y culturales, 2000, Bs.As. Fondo de Cultura Económica, serie “Un nuevo saber. Los estudios de mujeres”. P. 123, cita 41.

interacciones de hombres y mujeres en el ámbito laboral público y no sólo en el familiar privado. Asumir la **generización** de las organizaciones es asumir también las diferencias posibles entre lo masculino y lo femenino, posibilitando a la vez una interacción más completa y dinámica. Es, al mismo tiempo, poner en debate las formas de dominación y subordinación como estereotipos socioculturales que se reproducen en el ámbito laboral. Es abrir la puerta a un nuevo proceso de identidad laboral definido desde una lógica organizativa diferente.

“Dentro de la lógica organizativa, tanto los puestos como las jerarquías son categorías abstractas que no tienen ocupantes, no tienen cuerpo humano ni género. Sin embargo, un trabajo abstracto sólo puede existir, ser transformado en algo concreto, si existe un trabajador o una trabajadora.” (Acker en Navarro y Stimpson, 2000: 129)

Desde esta perspectiva es que Acker opta por afirmar que **las jerarquías tienen género**. Es una generización implícita ya que la lógica organizativa las presenta como neutras. Lo mismo ocurre con el concepto de **puesto de trabajo**, éste se define como abstracto y también neutro. El problema se presenta cuando se intenta definir a la mujer trabajadora con las características dadas de un ‘verdadero trabajador’, de un ‘trabajador universal’. Para ello, la mujer se ve obligada a transformarse en hombre, esto es, masculinizar su desempeño laboral. Esta particularidad es aún más notoria cuando una mujer accede a un cargo jerárquico y elige establecer una relación de poder masculina de subordinación con el personal que tiene a cargo.

“El mantenimiento de la jerarquía de género se logra en parte por intermedio de controles, con frecuencia implícitos, basados en argumentos sobre la reproducción, la emotividad y la sexualidad de las mujeres. Ayudan a legitimar las estructuras organizativas que se crean con técnicas abstractas y razonadas. Formas de control más abiertas, tales como el hostigamiento sexual, el relegar a las mujeres en edad fértil a espacios de poca movilidad y bajo nivel y la penalización (o retribución) del manejo de sus emociones, también conforman y refuerzan las jerarquías.” (Acker en Navarro y Stimpson, 2000: 134)

Así se generan sistemas de control organizacional que reproducen la posición subordinada de las mujeres y su exclusión de lugares de decisión. Es importante remarcar que todas estas apreciaciones no niegan la presencia de mujeres en cargos jerárquicos en la actualidad, sino que intentan dar cuenta de las formas de significación laboral que subyacen aún en la determinación de las relaciones laborales y de las jerarquías dentro de una organización. Además, estas organizaciones reproducen el comportamiento de las sociedades en las que están inmersas por lo que temas como la igualdad de oportunidades y la discriminación genérica son parte legítima en su accionar cotidiano.

Lo dicho hasta aquí sobre el desempeño de las mujeres en las empresas, se correlaciona con un concepto que se hace presente al plantear estas problemáticas: la noción de **techo de cristal**. Expresión tomada del campo de la sociología deviene hoy en un término indisociable de todo acercamiento teórico sobre el desarrollo profesional de una mujer. Fue nutriéndose de los aportes que distintas disciplinas realizaron al pretender enriquecerlo, en mayor medida desde el psicoanálisis. En este trabajo, interesa ver cómo este *techo* se pone en funcionamiento dentro de las empresas mediáticas. Acercarse, a través de algunos testimonios de mujeres periodistas, a algunas formas posibles de penetración de este modo de relacionarse con las jerarquías laborales.

La emocionalidad femenina siempre fue un parámetro de medición teórica para invisibilizar otros factores estructurales, externos. Esto permitió no sólo obviar responsabilidades ajenas al género sino también desvincular a las mujeres del poder, el triunfo, la competitividad. El concepto de techo de cristal no escapó a este dilema y pudo descubrir –en parte– el velo de la exterioridad. Desde un principio se intentó, con él, dar cuenta de los obstáculos estructurales que se oponen al ascenso laboral de las mujeres.

El término comenzó a tomar cada vez mayor relevancia en los estudios de género en general. Sus alcances comenzaron también a explicar los problemas laborales en torno a los conflictos de la movilidad horizontal entre profesiones y actividades laborales. (Chodorow en Alizade y Seelig, 2007) Las actitudes discriminatorias contra la mujer, los escalafones empresariales, las gerencias, el poder, se convirtieron en espacios abordados desde esta terminología. Muchas son las variantes que este concepto adoptó para metaforizar los límites externos laborales que la mujer enfrenta en los lugares en donde se desempeña laboralmente, por su condición femenina como único parámetro de segregación.

Con algunas diferencias de contexto, cuando se habla de techo de cristal también se remite a: *glass ceiling*; muros de cristal; pisos pegajosos; muros de hormigón. En este sentido la bibliografía se presenta con muchas variantes que, obviamente, responden a diferencias terminológicas que no interesan en este punto de análisis particular. Lo más importante para tener en cuenta es que este techo es en la vida profesional de cualquier mujer una barrera invisible que les impide continuar creciendo en sus espacios laborales.

De todos modos, es necesario tener presente que estas limitaciones tienen un doble carácter, esto es: se generan tanto interna como externamente. Como señala Mabel Burin:

“Entre esa multiplicidad de rasgos que construyen el ‘techo de cristal’, algunos son objetivos, impuestos por la cultura patriarcal imperante en la mayoría de las organizaciones laborales, diseñadas sobre modelos de trabajo tipificados como masculinos; otros rasgos son subjetivos, contruidos a lo largo de la historia de cada sujeto, en su singularidad.” (Burin en Alizade y Seelig, 2007: 104)

Esta doble inscripción –objetiva, desde la cultura patriarcal de las organizaciones laborales; y subjetiva, a través de la construcción de la subjetividad femenina tradicional- necesita modificaciones que apunten hacia ambos sentidos.

Por otra parte, como señala Burin, la psicología clínica ha detectado estados depresivos en mujeres, gestados a partir de estas problemáticas. El nudo del conflicto podría entenderse al pensar en las diferencias culturales que se establecen para niños y para niñas desde la temprana infancia respecto de los deseos de dominio y poder. Sin entrar en explicaciones psicoanalíticas inoportunas; puede observarse que la construcción de la identidad masculina y femenina está legitimada desde las convenciones sociales que sostienen a las niñas con mayores posibilidades para la adaptación, la pasividad y autocontrol ante las presiones y la dominación; por otro lado, a los niños se los caracteriza con fuerte tendencia a la resistencia, la impulsividad y la rebelión. (Burin en Alizade y Seelig, 2007) Esta predeterminación psicosocial también es un factor por demás influyente en las jerarquías laborales y la segregación de género en el mundo adulto.

Sabemos que acceder a un cargo superior puede ser un objetivo laboral para muchas personas; además, conseguir 'ese' puesto podría hasta transformarse en un fin en sí mismo y con ello aparecer todas las ansiedades, motivaciones, ventajas, desventajas y complicaciones que cada trabajador –hombre o mujer- debiera sortear. Aquí no se está hablando de eso. La segregación de género en los espacios laborales tiene que ver con algo tan simple de enunciar como: las limitaciones intencionales impuestas a las mujeres por quienes ejercen el poder jerárquico organizacional, para desarrollar sus profesiones en ascenso. Limitaciones que muchas veces no son siquiera reconocidas por las mismas mujeres que las padecen.

Los estudios con perspectiva de género apuntan a denunciar este modo de discriminación laboral sexista y, al mismo tiempo, plantean formas que permitan acabar con ese *techo*.

Los obstáculos hacia un ascenso en pos del reconocimiento jerárquico también tienen relación directa con una **autoinhibición femenina** para tal fin; allí el papel de la educación y los patrones culturales juegan un rol fundamental. Una ideología patriarcal dominante se hace eco en esta limitación.

“El techo de cristal remite a una estructura cerrada y restrictiva. Según este concepto, el miedo, la inhibición de la agresión, las identificaciones alienantes y la obediencia limitan al personaje mujer y lo confinan a una existencia empobrecida; una orden cultural le impide superar los mandatos de género. La invisibilidad del techo suele estar acompañada por la falta de percepción conciente.” (Alizade en Alizade y Seelig, 2007: 46)

En medio de esta búsqueda aparecen muchas veces algunas confusiones. La más predominante es la de interpretar que, en este camino de legitimidad, el avance de la mujer hacia los espacios públicos sólo pretende establecer una especie de uniformidad entre todos los seres humanos, más allá de su sexo. Esto no es así. No es una universalidad de ideales y expectativas. Las diferentes propuestas aquí vistas, más allá de sus matices ideológicos, buscan dar a conocer *el derecho por la identidad de género no reconocido aún a nivel laboral*; es decir: poner en evidencia manifiesta el sistema organizacional laboral que acredita desde hace tiempo la segregación de género. Es una búsqueda por la apertura de los sistemas y formas en que el trabajo se organiza.

La metáfora del techo de cristal respeta la heterogeneidad y la diversidad, y también entiende la desenfrenada carrera por quebrar el techo y acceder a una cumbre social preconcebida. Son éstas temáticas que rodean una concepción de poder (sociología del poder; relación opresor-oprimido; dominador-dominado) que si bien entran en contacto con lo aquí planteado, no son analizadas en este trabajo.

“El techo de cristal denuncia y promueve el reconocimiento de los efectos que la discriminación sociocultural y política ejerce en la atribución de roles y expectativas de género. La marginación de la vida pública padecida por las mujeres es realzada, lo cual permite la reflexión y facilita la lucha en pos del quiebre de estereotipos de género negativos.” (Alizade en Alizade y Seelig, 2007: 53)

Pero, ¿existe el **poder femenino**? Desde la perspectiva de Mariam Alizade, el poder femenino se aleja de la fuerza, la omnipotencia, la superioridad y la soberbia para autenticarse. Es un poder que nace en las entrañas del ser humano, ya que tanto hombres como mujeres pueden ejercerlo, y se mentaliza en un segundo

momento. Desde aquí se establece una diferencia entre feminidad y mujer. (Alizade en Alizade y Seelig, 2007) Ya se ha señalado anteriormente que muchas mujeres en puestos jerárquicos ejercen su poder masculinizando su relación con los otros y con el entorno. Del mismo modo, existen muchos hombres que ejercen el *poder femenino*, este tipo de poder tan diferente de lo culturalmente establecido como poder; y sin embargo, en nada esto se corresponde con sus inclinaciones sexuales, como marca el estereotipo laboral: esto es, ni las mujeres que masculinizan su poder son '*más machos*', ni los hombres que ejercen un poder femenino poseen '*menos autoridad*'.

El poder se manifiesta de diferentes maneras y varía permanentemente. El poder femenino es una de sus formas de expresión. El conflicto empieza a manifestarse cuando se comienza a legitimar la idea de que durante décadas se ha establecido este tipo de poder como incapaz de sostenerse para mediar en decisiones importantes. Siempre el *cliché* ganó la pulseada a la investigación misma sobre la temática y se ha permitido circular socialmente la idea de que la forma femenina de poder no puede afianzar formas de organización y coordinación laborales.

Hoy el panorama se presenta más alentador, son muchas las mujeres que han logrado establecer nuevas formas de organizar el poder en sus cargos. Ha comenzado una –lenta- transformación social respecto de la representación de la mujer como un sujeto que carece de poder fuera del ámbito doméstico – familiar. De todos modos, esto no implica que el imaginario en torno a las formas jerárquicas de las mujeres ejerciendo el poder en los lugares de trabajo haya sido modificado radicalmente.

Alizade señala además –desde una perspectiva psicoanalítica-, que el poder femenino es una suerte de '*antipoder*': ejerce influencia con autoridad, pero al mismo tiempo, se basa en la expansión, el ejercicio y el desarrollo del saber vivencial de la finitud-castración (carencia psíquica que proviene de la toma de conciencia de la incompletud humana –determinada en función del ser humano varón como unidad de

medición¹⁶-). Un poder que es autoridad sin ser potencia y que se apoya en la relatividad de las cosas antes que en lo absoluto. Los objetivos básicos del poder femenino apuntan a la solidaridad y a la construcción social en armonía. (Alizade en Alizade y Seelig, 2007)

Lo cierto es que en los últimos años se instaló un proceso de '*feminización de la cultura*' a partir de la expansión del poder femenino, según Alizade.

Si se plantea el término *poder* desde una perspectiva psicológica y social, lo entendemos como *capacidad de influir en otros*. Esta capacidad les fue vedada a las mujeres desde las convenciones sociales de una ideología patriarcal. Lo mismo ocurre con la idea de *liderazgo*. Son muchos los factores en juego y son estas relaciones complejas de análisis. La interdisciplinariedad permitió la evolución progresiva del tratamiento de estas problemáticas que aquí sólo son esbozadas para entender el marco contextual social desde donde se inscribe la hipótesis de trabajo.

Esta 'carencia' femenina (de poder) tiene un anclaje analítico psicológico, social, biológico, ideológico y cultural. No pueden establecerse grandes universales puesto que cada mujer resignifica su identificación femenina. Aún así, lo cierto es que el peso sociocultural marcó claras diferencias entre las características propias masculinas y las femeninas, tanto en la convivencia doméstica como en la pública. A través de la historia y de las formas culturales se producen variaciones en esta caracterización, pero el predominio del poder masculino en las nociones de autoridad y en el ámbito laboral permaneció, a pesar que ni el poder ni la autoridad deben su existencia a un género en particular.

Según Otto F. Kernberg,

"la ideología patriarcal define la relación entre los géneros y las actividades laborales, las organizaciones humanas y la autoridad, a la vez que las características típicas del varón y la mujer. Según dicha ideología la mujer es hiperemocional e infantil, una seductora sádica y peligrosa." (Kernberg en Alizade y Seelig, 2007: 65)

¹⁶ Nota de la autora.

Estos estudios realizados por especialistas en las relaciones de género permiten entender la complejidad de los estereotipos al analizar las variantes laborales hombre – mujer.

Muchos planteos feministas contraponen a esto una ideología que enaltece a las posibles formas de poder de las mujeres desde una mayor empatía, un marcado interés por las relaciones humanas, características que, según Kernberg, se oponen a la *“competitividad masculina, la defensa por las normas y el temor a la dependencia emocional”* (Kernberg en Alizade y Seelig, 2007: 65)

Son inagotables las discusiones teóricas al respecto y desviarían bastante la perspectiva central del presente trabajo. Además, las clasificaciones detalladas por género son muchas veces engañosas para el análisis, si no se plantea un detenimiento exhaustivo en su consideración.

En la actualidad, es cierto, las mujeres comenzaron a ejercer la conducción de algunos puestos laborales y la perspectiva puede ser la expansión de esta modalidad.

“Sin embargo, queda un resto de ideología patriarcal bajo la forma de un “techo de cristal”, que sigue influyendo en la aceptación social y el aliento al acceso de la mujer a posiciones de poder y autoridad” (Kernberg en Alizade y Seelig, 2007: 69)

LIDERAZGO Y POSICIONAMIENTO

El concepto elegido para cerrar este marco teórico es el de **liderazgo**. Esta noción se convirtió en la última década en fuente inspiradora de multiplicidades de argumentos teóricos, fundamentaciones y perspectivas muchas veces contradictorias. Concepto trillado, también se lo utiliza como un aliado de la bibliografía de autoayuda y de negocios autogestionados. Desde este lugar de trabajo analítico se lo elige como una noción que permite dar cuenta, muy claramente, de las múltiples maneras posibles

de que una persona -varón o mujer- puede poner en práctica un espacio jerárquico de desempeño laboral.

En muchas oportunidades se habla de liderazgo en consonancia, casi como una dependencia directa, con alguna persona muy importante en algún ámbito en particular. El estereotipo marca aquí una inclinación fuerte: 'un varón de la esfera pública'. A la manera de accionar de esta persona se lo entendería entonces como liderazgo.

En primer lugar es necesario comprender que el liderazgo es una cualidad que no todas las personas poseen y, sin embargo, debiera ser condición imprescindible de desarrollo para ejercer ciertos cargos en la relación con otros pares o subordinados. Aparece entonces una suerte de batalla teórica, casi natural, en torno de la posibilidad de desarrollar el *ejercicio de liderazgo*. La discusión radica en si éste puede ser adquirido o se trata simplemente de un *don* con el que se nace.

Otra problemática que ronda al concepto de liderazgo es la posibilidad de que exista un *liderazgo masculino* y otro *femenino*. En esta discusión están enfrentadas posiciones teóricas que nacen dentro de las distintas corrientes feministas. También muchos investigadores que no adscriben a estas ideologías se inclinan por una de las dos posturas. Los argumentos a favor y en contra circulan en varias disciplinas, y aisladamente todos son dignos de reflexión; es quizá simplemente una forma de pararse ante la problemática para darle un grado mayor de perspectiva, una forma de abrir el juego de la equidad.

Prefiero entender aquí que la explicación no debiera centrarse tan exclusivamente en pensar las características del liderazgo femenino y las del masculino; aún cuando esta clasificación permita establecer quizá parámetros más completos de aprendizaje y desarrollo. Quizá existan formas de liderar como personas hay en el mundo. Ciertamente es que las estructuras acompañan el buen desarrollo de la

organización, ya sea ésta laboral como personal, pero no debiera perderse de vista que fueron las normativas de la propia ideología patriarcal las que anclaron por décadas la posibilidad de no tener en cuenta a las mujeres como generadoras de maneras diferentes de resolver los conflictos laborales. Es decir, la apertura a los cambios permanentes que acontecen en el mundo laboral quizá posibilite nuevas formas de pensar las dinámicas que se generen en el intercambio de jefes y subordinados.

También es lícito repasar que no todos los hombres adquieren formas de liderazgo masculino, ni todas las mujeres formas de liderazgo femenino. Desde esa clasificación particular los estereotipos culturales toman aún más fuerza. Cuántas son las formas coloquiales de definir a quienes ejercen el poder 'fuera de su grupo de pertenencia'. Esto es: los jefes varones que intentan intercalar en agenda los acercamientos hacia sus empleados para atender sus preocupaciones; forma ésta – según los cánones culturales occidentales registrados- más tipificadora del hacer femenino en la jerarquía laboral. En el otro sector, cómo 'definir' a una mujer que masculiniza su rol para ejercer el poder que le otorga la escala laboral en la que se encuentra siendo jefa de sector, por ejemplo. Éste último caso fue arduamente analizado desde la perspectiva que define a la masculinización del trabajo femenino como una única opción que llevó a muchas mujeres en cargos jerárquicos a desempeñarse como lo hacen los jefes hombres, para poder obtener un mero reconocimiento de sus pares varones.

Es la exaltación de las características personales de las mujeres líderes en el proceso de toma de decisiones a nivel laboral lo que generó la postulación de muchas de ellas en sus puestos de trabajo. Es el desempeño –quizá hasta inconsciente- de estas mujeres contra lo culturalmente establecido desde antaño, quizá el mejor ejemplo que refleja las diferentes formas de adquirir el liderazgo en el desarrollo de una

profesión; sin linajes heredados, pero sí con muchas pruebas diseñadas para ellas en las empresas, sobre sus conocimientos y preparación.

Cuando se plantean las variantes sobre cómo ejercer un cargo jerárquico en pos del principio de equidad podemos pensar en **estilos de liderazgo**.

La licenciada Lidia Heller¹⁷, afirma que “*el liderazgo no puede ni debe ser definido por el género o limitado por él*” (Heller, 2004: 217); más allá de la fractura existente entre géneros y generaciones a la hora de observar las diferentes maneras de ejercer el poder en un puesto de mando. Asocia el liderazgo a la capacidad y al carácter y por ello no pueden establecerse parámetros de medición exactos para desarrollarlo; dependerá de cada persona en su particularidad.

“El liderazgo en términos organizacionales, es fundamentalmente la capacidad para realizar un aprendizaje adaptativo y este requiere de cambios en los valores, las creencias y los comportamientos.” (Heller, 2004: 217)

De esta manera se clarifica el lugar desde donde se plantea en este trabajo la noción de liderazgo y lo que se entiende por **líder**. Ocupar un cargo gerencial o de, por ejemplo, jefe de redacción o de sección, no implica, como se mencionó, poseer características de líder. Esto indica entonces que no puede hablarse del liderazgo como un lugar hacia donde llegar o dirigirse; no es una posición tomada o adquirida. Es una *forma de conducción*.

Heller asocia también el término con la capacidad que posee una persona para construir equipos de trabajo e influir dentro de los mismos. Al hablar de estilos de liderazgo se relacionó mayoritariamente a las mujeres con gerenciar de una manera más democrática y participativa que los hombres, esta forma conduce hacia una apertura de inclusión que beneficia a todos: jefes y subordinados. Este gerenciamiento

¹⁷ Licenciada en Administración de Empresas, docente. Realiza entrenamientos a grupos de mujeres profesionales y empresarias en distintos ámbitos, sobre liderazgo, planificación de carrera y poder en las organizaciones.

se caracteriza por impulsar maneras de relación que contemplen el saber escuchar, la empatía, el diálogo y la habilidad para relacionarse. Particularidades descriptas siempre en función de modos femeninos de establecer contactos. (Heller, 2004)

Entre las características que pueden definir a un líder encontramos: las funciones de motivar y persuadir.

Desde la perspectiva de Heller, podrían mencionarse: *líderes focalizadores* (generan una visión compartida en la organización), *facilitadores* (dan compromiso al equipo de trabajo), *sinergizadores* (ayudan a que los logros individuales se concreten) y *co-creadores* (comparten).

En la actualidad las organizaciones desean obtener resultados y los líderes pueden lograr que ello se concrete desde el trabajo en equipo mediante actitudes reflexivas, creatividad y adaptación a los cambios.

“Dentro de este nuevo marco, el liderazgo es visto como un proceso social colaborativo, más igualitario y menos jerárquico.” (Heller, 2004: 211)

Es clara la diferencia respecto de pensar al liderazgo, por ejemplo, como una posición jerárquica definida desde la dominación sobre los otros. Las nuevas propuestas apuntan a la integración del trabajo en conjunto, a la participación y también a compartir responsabilidades. Esto no implica menor autoridad, debilidad de mando y falta de control sobre las situaciones. Este modo hace más bien referencia al **empoderamiento**, esto es: *“habilitar para el poder”* (Heller, 2004: 140); ofrecer a los demás cierta autonomía para desempeñar sus tareas permitiendo el crecimiento de cada subordinado en su área. Esto requiere, obviamente, un pensamiento más reflexivo y una apertura mayor en las relaciones laborales. Este *empoderamiento* apunta a conectar los cambios individuales con las acciones colectivas, por esto es vital la contemplación del contexto histórico y político en cada proceso de cambios que la empresa enfrente.

Por siempre se conectó a la mujer con el desarrollo y expresión de la *sensibilidad* en relación a los otros. Esto generó, en los espacios laborales,

atascamientos en los jefes varones para insertarse en las formas de liderazgo aquí mencionadas generándose marcados estereotipos que limitan el avance de algunos líderes varones. Los cambios están ya instalándose pero la coerción sociocultural es muy fuerte e inhibe el accionar de muchos.

“Las tradicionales formas de gerenciar las organizaciones están basadas en el modelo: los de arriba piensan, los de abajo hacen. De allí que la concepción proverbial para los líderes es la de fijar la orientación, tomar decisiones claves e influir energías – visión individualista y asistemática, basada en general en la aparición de grandes figuras, casi siempre masculinas.” (Heller, 2004: 130)

Otro factor determinante en la forma de establecer un liderazgo para desarrollar un cargo jerárquico, es la *propia organización* o el espacio laboral donde se desempeña la persona.

Muchas veces son las empresas arraigadas a maneras culturales tradicionales que responden a modelos rígidos por pautas sociales añejas. Estas corporaciones sólo limitan el accionar de quienes ejercen el rol de mandato y, desde una mirada de género, son espacios más estructuralmente cerrados a la idea de mando en manos de mujeres. En estos lugares es donde las mujeres jefas se ven casi obligadas a masculinizar su desempeño profesional, ejerciendo por ejemplo un liderazgo más agresivo, sólo para poder avanzar sobre la línea media laboral.

“...otro de los mecanismos de discriminación (es) la conocida creencia de que no poseen (las mujeres) la capacidad de mando, ni la iniciativa, ni la habilidad para dirigir grupos e innovar. Esta creencia (...) se ve reforzada por el hecho que, debido a las formas de educación diferenciadas que se dieron tradicionalmente en las sociedades a varones y mujeres, muchas veces ellas se autoexcluyen y les resulta complicado tomar decisiones, dirigir grupos, innovar.” (Heller, 2004: 26)

La **conciencia de género** y de las problemáticas surgidas en estos ámbitos conllevan una importancia indiscutible para modificar estas estructuras organizacionales. Las formas de relación en las empresas fue mejorando la calidad de esta equidad de género; en los últimos años la figura femenina empezó a tomar valor y poder entre las jerarquías. Pero es necesario no perder de vista que son sólo algunas

organizaciones, en su mayoría internacionales con sede en Argentina y lineamientos que escapan a las normas laborales que nos rigen culturalmente.

En esta investigación se pretende revisar el problema desde la base. Es una suerte de reestructuración cultural organizacional; un desprendimiento de viejas pautas laborales que sólo condicionan el accionar ante los cambios. Heller señala que son los propios líderes quienes pueden gestionar este nuevo aprendizaje cultural dentro de las relaciones de trabajo. Por otra parte, se habla ya de que en un futuro próximo las empresas necesitarán líderes y no más gerentes.

Existe una diferencia básica entre *gerenciar* y *liderar*. El gerente¹⁸ organiza y planifica para cumplir los objetivos fijados por la empresa. Sin embargo, junto a la creatividad, flexibilidad y estimulación se encuentra el líder.

Promover esos cambios haciendo foco en la diversidad y equidad de género no es tarea fácil para aquellas mujeres que ven coartado su accionar en sus lugares de trabajo. Es cierto que en las últimas décadas se incrementó paulatinamente la incorporación de mujeres al mercado laboral. Sin embargo, poco es lo que se reflexionó aún –en el ámbito periodístico– respecto de los obstáculos con los que se encuentran estas mujeres a la hora de ocupar cargos con tomas de decisiones importantes para los lugares donde trabajan. Se tendió más bien a invisibilizar el conflicto haciéndolo eco de postulados feministas que sólo pretenderían complicar el natural desarrollo de las organizaciones. Quizá esto se deba a la poca notabilidad y escaso reconocimiento que las mujeres adquieren en cargos destacados en el ámbito laboral, quizá sólo sea una respuesta más a los parámetros culturales de la ideología patriarcal.

En una entrevista realizada en la década del '70 Luce Irigaray afirmó:

*“..mi deseo no es precisamente hacer una teoría de la mujer,
sino cuidar, para lo femenino, su lugar en la diferencia de géneros.*

¹⁸ Hablo aquí de ‘gerentes’ para poder confrontar con el concepto de ‘líder’, más allá de que no se corresponda esta categoría directamente con el área de la empresa mediática que aquí se estudia, en el ámbito periodístico.

Esta diferencia masculino / femenino siempre funcionó 'dentro' del sistema de representación de sí mismo del sujeto (masculino) (..) Porque un género y su falta, su pérdida, su negativo, no dan como resultado dos géneros (..) no se trata de invertir la economía de lo igual (..) se trata del intento de practicar esta diferencia."
(Rullman y Schlegel, 2004: 123)

No se trata sólo de definir modos de gerenciamiento masculino o femenino; ni de caracterizar las diferencias; en el fondo del conflicto quizá eso ya no importe. Se trata sí de olvidar viejas prácticas de empresas donde los individuos cumplen ciertos roles en particular.

La problemática existe, no es sólo un extracto de las grandes ciudades norteamericanas o europeas; no pertenece exclusivamente a colosales empresas multinacionales. Afecta también y por demás al tercer mundo, a empresas periodísticas de medios audiovisuales, a radios y redacciones gráficas; se presenta aquí y ahora en la cotidianeidad de muchas mujeres periodistas argentinas.

6) RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS ANALIZADOS JUNTO CON DOCUMENTACIÓN OBTENIDA (organizados en capítulos).

Cáp. I: PROBLEMÁTICAS DE GÉNERO

Este capítulo funciona como una carta de presentación de algunas de las mujeres periodistas entrevistadas para la tesina. Se problematiza la inserción de las mujeres en el mercado laboral en general y en el periodístico en particular; desde la experiencia vivencial de las entrevistadas, con el cruce teórico bibliográfico correspondiente. Se ejemplifican algunas situaciones históricas laborales de las mujeres y se plantean discusiones en torno a la inserción de las mujeres periodistas a través de la prensa 'de' y 'para' mujeres.

Mercado de trabajo, mujer y medios de comunicación

Durante siglos las mujeres desafiaron permanentemente las estructuras sociales que las ubicaban sólo en el plano de la reproducción de la raza humana. Este factor legitimó casi como natural la no participación equitativa de la mujer en los sectores productivos que permiten la administración de los recursos obtenidos.

En su artículo “Uso y abuso del concepto de género” María Jesús Izquierdo hace hincapié en este punto –entre otros- al hablar de desigualdad de género. Esta concepción de desigualdad es la que interesa en este capítulo cuando se habla del mercado de trabajo al que se enfrentan las mujeres periodistas.

“Vemos que el sector productivo de la vida humana se organiza en condiciones de dependencia respecto del sector dedicado a la producción de riqueza y a la administración. (...) La desigualdad de género se produce tanto si las personas que desarrollan estas actividades son hembras como si no lo son. Manifestaciones de la desigualdad estructural de género son el hecho de que el nivel retributivo, formativo, de prestigio y/o de poder para las actividades femeninas es inferior al que se le otorga a las actividades masculinas, al margen de que quienes las desarrollan sean hembras o machos.” (Izquierdo, 1994: 49)

Esto explica las inequidades cuando a profesiones consideradas femeninas les corresponde salarios inferiores que a profesiones masculinas. Izquierdo señala por ejemplo que si se trabaja en enfermería se gana menos dinero que trabajando en cirugía, independientemente del sexo que se tenga. Asimismo, es posible que:

“..un macho que trabaje de enfermera acabe ganando más dinero que una hembra. En este ejemplo la desigualdad salarial podría ser el resultado combinado de la discriminación por razón de sexo y de la desigualdad de género.” (Izquierdo, 1994: 50)

Muchas veces estas inequidades aparecen simplemente por decisiones tomadas desde un cierto sentido común profesional y cotidiano que pretende ‘cuidar’ a la figura femenina, por ejemplo, una jefa de noticias entrevistada para esta tesina señaló que en repetidas oportunidades envió a cronistas varones a cubrir notas en villas para resguardar de posibles agresiones a sus cronistas mujeres. Esta simple y

habitual decisión también está extrañamente teñida de una cultura que desprotege a diario la vulnerabilidad masculina. Si bien es cierto que la contextura y fuerza de los varones podría resolver de otra manera posibles agresiones físicas en zonas más peligrosas de la ciudad, no por ello debieran estar más expuestos a esos peligros que sus pares mujeres al desempeñar tareas iguales. Sin embargo, cuando se arman equipos de producción por ejemplo, en repetidas oportunidades se distribuyen las tareas de acuerdo al sexo de cada periodista. Es más habitual que una periodista mujer cubra una producción periodística sobre los *oulets* por ejemplo, que lo haga un periodista varón. Son prácticas cotidianas que no remiten específicamente a la capacidad profesional de quien las realiza.

En una entrevista realizada por la periodista Sonia Santoro¹⁹ a Paloma García, periodista y subdirectora de Contenidos Periodísticos de Canal 7, García señala que en el plantel de noticias trabajan 131 personas y hay un 33% de mujeres. Los cargos son en su mayoría productoras, locutoras, redactoras y archivistas; y hay una menor cantidad trabajando en administración. Uno de los interrogantes que inmediatamente se dispara es la proporción inversa cuando se observa la capacitación de quienes realizan las carreras de periodismo y Licenciatura en Comunicación, el cupo es en su mayoría ampliamente femenino. García explica:

“Creo que tiene que ver, fundamentalmente, con la manera en que se ha hecho hace años el ingreso a canal 7. Pensá que estás hablando de una institución del Estado, en donde la mayor cantidad de la gente tiene por lo menos 10 años de estar trabajando acá. Los técnicos, camarógrafos y ayudantes de cámara, son todos varones, y generalmente cuando se vuelven a hacer los concursos, ves que se anotan casi todos varones. Tiene que ver quizás hasta con un prejuicio, pensá que nosotros recién ahora tenemos cámaras de tamaño pequeño, siempre se manejaron Betacam, que pueden llegar a estar pesando en el hombro 15 ó 20 kilos, entonces eso también hace que busquemos varones.”

¹⁹ Entrevista realizada para el corto documental “La mujer mediatizada. Presencia Femenina en los medios argentinos”, de Artemisa Noticias. Puede verse en el link: http://www.artemisanoticias.com.ar/site/mujer_mediatizada.asp.

El mundo mediático radial es muy similar en estos aspectos. Importantes autoridades de una Cadena española²⁰ han remarcado su curiosidad por aquellas *trabajadoras de radio* que sólo se las elige para decir la temperatura, la humedad, leer los mail e informar cuánto cobran los jubilados. Su interés reside en el ‘desaprovechamiento’ de las capacidades profesionales de esas mujeres que llamamos locutoras. Profesión ya desestimada desde los propios medios de comunicación al proponer a diario figuras mediáticas que realizan avisos publicitarios sin el carnet profesional habilitante. Paradójicamente, existen en la actualidad muchos nuevos Institutos Terciarios que entregan carnet de locutor/a que son revalidados por el COMFER (Comité Federal de Radiodifusión, dependiente de la Presidencia de la Nación).

El rol de la locutora en radio, salvo algunas excepciones, aún sigue siendo el de esa especie de sonido agradable que emite el aparato radial; esa voz de mujer que es hostigada y denostada tras el velo de la broma y el silencio de su función. Existen obviamente figuras femeninas de la locución que rompen con estos estereotipos pero son la minoría. La locución en *off* de las publicidades también nos presenta un mercado laboral desproporcionado y dividido en sexos, donde los hombres adquieren la mayor cantidad de trabajo. Salvo productos específicos relacionados con la salud, la dieta, los bebés y algunos productos de belleza; en general las voces en *off* de las publicidades son masculinas.

También la responsabilidad en estos encasillamientos debe ser compartida; las locutoras que decidan generar puestos de trabajo diferentes deberán quebrar algunos estereotipos profesionales como, por ejemplo, la división entre periodistas y locutores que acompaña grandes maneras prejuiciosas de relación profesional.

Es claro que las temáticas mediáticas también están divididas por sexo desde la gestación del producto mismo: predominan las conductoras radiales y televisivas en los

²⁰ Los nombres no son revelados por expreso pedido de la entrevistada.

programas de entretenimientos, de espectáculos y de cocina, como también en las revistas femeninas y suplementos para mujeres.

La locutora Julia Bowland²¹ cuenta su experiencia personal en la inserción al mercado laboral mediático: en el año 1979 comenzó a buscar trabajo como locutora suplente y su 1º experiencia fue en el informativo de Radio Argentina, en ese momento el director del informativo le dijo: *“No aceptamos mujeres en los informativos, las voces de las mujeres no son creíbles, los locutores de informativos son varones.”*

Bowland recuerda:

“En el único informativo en el que había una mujer era en Radio El Mundo, en el resto eran todos varones. Pero este señor me dio la oportunidad de tanto que insistí, me dio la traspase, me largó sola un fin de semana. Ahí tomé conciencia cuando vi los carteles que sólo se podía transmitir los cables de TELAM, entonces hice sólo ese fin de semana y nunca más lo intenté. Y ahí empecé a trabajar en locución comercial, en vivo; las tandas eran kilométricas y yo hablaba con mucha claridad y rápido, ese era mi mérito porque así entraban muchos avisos en muy poco tiempo. Eso fue en Radio Continental durante 5 años. Luego quise hacer otra cosa y me dijeron que me quedara haciendo locución que era muy buena en ese lugar, entonces presenté mi CV en Radio Mitre y empecé como partenaire en el programa de Carlos Rodari, que marcó un hito.”

Bowland recuerda que al finalizar el programa en Mitre pidió hacer móvil y quienes eran sus jefes en aquel momento se mostraron renuentes a la posibilidad y su capacidad de lograrlo por ser ella 'locutora'.

También la Periodista y Locutora Mirian Passarello habla de la década del '80 como años en los que la mayoría de quienes trabajaban en radio eran hombres porque se buscaban voces masculinas y el dial estaba lleno de locutores²². Casi con nostalgia recuerda:

“Éramos muy pocas chicas, hoy es otra cosa. Cuando me voy de Radio Mitre era la única movilera en la época de Bosso; me voy yo y entra Rosario Lufrano, era gracioso porque nos cruzábamos en las notas; ella se queda en Mitre y yo me voy a Del Plata. Ahí ya había una movilera, Silvia Morales, con quien me hice muy amiga después. Y Biasatti (Santos) ponía muchas mujeres, Del Plata era la única radio con tantas mujeres trabajando, en el resto eran

²¹ Entrevista realizada por la autora el 19 de octubre de 2005.

²² Entrevista realizada por la autora el 23 de noviembre de 2005.

hombres. En TV también había ya más mujeres: Laly Cobas, Cecilia Zuberbiller. En Del Plata llegamos a ser 4 (mujeres) en el '86, casi un 50% y 50% con los hombres. Después vino la gestión de Chiche Niembro y fue lo mismo, no tocó nada, seguimos con mujeres en el medio."

La periodista Luciana Pecker, especializada en abordar problemáticas de género, vive la experiencia de la desvalorización del trabajo de la mujer periodista desde un lugar diferente:

"Creo que es interesante pensar por qué el trabajo específico de ser periodista especializado en género (mujer, salud reproductiva, etc.) está tan desvalorizado desde los medios, eso me parece importante. De hecho, eso no pasa en otros lugares del mundo, como México por ejemplo, donde hay más machismo en la sociedad pero es más reconocido el trabajo de periodistas. Ni hablar de España y Europa."²³

Desde sus comienzos Pecker estuvo relacionada con el periodismo de género, quizá al principio por azar y luego por una absoluta convicción profesional. Se especializó en particular en el tema de derechos reproductivos a partir de una nota en la que investigó sobre la ligadura de trompas, esta nota fue para ella una suerte de bisagra, un antes y un después en su carrera. Luego de programas radiales propios en sus comienzos en radios pequeñas comenzó a transitar en medios que fueron demarcando, de alguna manera, sus elecciones en materia de género: columnista en el programa radial "Barajar y dar de nuevo", con el foco en mujeres y vida cotidiana; Revista Para Ti, Madres y Padres, Playboy; Luna, entre otros medios. Desde su particular mirada de género le interesa que se entienda que la cultura machista perjudica tanto a mujeres como a hombres.

Su visión respecto del mercado mediático es muy analítica. Pecker no considera a la TV por cable un espacio exclusivo para el mercado laboral femenino, de hecho afirma que los ámbitos más cerrados para las mujeres periodistas son la televisión y el cable:

²³ Entrevista realizada por la autora el 30 de noviembre de 2005.

“Hay muchas mujeres que se están ocupando, en los suplementos de los diarios, de segmentos específicos del mercado, que son las que tienen bastante éxito comercial. Hoy el secreto del éxito es que tengas anunciantes, entonces se hace cocina, deportes, moda. Y en ese sentido un hombre que estudió periodismo es más difícil que termine escribiendo sobre eso; en cambio las mujeres pueden escribir de costura, de bordado, de torta, de cumpleaños infantiles, y hay mucha mano de obra barata en ese sentido.” (Luciana Pecker)

Natalia Blanc²⁴, periodista Editora de la Revista XXIII y de adn Cultura (suplemento de cultura del diario La Nación), coincide de alguna manera con Luciana Pecker. No considera a las revistas femeninas o a los suplementos para mujeres como ámbitos de trabajo exclusivos para periodistas mujeres. Señala que el mercado se abrió, se insertaron las revistas para hombres como un nuevo nicho, y que los medios debieran ser un espacio de trabajo para todos.

Desde otro lugar, la periodista Adela Ponce de León²⁵ señala que las publicaciones femeninas son, muchas veces, las puertas de los comienzos laborales de las periodistas mujeres. Su experiencia profesional se sitúa mayoritariamente en el ámbito de las publicaciones femeninas, en gráfica y en Internet: Revista Melody, Única, Mujer.com, Ciudad Internet, sección Belleza y Decoración de la Revista Luz. La especialización en este tipo de publicaciones se convierte en un oficio, según Ponce de León, donde se generan los contactos y casi en una especie de red mediática se va reforzando la especialidad en torno a ellas.

Gabriel Cetkovich²⁶, Director de estudio de TEA (Taller Escuela Agencia), afirma que muchos chicos que ingresan a estudiar periodismo poseen el estereotipo que remarca a los suplementos y/o revistas para mujeres como lugares donde deben ir a trabajar periodistas mujeres. Cetkovich señala que al trabajar Estilo, durante la carrera, se hace referencia a estas problemáticas legitimando un trabajo periodístico como tal y no para mujeres periodistas o varones periodistas intentando, de algún

²⁴ Entrevista realizada por la autora el 18 de noviembre de 2005.

²⁵ Entrevista realizada por la autora el 31 de octubre de 2005.

²⁶ Entrevista realizada por la autora el 28 de setiembre de 2005.

modo, derribar viejos mitos. Por otra parte, con una perspectiva más cotidiana sobre el mercado laboral periodístico, Cetkovich dice:

“A veces son más los prejuicios que tenemos todos de que esto es masculino, esto femenino, esto es para un hombre, esto es para una mujer, que lo que en realidad es. Para mí se están quebrando ciertas estructuras patriarcales. No tengo estudio de campo, pero me parece que es más un preconceito que una realidad, hay muchas mujeres en el ámbito periodístico; basta con mirar la grilla al final de los programas y aparecen en diferentes funciones: productoras, asistentes, hay muchas mujeres. No sé si está al 50 y 50, pero me parece que no hace falta una ley que diga que indique los porcentajes como hay en política.”

La periodista Cristina Mahne²⁷ también se refiere al mercado laboral mediático y los mitos y prejuicios que construye:

“El paradigma es “boluda total”: el típico caso del marido que le puso el programa de cable a la mina. En gráfica no te vas a poner una revista, es muy difícil, hay casos de autogestión pero en general entrás a trabajar en relación de dependencia y tenés que pelearla, empezás desde abajo. No lo veo en gráfica; en cable puede ser, como comprás el espacio hay más margen para ese prejuicio. Teniendo plata cualquiera tiene un programa de cable. Teniendo plata no cualquiera tiene una revista que sale mucho más y necesitás una estructura.”

Este prejuicio mediático no sólo se sostiene con gente del entorno de medios; una de las entrevistadas recordó que en el año 1994 en una de las emisiones del programa ‘Hora Clave’²⁸ el político Jorge Asís en una mesa de debate afirmó: *“Antes los hombres a las amantes les compraban un departamento, ahora le ponen un programa de cable.”*

Con una perspectiva optimista, la Licenciada en Comunicación y Periodista Alejandra Gallo²⁹ ve a las nuevas camadas de periodistas mujeres como aquellas que están empezando a generar algunos cambios. Los suplementos para mujeres, la televisión por cable y las revistas femeninas dejan de ser, para ella, el refugio de las periodistas:

²⁷ Entrevista realizada por la autora el 28 de noviembre de 2005.

²⁸ Conducido por el Abogado Mariano Grondona y emitido por canal 9.

²⁹ Entrevista realizada por la autora el 9 de noviembre de 2005.

“Las chicas piden secciones duras. Hay minas que piden ir a deporte, que hubiese sido, por oposición, impensado hace 5 años atrás. Sólo había becarios hombres. Ahora hay chicas que piden ir a deportes y se bancan estar en una jungla de 50 varones.”

Quizá su propia inserción laboral está enmarcada por esta necesidad de cambio. Desde sus inicios en la profesión se relacionó con el periodismo económico, esta especialización la llevó a medios como los diarios Tiempo Argentino, El Cronista Comercial y sus últimos en la sección de económica de Clarín. A pesar de ello, su inserción en El Cronista Comercial fue en la sección de espectáculos hasta que en 1991, al estallar la Guerra del Golfo, genera la posibilidad de abrirse paso en el periodismo más duro, de tapa, y lo logra. Pasa a la sección Internacionales y se especializa en temas de América Latina, cuando cambian las autoridades del diario comienza a redactar en Economía. Lo que en un comienzo generó sus propias dudas por su falta de formación económica se transformó con el tiempo en su especialización.

Gallo reflexiona sobre los diarios de alcance nacional y observa que aún son pocas las mujeres periodistas que trabajan en ellos en relación con la cantidad de mujeres que hacen periodismo. Describe a las secciones duras como un espacio en desarrollo para las mujeres y que en general muchas periodistas todavía acceden a su trabajo a través de áreas consideradas femeninas. Por otra parte, afirma que en el interior del país la brecha debe ser mucho más grande y que, seguramente, no deben existir prácticamente mujeres en cargos jerárquicos mediáticos.

La Licenciada Mónica López Ocón³⁰, especializada en periodismo con mirada de género, advierte sobre una de las diferencias que se establece en la comparación entre hombres y mujeres periodistas para acceder a cargos jerárquicos en particular:

(Es necesario) “Medir con criterio neutro el rendimiento laboral de una mujer y el de un hombre: yo laburo como una perra porque no tengo pito y entonces no puedo hacer lobby. El trabajo de los hombres al llegar a un determinado nivel no consiste en llevar adelante la sección sino en hacer lobby. Esto es así, gran parte

³⁰ Entrevista realizada por la autora el 14 de diciembre de 2005.

de la actividad laboral de los hombres en este medio es hacer lobby mientras que las mujeres, para que nos acepten, tenemos que laburar como animales.”

Esta posibilidad de abrir el camino a través del lobby es una experiencia que sólo puede ser netamente comprobada por los testimonios mismos de quienes intervienen en él, no es posible llevar algún tipo de registro o estadística certera al respecto.

A pesar de ello, Alejandra Medina³¹ –periodista y Jefa de Producción del noticiero de Radio Mitre- señala que las mujeres son más abiertas a la hora de perpetuar los cambios y que por eso saben negociar más que los hombres. La sensibilidad, la horizontalidad, sumado al sentido común, son factores que pusieron en juego las mujeres para conseguir ser cabeza de compañías en grandes empresas e ir ganando terreno en ellas.

El ingreso a los medios de comunicación a través del sistema de pasantías puede ser un ejemplo de ingreso medianamente equitativo. Desde esta perspectiva lo considera la periodista Cecilia Fumagali³² quien afirma, desde su experiencia personal, que al momento de ingreso de pasantes no hay problemas relacionados con el número de chicas y chicos que entran. Las dificultades aparecen después al intentar posicionarse o, como señala López Ocón hacer lobby para establecer contactos. Fumagali empezó a trabajar fuerte en periodismo en una época de extremada flexibilización laboral y auge indiscriminado de pasantías, posterior a la crisis del 2001 que dejó sin trabajo a muchos trabajadores de los medios. Luego de trabajar 3 años en la redacción de La Razón, es a través de la beca de Clarín -ahora devenida en Maestría en Periodismo- que Fumagali comienza a entretejer una cadena de contactos con la que adquiere experiencia y conocimientos específicos. La pasantía queda en el pasado y empieza a diagramar un recorrido laboral que se acerca más a los trabajos

³¹ Entrevista realizada por la autora el 7 de diciembre de 2005.

³² Entrevista realizada por la autora el 14 de diciembre de 2005.

culturales, políticos y sociales en una Revista como Caras y Caretas donde es Jefa de Redacción.

La Licenciada en Comunicación Solange Grandjean³³, relacionada con la investigación en problemáticas laborales empresariales con perspectiva de género, observa que en general en los inicios de ingreso al mercado laboral las condiciones de trabajo y los sueldos son estimativamente igualitarios. En esos comienzos no se generan muchos conflictos. Con esto podría afirmarse que las problemáticas empiezan a surgir cuando las mujeres pretenden hacer carrera; allí los obstáculos aparecen y el camino se dificulta generándose la brecha de la inequidad a medida que se asciende en la jerarquía organizacional. Grandjean afirma que los problemas empiezan con los intentos de 'liderazgo'.

Grandjean describe a la década del '90 como una época de corte en el área laboral en general, un momento de fuertes cambios para muchísimas mujeres que se insertaron en el espacio público:

“Hoy por hoy necesitamos mayor capacitación; pero en esa década, que fue de tanto cambio laboral para hombres y mujeres, muchas mujeres se metieron al mercado laboral, muchas no por decisión sino que entraron para seguir manteniendo a sus hijos, a su casa. Y bueno, una mujer que recupera su libertad no la quiere volver a perder. Por más que las cosas después mejoren no se va a ir del ámbito laboral. Es lo que pasó en la II Guerra Mundial, cuando empezaron los estudios de feminismo: los hombres volvieron del campo de batalla, las mujeres que trabajaban habían recuperado una parte de ellas que no querían volver a perder.”

Lidia Heller señala al respecto:

“Tal como hemos observado, en las últimas décadas se ha ido cerrando la brecha de participación en la actividad económica entre mujeres y varones en la región de América Latina y el Caribe: mientras descendían las tasas de actividad masculina, crecían las femeninas. Indudablemente, la incorporación masiva de mujeres al mercado laboral ha tenido consecuencias en varios niveles: en los patrones de las estructuras familiares, así como en la organización de otras instituciones, y en las relaciones económicas.” (Heller, 2004:112-113)

³³ Entrevista realizada por la autora el 22 de setiembre de 2005.

Por otra parte, Heller reconoce un hecho curioso ocurrido en la década del '90: mientras la tasa de empleo de mujeres se incrementaba, la tasa de desempleo en general también aumentaba.

Si bien es cierto que las mujeres se adaptaron a los cambios en la esfera laboral muy rápidamente, no siempre estos cambios las beneficiaron de forma directa. Ya sea por las maneras de contratación, las condiciones de trabajo, la prolongación de la jornada, las dobles tareas; el incremento de –sobretudo- las mujeres jóvenes en el mercado laboral las situó también ante una dificultad: la de acceder a los trabajos más valorados y mejor remunerados. Por otra parte:

“Esto no ha significado un desarrollo en la calidad de vida de las mujeres jóvenes y se manifiesta en el deterioro de sus condiciones de salud, reflejado en los problemas de alimentación, anemia y tuberculosis. Para las mujeres el costo de los cambios se refleja en su propia vida.” (Gutiérrez: 2001, 13)

Otro factor se pone en juego: a pesar de los progresos alcanzados en materia de *capacitación* (aspecto que se desarrolla más detenidamente en el capítulo IV de esta investigación), a las mujeres les resulta muy difícil poner en prácticas laborales esos nuevos conocimientos adquiridos, podría decirse que les cuesta hacer valer su desarrollo profesional. Esto puede generar también una de las consecuencias más observadas al analizar las situaciones laborales de las mujeres en el mercado de trabajo en general; como señala Bernardo Kliksberg en su artículo “Rostros de mujer” (2006), existe una diferencia salarial entre hombres y mujeres al desempeñar tareas iguales, en el orden mundial la diferencia es superior al 22% y mayor en América Latina.

No son estos temas menores al momento de intentar comprender las relaciones sociales que se generan con la inserción laboral femenina. En la empresa periodística se producen acciones propias de la profesión que seguramente se diferencian de otras en el mercado de trabajo, pero dar cuenta de las dificultades que los estereotipos signados por la cultura y la sociedad determinan en esas relaciones es una tarea que

resulta imposible de abandonar si se comienza a observar las repercusiones en el posicionamiento profesional de las mujeres.

En su libro “*El sexo oculto del dinero*” (2004), Clara Coria habla precisamente de las formas de la dependencia femenina y cómo éstas condicionan su apertura al mercado laboral en muchos casos.

Coria establece marcadas diferencias entre hombres y mujeres al momento de relacionarse con el dinero, las situaciones laborales y también las cotidianas. En el plano sociocultural los hombres quedan atrapados en la exigencia de “*hacer dinero*”, esta acción deviene en un indicador de *masculinidad*, afirma Coria. Este indicador generaría en el ser masculino una suerte de ilusión omnipotente de inagotabilidad. Para la autora, el dinero en nuestra cultura no solamente es un tema tabú sino que es claramente sexuado, asociado a potencia y virilidad; avalado esto además por la ideología patriarcal de la subordinación económica de la mujer. La toma de conciencia de estos condicionamientos a través de la reflexión como instrumento de cambio, permitiría –según Coria- a las mujeres entender sus perspectivas de marginación económica y falta de autonomía; mientras que en los hombres cabría la interpretación más clara de las diferencias entre el dinero y la virilidad. (Coria, 2004: 19-20)

Frente a estos factores de influencia cabría entonces pensar también cómo los mismos se interponen en el desarrollo profesional de las mujeres actuando como condicionantes naturales de la sexualidad.

Con más de 25 años de experiencia en ayudar a las mujeres en la formación de cargos directivos, la sueca Barbro Dahlbom-Hall (1996) establece una categorización por edad de las mujeres para observar como éstas se mueven en el ámbito laboral.

Señala que en su inserción al mercado de trabajo, entre los 20 y 30 años, las mujeres establecen un modelo de evolución destructiva, ella denomina a esta fase como “*mascota alegre*” (Dahlbom-Hall, 1996: 46-53), etapa en que las mujeres jóvenes no asumen la posibilidad de desarrollo profesional concientemente e idealizan a los hombres mayores en quienes depositan los modelos de jefes competentes

desacreditando a las mujeres mayores que han tenido éxito. Este menosprecio, según Dahlbom, se debe no sólo a la inseguridad como mujer en el ámbito laboral sino, por sobre todo, a la falta de conciencia de la necesidad de modelos femeninos. Durante esta etapa se incorporan la mayoría de las mujeres a la vida laboral,

“Se las exhorta, inconscientemente, a desarrollar una actitud de jovencita, a desempeñar el papel de ingenua. Las dejan intervenir más de lo debido, aunque siempre desde la perspectiva de jovencita, por eso ellas no se dan cuenta que sólo intervienen superficialmente.” (Dahlbom-Hall, 1996: 47-48)

En la segunda etapa, entre los 30 y 40 años, son los años más difíciles y activos de la vida de las mujeres al intentar ensamblar familia y trabajo. Las exigencias comienzan a multiplicarse en el ámbito laboral y en el cotidiano – doméstico. Es el momento donde se construyen los cimientos para la carrera que se avecina. Algunas optan, entre los 30 y 35 años, por el cambio de trabajo, se adquieren nuevos conocimientos y se profundiza la capacitación en lo que ya se conoce iniciando así la etapa de *“indispensabilidad”*. Este sentirse indispensable genera sin embargo acciones que no serán quizá tan económicamente provechosas para el desarrollo profesional; es usual escuchar a muchas mujeres que en esta etapa están a gusto con lo que realizan y se muestran desinteresadas a ocupar cargos más importantes, decisión que en repetidas oportunidades ven rechazada y que en un futuro verán como desaprovechadas. Esta indispensabilidad no es tan positiva, reduce el campo de acción en lugar de ampliar las posibilidades para hacer carrera. Finalmente, Dahlbom señala que las mujeres en general llegan a puestos de dirección promediando los 45 años de edad.

Dentro de los comportamientos estereotipados que la autora reconoce en el ámbito laboral, le asigna al *“muchacho”* el ser: fuerte, grande, no mostrar sus sentimientos, luchar, trepar, mostrarse (su imagen); mientras que la *“chica”* debiera ser: pulcra, asidua, optimista, buena, fiel, leal, obediente, alegre, callada. (Dahlbom-Hall, 1996: 93) Esta relación entre muchacho y chica es simbiótica y a veces le pone fin a la

carrera de muchas mujeres, el uno existe y se reconfirma con la existencia del otro, pero ninguno avanza en su carrera laboral. Ambos cierran el camino hacia los cambios e innovación obstruyendo el paso a todo y a todos, afirma la autora.

La idea de esta simbiosis entre el muchacho y la chica nos acerca a las reflexiones de Catherine R. Stimpson cuando enmarca algunos cambios sobre los últimos años en los estudios de mujeres al señalar las formas de interacción femenina en el ámbito laboral.

“Algunas académicas están pidiendo menos énfasis en lo que las mujeres parecen hacer y más énfasis en la interpretación de sus actividades. En 1980 Michelle Zimbalist Rosaldo, quien fue una de las fundadoras de la antropología de mujeres contemporánea, dijo: ‘Ahora me parece que el lugar de la mujer en la vida social humana no es en ningún sentido el producto directo de las cosas que ella hace (...) sino de los significados que sus actividades adquieren mediante interacciones sociales concretas’.”
(Stimpson en Navarro y Stimpson, 1998: 141-142)

Sabemos que la inserción de las mujeres en el mundo productivo data de siglos atrás y, sin embargo, las complejidades para aceptar y generar un mayor desarrollo de ellas en este ámbito público es aún en la actualidad una tarea que espera impaciente ver sus frutos.

Muchos historiadores han quizá simplificado los progresivos cambios que las mujeres desempeñaron a través de la historia según las circunstancias laborales que debieron enfrentar. Las dificultades aparecen al mencionar a ‘la mujer trabajadora’ sin disociarla inmediatamente del ámbito doméstico, espacio para la que fue naturalizada por décadas obligándola a una doble jornada laboral. Esta separación histórica entre trabajo y hogar se va legitimando a través del discurso que enfatiza las diferencias entre hombres y mujeres instalándolas como una suerte de base desde la que se construye la organización social. Quizá para comprender el desenvolvimiento femenino actual en las empresas es necesario clarificar o incorporar nuevas visiones históricas de las prácticas laborales de las mujeres. Entender, por ejemplo, que con la Revolución Industrial la mujer asalariada no pasa del ámbito doméstico al laboral, sino

que a partir del siglo XIX comienzan a cambiar los espacios laborales y así las mujeres pasan de un tipo de lugar de trabajo a otro.

Las mujeres dejaban sus hogares realizando grandes viajes para conseguir empleos y muchas veces también cedían el cuidado de sus hijos a terceros. El espacio laboral que comienza a instalarse a partir del siglo XIX, quizá permita a las mujeres establecerse por períodos más extensos en las ciudades donde están las fábricas y mantener su hogar allí. Pero es importante no perder de vista que el discurso dominante de la época comprendía al trabajo femenino como *una violación a la naturaleza misma de las mujeres*. (Duby y Perrot, 1993)

Por esto es importante reacondicionar permanentemente los discursos y los espacios desde donde interactuamos. La historia nos cuenta el surgimiento de la mujer trabajadora del siglo XIX en medio de una elevada preocupación por la **división sexual del trabajo**, división que estableció en beneficio de empleadores, del mercado, del progreso productivo de los varones, causas que la justificaron y consecuencias que la validaron. Es decir, la mano de obra barata, las tareas más ‘apropiadas’ acordes a las aptitudes físicas de las mujeres, las preferencias de mujeres jóvenes y solteras, las discriminación en etnias y razas para determinadas actividades laborales y no otras; nada tienen que ver con las condiciones ‘naturales’ de la población femenina asalariada. La división sexual del trabajo es, si se quiere, el primer gran estereotipo sociocultural que dificultará por siglos el avance de la mujer en áreas productivas que le son socialmente ajenas. Comienza a legitimarse la oposición trabajo-hogar y producción-reproducción.

“A menudo los empleadores describen sus empleos como si éstos poseyeran en sí mismos ciertas cualidades propias de uno u otro sexo. Las tareas que requieren delicadeza, dedos ágiles, paciencia y aguante, se distinguían como femeninas, mientras que el vigor muscular, la velocidad y la habilidad eran signos de masculinidad. (...) Tales descripciones y las decisiones de emplear mujeres en ciertos sitios y no en otros terminaron por crear una categoría de ‘trabajo de mujeres’.” (Scott, en Duby y Perrot, 1993: 420)

¿Por qué las mujeres avanzaron tan lentamente en legitimar sus espacios laborales perpetuando aún en la actualidad la lucha y la teorización sobre, por ejemplo, la jerarquización laboral femenina?

“La visibilidad de la mujer trabajadora fue una consecuencia del hecho de que se la percibiera como problema, como un problema que se describía como nuevo y que había que resolver sin dilación. Este problema significaba el verdadero significado de la feminidad y la compatibilidad entre feminidad y trabajo asalariado, y se planteó en términos morales y categoriales. (...) ¿Debe una mujer trabajar por una remuneración? ¿Cómo influía el trabajo asalariado en el cuerpo de la mujer y en la capacidad de ésta para cumplir funciones maternas y familiares? ¿Qué clase de trabajo era idóneo para una mujer?” (Scott, en Duby y Perrot, 1991: 405)

Se insistía en localizar el problema de las mujeres trabajadoras en la sustitución de la producción doméstica por la producción laboral en la fábrica, discurso patriarcal que aún subyace en la actualidad en la estructura de las organizaciones. Comenzaba a legitimarse la discriminación por hijos, por matrimonio, por edad, pues se consideraba que la mujer sólo podía ser productiva durante un corto período de su vida, entre los 19 y 25 años aproximadamente, edad en la que debería retornar al ámbito doméstico. Sus bajos salarios en, muchas veces, empleos no cualificados, se excusaban ante la prioridad de la maternidad y la misión doméstica femenina a largo plazo. Sus condiciones femeninas ‘naturales’ de sumisa, tolerante y detallista le habrían las puertas a nuevas formas de empleo que sin embargo la valoraban por debajo de la línea media de asalariados con sueldos bajísimos.

La legislación contra la explotación de las mujeres y los niños tardó en llegar y se centró más en la vulnerabilidad física femenina y en el supuesto deterioro de los órganos reproductivos de las mujeres al desempeñar ciertas tareas laborales, más que centrarse en los derechos que les pertenecían como todo trabajador. Los permisos por maternidad se ordenaron para ‘defender la continuidad de la raza humana’. Se redujeron horas en sus trabajos por la exposición sexual y moral en los talleres al poseer sólo supervisores varones. Estas y otras tantas características hicieron de las

trabajadoras de la época un grupo especial que generaba problemas diferentes a los habituales. (Scott, en Duby y Perrot, 1991)

El ámbito laboral evolucionó a pasos agigantados, el mercado se ‘modernizó’, sin embargo todavía pesan los viejos discursos que legitiman al hombre en el ámbito público y a la mujer en el espacio de la reproducción social y doméstica.

Como afirma claramente Joan Scott:

“La organización espacial del trabajo, las jerarquías de los salarios, la promoción y el status, así como la concentración de mujeres en determinados tipos de empleos y en ciertos sectores del mercado de trabajo, terminó por constituir una fuerza de trabajo sexualmente escindida. (...) (Ésta) se consideró entonces una prueba de la existencia previa de una división sexual ‘natural’ del trabajo. He sostenido, en cambio, que nunca existió nada parecido a una división sexual ‘natural’ del trabajo y que tales divisiones son, por el contrario, productos de prácticas que las naturalizan, prácticas de las que la segregación del mercado laboral en razón del sexo es simplemente un ejemplo.” (Scott, en Duby y Perrot, 1991: 424)

¿Cuáles son entonces las prácticas en los medios de comunicación actuales que se rozan con lo aquí expuesto? ¿Se alejan del conflicto o las complejidades de la visibilidad laboral femenina persisten hoy, teñidas de otros matices más contemporáneos?

Por ejemplo, en algunos medios gráficos se contrata redactoras con la ilusión de atraer un número mayor de público femenino. Al tiempo, muchas veces el resultado de esta acción indica que no necesariamente aumenta la cantidad de lectoras y, paradójicamente, estas mismas redactoras serán quienes se inclinen por artículos que quizá no atraigan la lectura de las mujeres que consumen ese medio. Es claro que la complejidad por la equidad de género no aborda estas ecuaciones tan simples, como muchas veces se las presenta en el ámbito mediático, casi superficialmente.

Nancy Woodhul, una asesora de periódicos norteamericana especializada en la captación del público femenino señala que las redactoras tienen mayor dificultad para hacer aceptar sus ideas en las reuniones de trabajo y esto influye directamente en la decisión de los artículos a escribir por ellas. En dichos espacios se pretende que la

redactora preserve su intuición como 'gancho' hacia las lectoras y, sin embargo, esta percepción queda generalmente a cargo de los redactores varones. Así, el medio desperdicia el potencial que ofrece la participación femenina en su ámbito laboral, y esto sólo responde a la actitud elegida por ellas mismas. Según Woodhul, *"cuando las redactoras comprenden que no reciben ninguna recompensa por aportar perspectivas diferentes, empiezan a sugerir temas que puedan gustar a los redactores varones."* (Tannen, 1996: 294)

En un artículo publicado en Internet por el movimiento "Muévete por la igualdad"³⁴ -que revisa las acciones posteriores al encuentro de mujeres en Beijing en 1995- se afirma que el número de mujeres que trabajan en las comunicaciones, a nivel mundial, ha aumentado pero que esto no implica, sin embargo, que esas mismas mujeres lleguen a ocupar cargos directivos o integren órganos políticos de los medios de comunicación. Las cifras en ese sentido no han variado desde Beijing. Por otra parte, y siguiendo la línea de lo investigado por Debora Tannen (Tannen, 1996) tampoco se realizó un cambio significativo en los contenidos mediáticos, de acuerdo a posibles necesidades e intereses de las mujeres, en los últimos años.

Son varios los países de Latinoamérica en donde los estudios sobre el mercado laboral en los medios de comunicación y la inserción de las mujeres en ellos es un tema que comienza a tener relevancia significativa. Se hace visible la escasez de las jerarquías desde una perspectiva femenina que contemple más de cerca las expectativas de las mujeres y construya una equitativa distribución de responsabilidades y derechos en la toma de decisiones. Se sostiene en general, si bien es cierto que algunas modificaciones comenzaron a generarse lentamente, que las mujeres están excluidas de las coberturas y de las redacciones periodísticas; cabría decir quizá que como fueron ignoradas tanto por la historia están también siendo ignoradas por el recuento de los hechos en los medios de comunicación. No me

³⁴ www.mueveteporlaigualdad.org/beijing/mujer_com.asp

refiero aquí al número específico de mujeres movileras, por ejemplo, que pueden cubrir las noticias de los noticieros televisivos, sino de las decisiones tomadas antes, durante y después de cubiertos los hechos para construir la información y también para realizar dicha cobertura. Esta relación medios-mujeres periodistas comienza a mimetizarse inevitablemente con la forma en que se construye la imagen de las mujeres desde esos mismos medios de comunicación. De ahí que toda información que se enmarque en el mundo femenino se categoriza prejuiciosamente como “*soft news*”, es decir, noticias con menor relevancia para ser informadas.

“A partir de la revolucionaria década de los '60, las mujeres comenzaron a exigir nuevas reglas del juego en los diarios y medios electrónicos. Exigieron igualdad periodística. Esto significaba igual salario por igual trabajo, igualdad de oportunidades en la cobertura de las noticias principales (las que llegaban a las portadas o primeras planas), derecho a emitir opiniones en temas no considerados femeninos, considerados soft news, color de rosa, y en columnas de las páginas editoriales. El proceso de cambio no se dio de inmediato. Todavía hoy le suceden cambios, se retorna a patrones anteriores y, más aún, se cuestiona todo el proceso.” (Valle, Hiriart y Amado, 1996: 55)

Lo trascendente aquí es dar cuenta de la importancia de acercar la situación femenina a todas/os las/los periodistas para que cotidianamente puedan recomponer aquellos temas de género que aparentemente no son noticia. Porque, como titula Elvira Hernández Carballido un artículo que describe las ideas y acciones del CIMAC (Centro de Comunicación e Información de la Mujer A. C.) en México: “Periodista lúcida vale por diez”. (Valle, Hiriart y Amado, 1996: 134-135)

Es claro el giro hacia una nueva forma de pensar el hacer periodístico. Al hablar entonces del mercado de trabajo y los medios de comunicación aparecen dos factores relevantes que definen, de alguna manera, la profesión: por un lado, deviene urgente la necesidad de regularizar la participación equitativa de las mujeres periodistas en sus espacios de trabajo, en sus cargos, en la construcción de sus carreras profesionales; por otra parte, estas relaciones jerárquicas debieran establecerse a partir de un hacer periodístico no sexista; es decir, un periodismo que construya la imagen de la mujer desde parámetros que estén por fuera de la ideología

patriarcal que rige los discursos mediáticos aún en la actualidad. Quizá de algún modo el mercado se amplíe.

“Berta Hiriart, corresponsal de Fempress, planteó la necesidad de entrar en los medios masivos por cualquier grieta que se abra, en vez de quedar relegadas en los medios alternativos de y para mujeres que, aunque cumplen una función, alcanzan un limitado impacto social.” (Valle, Hiriart y Amado, 1996: 135)

El debate permanece girando así en torno de cuáles son los mejores espacios laborales periodísticos que realmente la mujer periodista debería ubicar. Esto es, competir por los cargos jerárquicos en las empresas mediáticas u ocupar lugares estratégicos en la prensa femenina y medios alternativos que permitan construir la noticia desde otra perspectiva, desde una conciencia de género. Seguramente ambos. Lo cierto es que la prensa femenina argentina también se arraiga a los discursos patriarcales sobre la figura de la mujer, por lo tanto, esta disyuntiva nos ubicaría siempre en el mismo círculo del debate sin obtener cambio en los resultados.

“La investigación sobre la situación de la mujer periodista en República Dominicana, realizada durante el año 1993, concluye que ‘el crecimiento cuantitativo y cualitativo de esta incorporación no alcanza para replantear y sostener contenidos de claro signo transformador de la imagen social de las mujeres. La presencia de las profesionales de la comunicación en espacios de análisis y comentarios televisivos no se vincula a un proyecto global de mujeres’. La investigación realizada en Buenos Aires por el Ministerio de Cultura y Educación y el Centro de Estudios de la Mujer obtuvo las mismas conclusiones” (Valle, Hiriart y Amado: 1996, 60)

Muchas mujeres periodistas sostienen que ubicarse en los nichos de la prensa femenina y la prensa feminista es *automarginarse*, si lo que se pretende es dar relevancia a las noticias que afectan a muchísimas mujeres y no son consideradas *noticiables* por los jefes de información. También están quienes, por el contrario, sostienen que informar de hechos que involucran a las mujeres directamente a través de la prensa ‘de y para mujeres’ no sólo es más posible que desde un medio de comunicación masivo, sino que además, se puede captar la atención de mayor

cantidad de lectoras. Las opiniones son muchas y a veces la tendencia es el desencuentro.

En su artículo "Imagen, mujer y medios" Mar de Fontcuberta (Vilanova, 1994) reflexiona acerca de la prensa femenina y afirma que en el mercado de los medios de comunicación fue el sexo la primera segmentación importante. Esto generó, de algún modo, la primera especialización periodística con importancia. Comenzó a delinearse otra forma de pensar los contenidos de la publicación, es decir, la prensa femenina se centra más en ofrecer un '*modelo de mujer*' y no una '*fórmula de contenidos*'.

"Son dos los factores que provocan este fenómeno: a) la consideración de la mujer como un nuevo y productivo mercado de consumo, y b) su carácter de sector influyente en el tejido social. Ello supuso enseguida un fuerte apoyo publicitario a este tipo de publicaciones por una parte, y una atención preferente de sectores interesados en conservar e introducir pautas de conducta por la otra." (Fontcuberta, 1994: 150)

La multiplicidad de modelos de mujeres interesa aquí desde dos aspectos: por un lado, la certeza de que la prensa femenina construye arbitrariamente así estereotipos de género que determinan comportamientos específicos; a través de ellos se difunden valores sociales o se crean imágenes sobre dichos valores adquiriendo el medio (prensa para la mujer en este caso) una función de 'reproducción de estereotipos'.

El otro aspecto apunta al mercado en tanto ofrecimiento de posibilidades laborales, esta diversificación generó la apertura hacia diferentes modelos de 'ser mujer' que las multinacionales mediáticas captaron como ofrecimiento de productos (revistas) destinados a esa heterogeneidad femenina. Estas aperturas no necesariamente generan más puestos de trabajo ya que muchas veces se sobrecarga a las/los periodistas ya contratadas/os por la empresa con responsabilidades nuevas y amplitud de tareas destinadas a los nuevos productos; hecho que no se refleja de una manera transparente en la categoría salarial correspondiente.

Mabel Burín³⁵ afirma que las empresas son organizaciones culturales y como tales poseen un modelo cultural que, en la actualidad, continúa siendo un modelo patriarcal. Burín señala que los cambios que se generan en las empresas respecto de los temas de género responden en verdad a intereses propios y funcionales a las organizaciones, pero que las mentalidades empresariales no pueden modificarse tan rápidamente.

“Al interior de la vida laboral todavía no se produjo esa revolución, esas transformaciones, esos cambios relevantes. Todavía no hemos sabido hacer cambios suficientes, poner la toma de decisiones en nuestras manos. En ese lugar parece que se trata más de una revolución estancada. La pregunta es ¿podremos las mujeres hacer una revolución del campo laboral como hicimos del campo familiar? Pasa que teníamos mucha más experiencia acumulada históricamente con la familia que con el trabajo. No se cambia el mundo laboral solamente porque algunas nos juntemos. Sin embargo, algunos cambios se están dando, no digamos que no pasó nada en el mundo del trabajo. Especialmente entre las mujeres que han tenido estas oportunidades educativas y que quieren hacer valer su derecho de por igual puesto igual salario, en fin, está cambiando, y hace una generación era impensable que la mujer lo reivindicara” (Mabel Burín)

El informe regional del monitoreo de medios realizado por la WACC (*World Association for Christian Communication*) en 1995³⁶ (Bruera, 2000) indicaba que en Sudamérica el 27,3% de las personas que cumplen funciones periodísticas en prensa escrita, radio y televisión eran mujeres. El promedio mundial ascendía a un 43%; esto marcaba la lentitud del progreso de nuestra región en la materia. Los países más rezagados en la participación de mujeres periodistas en las emisoras de radio y televisión monitoreadas eran Argentina, Chile y Paraguay. Por otra parte, mientras en el mundo la presencia femenina se acrecentaba en el mercado laboral radial, en el Cono Sur el incremento se daba en la televisión. La razón más relevante de este aumento se definió a partir de la necesidad de incluir ‘caras bonitas’ en la televisión, por ello se consolidó también la dupla mixta televisiva en la conducción de los

³⁵ Entrevista realizada por la autora el 9 de noviembre de 2005.

³⁶ Este estudio se llevó adelante en 71 países en enero de 1995 y fue coordinado en el Cono Sur por Gloria Bonder.

informativos. Esto no determina sin embargo una mayor atención a las temáticas de género en el lineamiento de los contenidos de las noticias, ni tampoco cambios significativos en la construcción de la imagen de las mujeres a través de ellos.

El informe citado indicaba que en Argentina el 84% de las notas por televisión eran presentadas por hombres mientras que sólo el 17% lo hacían las mujeres, principalmente aquellas ligadas a temas como salud, jubilados, espectáculos y sólo en un 8% noticias enmarcadas en Política Nacional y Gobierno. *“Las mujeres entonces, no son voz autorizada para la política o la economía y los porcentajes son coincidentes con los temas en los que hubo mujeres como entrevistadas.”* (Bruera, 2000: 155)

Caben las dudas, los cuestionamientos a lo que muchas veces intenta mostrarse como una verdadera conciencia de género de la mediatización de las problemáticas que se discuten en este trabajo.

“¿Vale la pena ‘demostrar’ que las comunicadoras ocupan espacios marginales en los programas de nuestros medios de comunicación? Este documento muestra cuál es la respuesta del Grupo de Comunicadoras del Sur³⁷: aún es necesario que se produzcan evidencias concretas que puedan ilustrar nuestros planteamientos hacia los medios y que invaliden las dudas sobre las afirmaciones que realizamos. (...) el monitoreo no sólo muestra la escasa inclusión de los temas vinculados a las mujeres sino también la lentitud con que los medios han incorporado algunos cambios operados en nuestras sociedades.” (Bruera, 2000: 157)

Quizá la investigación nos sitúe permanentemente en la complejidad de, por un lado, advertir que es una cultura femenina la que entiende los valores de las mujeres distintos a un mercado laboral masculinizado y competitivo y esto genera que ellas opten por empleos peor pagos y menos competentes y, por otro, que en verdad la estructura histórica, ideológica y la práctica del mercado establece pautas discriminatorias hacia las mujeres impidiéndoles opciones mejor remuneradas. Como se pregunta Stimpson:

“¿Cómo debería ser el trabajo de las mujeres? ¿Cómo deberían ser sus retribuciones? ¿Cómo deberían ser juzgadas y

³⁷ Grupo de comunicadoras de Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Paraguay y Uruguay que desde 1997 trabajan en diversos temas vinculados a la comunicación desde una perspectiva feminista.

borradas las injusticias discriminadoras del mercado? ¿Cuál debería ser la posición económica de quienes no están en la fuerza de trabajo? ¿Mujeres y niños beneficiados por el seguro de desempleo? ¿El ama de casa?” (Stimpson, 1990, en Navarro y Stimpson, 1998: 158)

Y si hablamos sólo de las mujeres periodistas quizá la reflexión de la periodista mexicana Sara Lovera pueda despertar nuevas perspectivas:

“Preocupada por lo que a estas mujeres les sucede en esta sociedad, también me interrogaba sobre la situación y las dificultades que vivimos las trabajadoras del periodismo para intentar desarrollar nuestra tarea en un campo dominado en lo ideológico y en lo práctico por los varones. (...) Y es que debo decirles que cada día las mujeres contamos más en los periódicos, en cantidad, que lo que contábamos antes. Somos casi la tercera parte de la fuerza de trabajo en los grandes diarios y hacemos mayoría en las agencias de noticias y programas de radio informativos. Algunas mujeres han llegado inclusive a la dirección de algunos medios. Y veía que ese hecho, el que las mujeres cada día estemos más presentes, más vivas en las redacciones, no hace diferente a los periódicos ni a su contenido. ¿Y tendría que hacerlos distintos?” (Valle, Hiriart y Amado: 1996, 61)

Estas descripciones irán variando de acuerdo a la época histórica, a cada país o lugar geográfico en que nos detengamos, a cada realidad socioeconómica en particular, sin embargo, el estudio continuo de estas interacciones permite determinar cada vez parámetros más claros para la complejidad laboral que aquí interesa.

En un reporte que publica la *Revista Conocimiento y Dirección* titulado: “Los tiempos están cambiando: Género y Generación en el Trabajo y en la Casa” (Drizin, abril 2009), presentado por la Consultora Internacional para profesionales de Recursos Humanos, *Worldatwork*; se afirma que los cambios de roles entre hombres y mujeres se modificaron en relación a tres décadas anteriores. Esto generó como resultado una evolución en el rol de la mujer respecto del ámbito laboral ya que actualmente las mujeres poseen un ingreso de un 10% (o más según el informe) mayor que sus esposos. Por otra parte, esto posibilitó el incremento de la cantidad de tiempo que los padres pasan con sus hijos, pero también se incrementaron mayores conflictos en la dualidad hogar-trabajo.

Este avance está relacionado con un desarrollo positivo tomado en un corte generacional, pues se habla en el artículo de las nuevas generaciones y sus reformuladas maneras de interrelacionarse a nivel laboral y hogar. El problema persiste cuando nos enfrentamos a las ideologías y estructuras pasadas que no sólo conviven con estas resignificaciones sino que obstaculizan el progresivo avance en comunión con nuevas formas de relación.

Cáp. II ASPIRACIONES LABORALES DE LAS PERIODISTAS

En este capítulo se proyectan el desarrollo de las carreras de las entrevistadas para dar cuenta de cuáles fueron algunos de los obstáculos atravesados que estaban arraigados, de alguna manera, a algún tipo de segregación sexista. Aparecen diferentes formas de posicionarse frente a ellos. Se da cuenta también de la manera en que las relaciones laborales condicionan el trabajo entre pares y entre jefes y subordinados. Al recorrer estas problemáticas y entrecruzarlas con las aspiraciones de las mujeres periodistas puede establecerse una mirada más directa sobre sus propias realidades, más allá de los matices de cada espacio laboral en particular. Aparecen en las anécdotas claras referencias a estereotipos de género signados por la cultura patriarcal. Para ello se dividió el capítulo en dos subcapítulos: el 1º intenta develar ese proceso que muchas veces termina en un inquebrantable techo de cristal manteniendo al margen las aspiraciones de muchas mujeres periodistas; también se describen algunos organigramas de los medios donde trabajaron las entrevistadas; y el 2º se centraliza más en las formas de relaciones humanas en los espacios laborales mediáticos y las formas de liderazgo posibles.

II.1 Posicionamiento. El proceso de toma de decisiones. Desarrollo de carrera. Techo de cristal.

El informe bianual de UNIFEM (Fondo de Desarrollo de las Naciones Unidas para la Mujer), presentado en abril de 2009 en Río de Janeiro, afirma que –a nivel mundial- de cada 42 mujeres en los países desarrollados sólo 1 llega a obtener un cargo jerárquico o ejecutivo, mientras que la proporción entre los hombres varía entre 1 cada 6 y 1 cada 9. (Camps, abril 2009) Otros resultados a escala mundial que presenta el informe indican que los objetivos de desarrollo planificados para el 2015 en materia de género podrían recién cumplirse hacia el 2047. Esto indica que, si bien es cierto que hubo cambios positivos para la incorporación de las mujeres en los ámbitos laborales y públicos, los mismos se generan a paso muy lento. Además, la brecha salarial por género es del 17% en el sector público y aún mayor en el sector privado.

Por primera vez en quince años³⁸ una organización se dedica a la medición de la igualdad de género en la prensa mundial intentando determinar la presencia de las mujeres en los medios de comunicación: una investigación realizada por la *Fundación Internacional de Mujeres en los Medios (IWMF)*. La coordinadora de la investigación, Elisa Muñoz, coincide con Jane Ransom, ex directora ejecutiva de IWMF, respecto del avance de las mujeres periodistas en los medios señalando la probabilidad de que la tendencia indique que a nivel mundial haya un estancamiento de los progresos en algunas áreas importantes de los medios; que si bien existen más mujeres trabajando en la profesión éstas están ‘*subrepresentadas en los altos niveles de administración*’ (Gutiérrez, 2009).

Los datos fueron recolectados entre 66 países de África oriental, septentrional, austral y occidental, de América del Norte, América Latina y el Caribe, de Asia y el

³⁸ Luego de la IV Conferencia Mundial de las Naciones Unidas realizada en Beijing, setiembre de 1995.

sudeste asiático, de Oceanía, de Europa oriental, occidental y nórdica, y de Medio Oriente. La muestra tomada va de 500 a 600 medios de comunicación –magnitud jamás realizada a nivel mundial para determinar la situación de las mujeres en los medios-, no tiene en cuenta a los medios cibernéticos, las revistas y las agencias de noticias.

“Si agarrás por ejemplo la televisión, los noticieros y empezás a contar los personajes que están en pantalla, te das cuenta que en ningún caso se cumple ni siquiera el 30% del cupo que reconoce el Congreso. O sea que tenés 2 ó 3 mujeres cada 10 hombres y, generalmente, las mujeres están en secciones soft o en economía doméstica. Que haya mayoría de mujeres en Cosmopolitan no es una conquista.” (Adriana Amado)³⁹

Por otra parte, la prensa escrita también es testigo de esta inequidad. En un artículo publicado en Internet por *Metro Toronto*, escrito por Jessica Di Leo: *‘Journalism needs more women: author’* (octubre 2007), se presenta el libro de Gertrude Robinson: *Gender, Journalism and Equity*⁴⁰. En este libro Robinson también concluye que las mujeres aún poseen poca representación en el periodismo, a pesar de ello tienen una buena oportunidad para quebrar el techo de cristal en el posicionamiento de la carrera periodística. Afirma la autora que las perspectivas de las mujeres periodistas aún se encuentran en un bajo nivel de representación mediática, y esto se debe en gran medida a que las mujeres están estratificadas en un status inferior y siguen siendo minoría especialmente en la prensa escrita; de acuerdo a las consideraciones de Robinson en los países estudiados por ella. Su mirada es, de todos modos, optimista porque considera que las mujeres aún tienen la posibilidad de influenciar sobre las reglas mediáticas ya establecidas.

³⁹ Entrevista realizada por la autora el 13 de diciembre de 2005.

⁴⁰ Un estudio realizado en Canadá, EE.UU., y Europa. Se estudió el impacto de las relaciones de género desde 1975 hasta 1995, buscando el progreso de la mujer en el periodismo. La traducción del artículo fue realizada por Alejandra Busto para esta tesina.

Muchas veces son las mismas periodistas las que entretienen sus propias redes con comentarios u opiniones arraigados en estereotipos de género. La mayoría de esas clasificaciones **carecen de conciencia de género**.

La periodista Adela Ponce de León comentaba que en muchas oportunidades había escuchado sentencias donde se relaciona el ascenso de la mujer periodista con prácticas de seducción entre quien asciende y su jefe. Resuenan habitualmente frases como: *'no sé, es editora, se habrá acostado con alguien para llegar ahí'*. Son prejuicios de corte machista que emergen en los espacios laborales tan fluidamente como las mismas tareas cotidianas, que hablan de un mundo privado expuesto en el hacer público laboral. Se convierten en un *cliché* de género.

“Es un tema privado que descalifica, porque los hombres sienten a veces que la mujer puede competir con esas armas, que ellos no poseen. Sí, puede ser que algunas mujeres elijan ese camino, porque son inseguras y prefieran jugar ese juego antes que usar la inteligencia y la capacidad, pero no todas las que llegan lo hacen de esa manera. Entonces se asocia a las mujeres ambiciosas a esa imagen y parece que hasta tienen que pedir perdón por tener ambición de crecer.” (Adela Ponce de León)

Veamos algunos ejemplos de estructura organizacional de aquellos medios de comunicación en donde trabajan o trabajaron algunas de las entrevistadas y cómo estas estructuras condicionan y demarcan el posicionamiento profesional ⁴¹.

La estructura de la Revista Caras y Caretas se divide en una *Editora General* que se ocupa de ser el nexo entre administración y publicidad y otra *Editora* que se ocupa de administración exclusivamente. Existen 3 *Diagramadores*, 1 *Jefe de arte* y 2 periodistas en la redacción: 1 *Jefa de redacción* y 1 *Editora jefa*. El trabajo de ambas es editar todo el material que envían la gran cantidad de colaboradores que posee la revista. Existen entre 6 y 8 *colaboradores fijos* que, además, son *Editores* que tienen a su cargo una de las secciones principales: actualidad, economía, política,

⁴¹ El organigrama jerárquico de todos los medios presentados se corresponde a la fecha en la que fueron hechas las entrevistas para este trabajo: entre noviembre 2005 y abril 2006. Se tienen en cuenta estas estructuras y no quizá alguna posible variante establecida hasta la fecha porque desde aquel organigrama se produce el análisis o reflexiones de las entrevistadas y es lo que interesa para la tesina. Además, son organigramas que pertenecen a medios en los que trabajaron las periodistas entrevistadas.

internacionales. Ellos escriben, en general, la nota principal de cada sección y poseen, además, 1 ó 2 *colaboradores* que preparan el material editado y lo entregan a la Jefa de redacción. Además, la revista tiene entre 30 y 40 *colaboradores por número*, esto es muy variable porque siempre es aproximadamente la misma cantidad pero no las mismas personas. Hay como una suerte de oferta infinita de gente que quiere colaborar con la revista y el medio posee cierta versatilidad al respecto con los temas propuestos por ellos.

La Revista Luz tiene una *Editora Responsable*, una *Subeditora General*, una *Editora de moda, belleza y decoración*, una *Subeditora de decoración y belleza*; *Subeditor de espectáculos y Redactoras*. Como se ve, predominan mujeres en toda la línea de trabajo, excepto el *Director* de la revista.

Una manera simple de diagramar la estructura de un diario como Clarín (que presenta a nivel formal un organigrama bastante complejo para entender en la práctica laboral cotidiana): la línea jerárquica ascendente comenzaría por la categoría de *becario y/o pasante*; después una suerte de *cronista*, que realiza una tarea de redacción pero que se sabe que recién comienza y no es lo suficientemente rápido como para hacer crónicas muy importantes y que además, carece de una red de fuentes sólida que le permita conseguir mucha información propia; es decir, que depende de la agenda de otro, que en general es su jefe o el Editor que lo toma a cargo. Luego está el *Redactor*. En Clarín hay dos tipos de categoría: el *Redactor* y el *Redactor full time*, la categoría más alta de redacción; este redactor trabaja 15 días seguidos y luego tiene 1 franco. Viaja a cubrir notas con un día de aviso previo, tiene beneficios pero también altos costos. Luego están los *Editores*; intermediarios entre los redactores y los jefes. Después los *Jefes de área*; que están divididos por secciones: política, economía, internacionales, espectáculos, mujer, informática, cultura, etc. Los *Jefes del diario*, divididos en 3 categorías: el *Director* o *Secretario General de Redacción*; su *Sub-secretario*, y un *Triunvirato* –la 3ª línea– que es el nexo entre el *Secretario General* y los responsables de cada una de las áreas; el

equivalente, aunque con muchísimo más grado de responsabilidad, de lo que sería un editor en cada sección. En esta línea jerárquica encontramos, al tiempo de realizadas las entrevistas en *Clarín*, a sólo una mujer periodista, Silvia Fesquet, como parte de ese triunvirato.

La estructura de la *Revista XXIII* presenta algunas variantes. Desde que el periodista Jorge Lanata se fue, el cargo de *Director* de la revista quedó 'vacante', no aparece en el staff. Entonces la escala jerárquica comienza con el cargo de *Jefe de Redacción* –que oficia de director pero no posee estrictamente ese cargo-. Después hay dos *Secretarios de Redacción*; cuatro *Editores*. Luego le sigue un *Jefe de cierre* y después los *Redactores*.

Al comienzo la estructura de la revista era grande, había mucha gente trabajando: hombres en los cargos jerárquicos y mujeres en redacción, este era el panorama en líneas generales. Ya hacia el 2005 se redujo bastante el número de periodistas. En la redacción el porcentaje de hombres y mujeres se fue emparejando y asumieron algunas mujeres como *Editoras* y *Jefas de redacción*. En la sección de Política son todos hombres y en Información General está más dividido.

Otra característica propia de la revista es que al no existir en la práctica el cargo de *Director*, las tareas de quienes poseen los máximos puestos jerárquicos no se corresponden tanto con las que sus cargos tendrían. Se observan allí algunas variantes de género. A saber, de los dos *Secretarios de Redacción* uno es hombre y la otra mujer, quien en realidad realiza más tareas de *Editora* mientras que el Secretario se acerca a las ocupaciones de *Jefe de redacción*, también varón.

Son muchas las interacciones en la práctica que se emparentan con esta oculta costumbre cotidiana de entender la jerarquía siempre desde una perspectiva masculina. Es sólo cuestión de comenzar a observar detenidamente qué ocurre en los espacios laborales cotidianos.

Fortuna es una revista semanal de economía y negocios que edita Perfil. Su redacción está organizada por 1 *Director*, 1 *Editor General*, 2 *Editores*, 1 *Redactora*

especial, y los *Redactores*. La *Redactora especial* colabora en la edición cuando es necesario, es una responsabilidad *implícita* de ese cargo. Al tiempo de realizadas la entrevistas sólo existía en la línea jerárquica la *Redactora Especial* como periodista mujer, el resto eran todos hombres.

Podemos decir que la estructura jerárquica en el diario *Página/12* está dividida en una escala ascendente entre: *Redactores*, *Redactores especiales*, *Jefes*, *Subjefes*, *Pro-secretarios de redacción*, *Vicedirector* y *Director*. En el 2005 había dos mujeres como *Pro-secretarias de redacción*; 2 ó 3 *Jefas de redacción*, pero es casi imposible continuar ascendiendo en la escala jerárquica: allí comienza el techo de cristal.

Son muchos los ejemplos señalados por las mismas mujeres periodistas que demuestran que los medios de comunicación en tanto empresas aún no están preparados estructuralmente para contener en sus cargos jerárquicos a mujeres periodistas que no pretendan masculinizar sus roles ni sus funciones.

“Si tomás las categorías superiores en Conicet, por ejemplo, te das cuenta que el 70% de los cargos más altos es de hombres. Si agarrás cualquier corte de cargos en los diarios puede haber un 50% y 50%, pero en las jefaturas no ves eso. Fue muy curioso cuando apareció el diario Perfil, Fontevecchia dos meses antes había escrito en Noticias una descripción del diario. Iba a ser perfecto, iban a mantener el género, representar a los jóvenes, generar equilibrio entre las provincias y la Capital. Ahora, cuando ves el diario, tiene una sola jefatura: Ciencia y Técnica, que está a cargo de una mujer; que es como hablar de Cultura y Espectáculos que también tiene que ver con lo femenino.”
(Adriana Amado)

La mirada de Heller sobre la problemática sustenta lo dicho por la mayoría de las entrevistadas:

“Para llegar al máximo nivel de decisión se necesita una trayectoria, haber recorrido distintas áreas dentro de la organización o estar en distintas organizaciones en puestos destacados; y en esto las mujeres hoy en día son pocas o vienen de gerencias de menor nivel o devaluadas como las de Marketing o Recursos Humanos y no de áreas operativas, de producción, de finanzas, que son las más requeridas. Después está todo el tema del doble rol y la dedicación full time, y no sé si todas están en condiciones, o dispuestas a hacerlo, o la estructura está preparada para contenerlas. Hay algunas que le dan mucha expectativa a lo laboral en sus vidas y hay otras que no. Lo

importante es que las que quieran desarrollarse tengan las oportunidades y no se vean impedidas por el famoso techo de cristal.” (Lidia Heller)⁴²

En las entrevistas fluían los ejemplos al proponer estas problemáticas:

“Yo las gerencias de mujeres que conozco son las que tienen que ver con Recursos Humanos, pero no periodísticas, puede haber que no conozca pero en general son varones. Incluso en los roles de conducción, es posible que encuentres programas conducidos por mujeres pero en general son a la hora de la siesta; no los programas de primera mañana, salvo excepciones como Magdalena Ruiz Guiñazú que hace 30 años que tiene su programa, pero gente nueva yo no recuerdo. Tenés una persona dueña de una radio: Gloria López Lecuba, en FM La Isla, en FM Palermo también una de los dueños de la radio es una mujer, pero no sé si es periodista o empresaria. Son excepciones, no recuerdo en otras radios que haya gerentas generales, por ahí sí de ventas, pero de producción general o información, no recuerdo.” (Julia Bowland)

La periodista Alejandra Gallo relaciona esta problemática del mundo mediático con el ámbito político:

“...tampoco está preparado para ello el mundo de la política, que es el ámbito por excelencia donde se disputa el poder. Las sesiones en el parlamento terminan a las 3.00hs de la mañana. Sesionan de vez en cuando, pero cuando lo hacen esos son los horarios. Y también pasa lo mismo: cae la orden de que hay que reunirse en la Comisión tal para resolver algo y te venís de Salta y te tenés que reunir. Me parece que el poder no está todavía preparado para convivir con el rol femenino. Las mujeres no pudimos todavía sumar los consensos necesarios de los hombres para transitar ese camino juntos. Creo que quedamos todos muy descolocados y esto debe ser un trabajo en equipo.”

El estereotipo que juega fuerte aquí es ‘la ambición de poder’ que siempre está culturalmente asociada de un modo positivo a la condición masculina. La naturaleza no dotó exclusivamente a los hombres de ciertas ambiciones de desarrollo. Hombres y mujeres pueden poseer ambiciones de este tipo; no son ni naturalmente masculinas ni femeninas aunque los parámetros culturales patriarcales así lo definan. La expansión, el enriquecimiento y la prosperidad pueden ser características que nacen en cualquiera de los sexos que componen una sociedad, ni por sumatoria ni por comparación, cada

⁴² Entrevista realizada por la autora el 6 de octubre de 2005.

cual debiera aspirar a construir sus propias perspectivas de desarrollo más allá de los lineamientos y parámetros culturales demarcados para cada género. Desde el patriarcado es impensable una mujer ejerciendo estas ambiciones en el ámbito público, esta actitud sólo se explicaría desde una cierta 'conversión' de deseo masculino que la mujer podría tener.

“...no parece haber ninguna comprobación fehaciente que demuestre que la ambición de poder es condición exclusivamente masculina. Por lo tanto, hasta que se demuestre lo contrario, deberíamos aceptar su 'normalidad' tanto en hombres como en mujeres. La ambición de poder en las relaciones interpersonales y entre los sexos no tendría más importancia que cualquier otra característica propia de los humanos.” (Coria, 2004: 98)

Lo interesante de este estereotipo es que si la legitimación social de las producciones de las mujeres, de sus prácticas, sólo se adquieren en el ámbito privado, es lícita la explicación psicológica respecto de la trascendencia de las mujeres sólo a través de 'los otros': el éxito de sus hombres, de sus compañeros, de sus hijos. Bajo ciertos conceptos sociales fuertemente estereotipados las mujeres no podrían posicionarse legítimamente en el ámbito público.

Desde este mismo lugar es probable que se hayan construidos ciertos estereotipos que envuelven al periodismo, por ejemplo que se haya considerado a esta profesión como un oficio de corte masculino, más allá de la inserción cada vez mayor de mujeres a la práctica periodística. En la encuesta realizada para este trabajo pudo apreciarse que, en general, las aspiraciones de quienes estudian la carrera giran en torno a trabajar en periodismo en cualquier rubro. Pocas son las chicas encuestadas que ambicionan con llegar a cargos jerárquicos dentro de algún medio de comunicación.

“...entre lo más deseado está la radio y la televisión, quizá porque la fama llama, en general, casi todos buscan eso. Quizá porque el reconocimiento es inmediato. Hay muchos pibes que se inscriben acá sin saber qué es el periodismo, pero como ven a periodistas en la tele y los escuchan por radio quieren 'ser eso' y no tienen en claro qué es ser periodista.” (Gabriel Cetkovich)

Las estadísticas y los datos escasean:

“Una vez que el alumno egresa tampoco viene a la carrera a contarle, y en las estadísticas nos dan niveles de inserción profesional importantes de graduados y graduadas. Más allá de la rutilancia de algunos, que se enganchan en la vicepresidencia de algún grupo importante, como tenemos un par de casos, también tenemos egresadas que han sido gerentas del área de publicidad de una determinada empresa, no me refiero sólo a las periodistas.” (Damián Loretti)

Las empresas mediáticas conllevan también el concepto de ‘organización’ establecido desde sus comienzos en tanto estructura empresarial. En el texto *Empresa Informativa*, Alfonso Nieto y Francisco Iglesias conciben a la organización tanto desde la acción como desde el efecto de organizar. (Nieto e Iglesias, 1993)

Esto implica considerarla por un lado, como actividad en su dimensión dinámica donde se contempla la actividad misma de la empresa. Aquí los autores incluyen el modo en que se realiza el trabajo individual; las planillas de personal de cada departamento; la definición de las tareas, tiempos, atribuciones y responsabilidades; el trabajo en equipos o grupos y sus interrelaciones; los sistemas de comunicación empresarial interna; la resolución institucional a las tensiones que puedan producirse; la coordinación de los distintos órganos que tienen poder efectivo en la empresa.

Por otra parte, también consideran la organización como estructura, desde aquí se refieren en particular al establecimiento edilicio. Es su dimensión estática, que describe las funciones de los diferentes sectores y departamentos con su correspondiente jerarquía de mando dentro de la empresa. (Nieto e Iglesias, 1993: 158-159)

Desde este lugar es interesante pensar a la actividad de la empresa informativa y, específicamente, en el posicionamiento que bajo estos lineamientos pueden realizar las mujeres periodistas.

“Un principio organizativo válido para las empresas informativas es el que señala la conveniencia de dar un margen de libertad y de espontaneidad necesarios para el desarrollo de la responsabilidad personal y para que encuentre campo la creatividad. En sus objetivos y en su organización, la empresa informativa deber ser cada vez más flexible.” (Nieto e Iglesias, 1993: 159)

Ahora bien, ¿qué ocurre en la práctica cotidiana mediática? ¿Podemos realmente hablar de *espontaneidad y margen de libertad* al momento de producir los trabajos periodísticos?

Los cambios en la actividad diaria de cada medio de comunicación en particular: radio, gráfica y televisión; son variables. Cuando Héctor Borrat (Borrat, 1989) se refiere a la elaboración del discurso en el periódico señala algunas cuestiones interesantes a tener en cuenta aquí:

“Si día a día (...) hay que relatar y comentar un tiempo político siempre heterogéneo y cambiante, pletórico de conflictos, superpoblado de actores, y que transcurre en escenarios múltiples a todas las escalas imaginables, la rapidez de las decisiones es tan necesaria como la lucidez y la capacidad de discernimiento de quienes las toman. No hay lugar para la asamblea, no hay tiempo para la deliberación: las propias reglas del juego periodístico imponen para los períodos cortos una organización autoritaria de la Redacción, un mando único para combinar todas las voces y todos los temas.” (Borrat, 1989: 106)

Allí, en esa Redacción, se entrecruzan los escenarios y las palabras. Allí se juega el mejor partido y es donde el posicionamiento en el desarrollo profesional se comienza a gestar. Allí también se establecen algunas diferencias significativas.

“Hay un núcleo de voces siempre disponibles, las de la redacción. Hay un sector de voces frecuentes, compuesto por algunos colaboradores privilegiados por la dirección. Hay un sector mucho más grande de voces ocasionales, de presencia efímera en los escenarios de la información y de la opinión. El periódico destaca algunas de esas voces, identifica públicamente a otras, cubre con el anonimato a muchas.” (Borrat, 1989: 115)

Borrat analiza estas problemáticas en torno a la construcción del discurso del periódico. Pero, ¿qué ocurriría si reflexionáramos estas afirmaciones de Borrat desde una perspectiva de género que obligara a hacer *visible* el tratamiento desigual hacia aquellas voces, hacia *‘los autores de los textos periodísticos’*, como él los nombra?

Nos encontramos nuevamente con una importante carencia de equidad entre hombres y mujeres periodistas. En ese mundo polifónico que puede construirse en una redacción de un diario o una revista, o en una producción audiovisual ¿cuál es el verdadero espacio de decisión para las periodistas mujeres? No se pretende victimizar

la discriminación que se ha diversificado a partir de la división sexual del trabajo. Sólo proponer una mirada que manifieste claramente que aquellas temáticas periodísticas destinadas, casi como ‘naturalmente’, a mujeres periodistas, son en donde ellas acceden de manera inmediata a toma de decisiones y consensos poco problematizados por sus superiores o sus pares. Sin embargo, cuando ponemos el foco en la información ‘dura’, de tapa –si bien es cierto que en los últimos años ha habido una importante inserción de mujeres en estas secciones- vemos que *las voces que deciden suelen tener sexo masculino*. Quizá estemos aún muy empapados de los viejos mandatos culturales.

“..en Noticias (Revista) soy editora y hay otras editoras cuya opinión vale mucho menos que la de un editor varón. Es más, los editores varones con mismo cargo que las mujeres se arrogan ciertos derechos que jamás se arrojaría una mujer. Ganan más, se supone que están destinados a las secciones más ‘inteligentes’, más duras, de economía y política. Además, las secciones a cargo de mujeres son aquellas sobre las que no es necesario hacer reuniones ni discutir porque en realidad no son importantes. Sí, ahora hay una editora en información general, sección con muchas páginas y relevancia en Noticias y que siempre estaba a cargo de un hombre, pero igual su opinión cuenta menos.” (Mónica López Ocón)

Los medios cambian pero las historias se parecen,

“Hay muchas nuevas camadas, pero con la preparación, experiencia y la formación académica como para estar en carrera, como para poder pelear un cargo de conducción, me parece que hay muy pocas mujeres. Y en lugares de poder definitivamente pocas. Vos fijate que se da un fenómeno muy curioso: hasta las revistas femeninas son dirigidas por tipos; el resto del staff son todas minas seguramente, pero el que hace la tapa es un varón. Esa estructura me parece que se repite, si bien yo, en particular, he trabajado con muchas mujeres.” (Alejandra Gallo)

En la IV Conferencia Mundial de las Naciones Unidas sobre la Mujer (1995) esta problemática fue uno de los ejes principales de debate:

“Aunque ha aumentado el número de mujeres que hacen carrera en el sector de las comunicaciones, pocas son las que han llegado a ocupar puestos directivos o que forman parte de juntas directivas y órganos que influyen en la política de los medios de difusión. Se nota la desatención a la cuestión del género en los medios de información por la persistencia de los estereotipos basados en el género que divulgan las organizaciones de difusión públicas y privadas locales, nacionales e internacionales.”

Allí también, se focalizó el interés sobre el grado de responsabilidad que le corresponde a de los gobiernos: *“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.”*

Acker (Acker en Navarro y Stimpson, 2000) menciona a Rosabeth Moss Kanter, quien en su libro *Hombres y mujeres de la corporación*, afirma que las diferencias de género en las organizaciones no tienen que ver con las diferencias entre hombres y mujeres como seres individuales sino más bien con el modo en cómo funcionan las organizaciones. Señala que las mujeres se encuentran dentro de las organizaciones en puestos que no generan progreso alguno o bien en empleos que directamente no otorgan posibilidades de progreso. De esta manera el género se pone en escena a través de los roles organizativos, según Kanter. Todos los rasgos perfilados para dirigir una organización se corresponden desde un principio con características más afines a una ética masculina porque desde la racionalidad masculina fueron delineados: habilidad analítica para abstraer y planificar; capacidad para separar las emociones y asuntos personales de cuestiones laborales; cierto enfoque realista de los problemas; etc. La crítica de Acker al análisis de Moss Kanter es el centrarse demasiado en las organizaciones y dejar de lado el análisis de género en ellas.

“Las reglas que rigen la evaluación de un puesto, que ayudan a determinar las diferencias salariales, no son solamente una recopilación de los valores o creencias de los directivos, sino que son la lógica o la organización subyacente que proporciona por lo menos una parte del plano de la estructura. Cada vez que se utiliza la evaluación de un puesto, se crea y refuerza esa estructura. (...) La lógica organizativa supone que hay una congruencia entre la responsabilidad, la complejidad del empleo y la posición jerárquica. Por ejemplo, las posiciones más bajas, que por lo general son ocupadas por mujeres, deben tener un nivel igualmente bajo de complejidad y responsabilidad.” (Acker en Navarro y Stimpson, 1998: 128-129)

Es interesante reflexionar sobre los juicios de valor con los que tradicionalmente se diseñan las estructuras organizativas. Acker señala, por ejemplo, que se le otorga mayor importancia a la habilidad para el manejo con el dinero que a la aptitud para relacionarse con los clientes, esto porque lo primero es más habitual encontrarlo en las tareas atribuidas al género masculino y la segunda característica se perfila desde el femenino.

En esta segregación de género encontramos, por ejemplo, los desfasajes entre los suplementos deportivos y los suplementos para mujeres incluidos en algunos diarios. Los primeros están claramente más jerarquizados que los segundos. En los deportivos descubrimos mujeres periodistas intentado abrir un espacio de inserción laboral, sin embargo, no puede apreciarse lo mismo respecto de los periodistas varones y los suplementos para las mujeres.

“La pregunta es si los suplementos para mujeres no terminan siendo un corral desjerarquizado, por qué no los deportivos. Me parece que en muchos casos tiene que ver con el tipo de contenido que tiene el suplemento. Creo que en suplementos de cocina bien podría haber un hombre, en las páginas de chicos, dentro de un suplemento para la mujer, la voz de un hombre bien podría estar por ejemplo para opinar sobre las escuelas de sus hijos, etc. Tendencialmente esto ha cambiado mucho a través de las generaciones. De todos modos, todavía a un jefe hombre le resulta más inaceptable que un papá le pida asistir al acto de su hijo que lo haga una mamá.” (Damián Loreti)⁴³

Miriam Passarello recuerda una anécdota que grafica claramente la segregación de género en la distribución de las tareas laborales, en el periodismo:

“Me acuerdo que un jefe de turno, cuando fue el conflicto en Monte Caseros, mandó a todos los hombres. Las cuatro mujeres que estábamos de movileras fuimos a hacerle un planteo porque queríamos ir también. El Gerente de noticias no estaba y el Jefe de turno nos contestó: ‘las mujeres no van al frente’. Eso fue un problema, y nos mandó a cubrir Gobierno, Plaza de Mayo, Defensa, entonces planteamos por qué no iba al menos 1 de nosotras, éramos muy unidas. Entonces dijimos que ya que no íbamos a Monte Caseros que no nos manden a ningún lado porque ‘siempre se está en el frente’. Si estás peleando una nota con todos, estás en el frente. Después nunca más tuve problemas así.”

⁴³ Entrevista realizada por la autora el 30 de noviembre de 2005.

La cotidianidad periodística muestra muchas veces el error en manos de quienes poseen el poder de decidir:

“Te cuento lo que pasó en Noticias. Se equivocaron los directores y el editor de política nacional. Pusieron una foto de un tipo que era la mano derecha de Moneta creyendo que era el hijo de Kirchner. Eso salió en tapa como ‘el hijo misterioso del presidente’. Eso en el mundo del periodismo fue un escandalete; y si lo hubiera hecho yo, me pegan una patada en el culo y me ponen de patas en la calle. Entonces este mismo señor jamás salió a decir que se equivocó sino que fue una operación política del gobierno. Y este mismo señor es capaz de decirte: ‘acá hay un espacio de más entre palabra y palabra’; y yo no tengo la autoridad para decirle: ‘puede ser que haya un espacio de más pero vos te equivocaste en la foto de tapa’. Ese es un tipo de error que se paga con el puesto, si lo hubiera hecho una mujer ¡Dios mío! La echan por ‘perjudicar la credibilidad de la revista’. A este señor no lo echaron bajo el argumento de que todos estamos sobrepasados de trabajo y hacemos más cosas de las que podemos hacer; además de afirmar que nos vendieron carne podrida y que el gobierno mandó a alguien que venda esa foto.”
(Mónica López Ocón)

El concepto de ‘techo de cristal’ permite establecer algunos lineamientos desde el campo de la psicología respecto de ciertas decisiones que las mujeres realizan en el proceso de posicionamiento laboral sobre sus carreras profesionales. Muchas de las características que aparecen en torno a las diferentes formas de identidad femenina, de acuerdo a cada mujer en particular, a su infancia, su educación, a cada cultura, a cada sociedad. Otras, están directamente afectadas con las formas de interrelación existente en los espacios de trabajo constituyendo así maneras externas de determinación de ese techo.

Cuando hablamos de techos de cristal estamos hablando de todas las limitaciones de corte sexista e incluso racista que obstaculizan la obtención de los objetivos deseados por alguna persona.

Uno de los factores principales que aparece con determinación, de acuerdo a la interpretación psiconalítica, es la forma en que las niñas aprenden a no ser agresivas, es decir, que la agresividad como energía y ambición (característica de la infancia temprana) dirigida hacia la satisfacción de ciertos deseos es *inhibida en las niñas y no en los niños*. (Colmes en Alizade y Seelig, 2007) El efecto es la posterior perturbación

en la vida adulta de las posibilidades de acción que esas mujeres podrían generar. Llegado este punto las mujeres internalizan en el desarrollo de sus vidas desde la infancia aquellas limitaciones sexistas que se imponen a partir de prácticas socioculturales.

Actualmente, aún castigamos las agresivas ambiciones de alguna pequeña que pretenda alcanzar un sueño, una meta; no ocurre lo mismo con los varones cuando el marco educacional se construye sobre la base de la lucha para llegar a ser un 'triunfador'. La sociedad pretende de las niñas / mujeres que sólo se constituyan en 'buenas chicas'. El ámbito laboral está plagado de buenas chicas mientras que la valoración de la agresividad es mérito masculino. Estos se convierten en prejuicios que limitarán la ambición femenina.

“..si bien las mujeres recurren a su agresividad no hostil (o sea, a su ambición) para tener éxito, al mismo tiempo no hacen del todo suyo ese éxito, pues vuelven su agresividad hostil sobre sí mismas bajo la forma de dudas acerca de su valía y subestimación de sus logros, tendencias establecidas en la primera infancia.” (Colmes en Alizade y Seelig, 2007: 14).

Hay vivencias que ejemplifican claramente el valor teórico de lo dicho:

“El maltrato lo ves en las mesas de radio, hay pocas mujeres comentaristas, la mayoría son locutoras que comentan el tiempo, o el comentario de ‘la tía’ ¿Cuántos programas periodísticos – excepto Magdalena- son conducidos por una mujer? ¿Cuántos noticieros tienen la cara principal de una mujer? No existe. Tenés a Susana (Jiménez), a Oprah Winfrey, pero son la excepción. Y el rol de Susana no es lo que lees cuando ves una nota a ella, entonces decís: ‘es inteligente’, es una tipa que se hizo a sí misma; y sin embargo hace el rol de rubia ingenua, que nos gusta y es el que nos recomienda Avon.” (Adriana Amado)

Mabel Burín realizó varios estudios respecto del *deseo de poder* en las mujeres y sus consecuencias laborales en torno a los parámetros fijados por el *techo de cristal*. Al estudiar los estados depresivos en la mujer de mediana edad y el consumo de psicofármacos observó que las mujeres, madres y esposas con inserción en el ámbito doméstico, son aquellas que al llegar a la mediana edad se deprimían y comenzaban a

consumir psicofármacos recetados⁴⁴. Burín se preguntó cuál era entonces la situación de aquellas mujeres que trabajaban, si la tarea realizada a diario en un espacio público actuaba como antidepresivo para las mujeres de mediana edad. Allí descubrió que no estaban protegidas pues el techo de cristal con el que se enfrentaban era un factor depresógeno que desencadenaba un malestar. Burín afirma que estas mujeres veían que habían desarrollado sus carreras con mucho compromiso, vocación, energía, economía, y sin embargo percibían que sus compañeros masculinos iban ascendiendo hasta ocupar los lugares más altos en la estructura laboral y ellas se quedaban 'estancadas', no pasaban de la línea gerencial. En este estudio Burín categoriza a las mujeres como: *tradicionales* (aquellas que tratan de sustraerse y no acceder a sus puestos porque dicen que ellas no pueden renunciar a sus rasgos esencialmente femeninos y que esos puestos son especiales con modos masculinos); *transicionales* (tienen algunos rasgos más típicamente femeninos y otros más típicamente masculinos, son aquellas mujeres que en las empresas se llaman de *liderazgo transformacional*, dentro de lo que se conoce como el *empowerment* femenino) y las *innovadoras* (quienes se identifican con los modelos masculinos jerárquicos porque consideran que esa es la manera de ejercer el puesto o el liderazgo, es quizá esta forma la más comprobada hasta hoy)⁴⁵

“Una mujer que tiene entre 38 y 40 años, que tiene un cargo altísimo de abogada, con una super sofisticada especialidad, en una empresa de alimentos que cierra y se va a Chile. Ella tiene dos chicos chiquitos y un marido que trabaja de contador en otra empresa y dice ‘qué hacemos porque yo no quiero dejar mi puesto’; ella afirma ‘yo me voy’, como hacen tantos maridos, que van a Chile, trabajan, vuelven el fin de semana. Él dice que no, que no podrá con los chicos, de 2 y 6 años; que apenas puede con su trabajo. Bueno, es terrible la situación porque ella tendría que renunciar a semejante carrera. Pero las mujeres cuando se ven ante estas ‘opciones de hierro’, muchas, dejan la empresa y arman sus propias empresas pequeñas, pymes, con otras

⁴⁴ Para obtener mayor información sobre el tema consultar: Burín, Mabel, (1990) *El malestar en las mujeres*, Bs. As., Paidós y (1987) *Mujeres y salud mental*, Bs. As., Grupo Editor Latinoamericano.

⁴⁵ Seminario ‘Perspectiva de género en las organizaciones’, exposición de Mabel Burín en el ISO (Instituto Superior Octubre), el 21 de abril de 2005. Organizado por la Red Latinoamericana de Mujeres en Gestión de Organizaciones de Latinoamérica y el Caribe. Seminario al que asistí.

aspiraciones, poniendo sus propios ritmos, etc. Se sustraen a la organización familiar, patriarcal.” (Mabel Burín)

En los medios se repiten estas experiencias de elección,

“Hay cuestiones básicas, los medios no tienen guardería y eso no es un derecho sólo femenino, pero como están dadas las cosas tiene que ver con un respeto al trabajo femenino. Se dice: ‘la organización en red da para potenciar actividades femeninas’, que están acostumbradas culturalmente a hacer varias cosas al mismo tiempo. Tenés esa capacidad de coordinar equipos y hacer tareas simultáneas. Sabés que estás en una reunión pensando qué cocinarás a la noche y armando mentalmente la lista del supermercado. Y el hombre está en su trabajo, después cambia de registro y hace la lista. Nosotros en la facultad vemos que las chicas salen corriendo; los pibes salen con otros, sin apuro. Ellas piensan en la casa, que las esperan; ellos no. Ellos están culturalmente condicionados a armar su vida de otra manera, menos pensando en el otro. La mujer siempre tiene otro en quien pensar, decía Simón de Bovaire que la mujer ‘siempre es el otro’.” (Adriana Amado)

La impronta masculina aún reina en los espacios mediáticos aunque hoy estén superpoblados de mujeres trabajando en ellos.

“Si me parece que el periodismo es una profesión masculina, te digo que no; si tiene códigos dominantes, sí, sobre todo la gráfica porque de pronto tenés que salir a la 1 de la mañana y la mujer a esa hora está ‘cuidando los chicos’. Aunque las comparta, sigue habiendo una carga social de quien se hace cargo de esas tareas. Es más difícil explicar para un hombre que hoy le toca volver a la casa y cuidar a los pibes que a una mujer. Aunque hagan el mismo trabajo y estén en el mismo sitio. El periodismo tiene códigos masculinos que tienen que ver con las cofradías, no debería tenerlos (de hecho en muchísimos casos no los tiene) en la práctica profesional: corresponsales de guerra mujeres, periodistas deportivas de fútbol mujeres.” (Damián Loretti)

La presencia femenina en el espacio público laboral no es sinónimo de conciencia de género,

“Lo importante es que lo que era un regalo (se refiere a un ascenso profesional) no se termine transformando en algo traumático para la mujer que lo recibe. El tema es que el hombre siempre piensa en su trabajo y accesoriamente en otra cosa. La mujer siempre está dividida entre lo laboral y lo doméstico y si tiene hijos, más. El hombre no se ocupa, y eso por tradición, más allá de que consigas un hombre compañero y todo lo que quieras. El hombre no está preparado para ‘acordarse’ y vos tenés que ir organizándole la vida a los chicos.” (Alejandra Medina)

Miriam Pasarello afirma que el ámbito de las noticias tanto en radio como en televisión se corresponde con el género masculino en materia de Gerencia. Pueden

existir Jefas de turnos pero la periodista considera que siempre el Gerente de noticias es un hombre. Asimismo, algunos medios son más abiertos al cambio que otros.

En un artículo escrito por Burín con el título "El techo de cristal en la carrera laboral de las mujeres, acerca del deseo de poder en las mujeres" (Alizade y Seelig, 2007), establece seis rasgos constitutivos para el concepto '*techo de cristal*': 1) las responsabilidades domésticas y de cuidado de los niños, 2) el nivel de exigencias, 3) los estereotipos sociales acerca de las mujeres y el ejercicio de poder, 4) la percepción de sí mismas que tienen las mujeres, 5) el principio de logro y 6) los ideales juveniles.

La autora señala que a estos rasgos se debe en parte el carácter de invisibilidad que posee la limitación del techo laboral, puesto que no existen reglas establecidas de tal manera que automáticamente lo construyan. Ante él subyacen otras limitaciones.

Algunos estereotipos se construyen a través de formulaciones orales del tipo: '*las mujeres temen ocupar posiciones de poder*'; '*a las mujeres no les interesa ocupar puestos de responsabilidad*'; '*las mujeres no pueden afrontar situaciones difíciles que requieren actitudes de autoridad y poder*'. (Burín en Alizade y Seelig, 2007: 106)

Frente a esta realidad laboral muchas veces las mujeres se presentan insatisfechas en sus trabajos porque carecen de reconocimiento, se sienten sobrecargadas y obligadas a aceptar contradicciones entre sus aspiraciones laborales y la cultura de trabajo que claramente se encuentra diseñada para ser ejecutada con aptitudes masculinas. De esta manera las mujeres comienzan a orientarse a ocupaciones menos atractivas y generalmente peor pagas.

Se produce lo que Colette Dowling (Dowling, 2007) denomina '*vacío de realización femenina*'. Señala que las mujeres en realidad no consiguen todo aquello que sus capacidades les permitirían lograr, pero cuán responsables son las mismas mujeres en el mantenimiento de ese vacío de realización. Desde allí, afirma que si

bien es cierto que las mujeres fueron sistemáticamente siempre excluidas del poder son también ellas mismas quienes lo rehuyen.

En la carrera de posicionamiento profesional muchas de las entrevistadas coincidieron en afirmar que, desde cierta mirada, es mucho más fácil competir con un hombre que con una mujer porque el hombre no tiene que defender ningún lugar y en cambio la mujer lucha por defender su conquista, y esto es mucho más duro.

Sin embargo, muchas mujeres permanecen por años en un puesto de trabajo que termina anulando sus facultades intelectuales. Desde la perspectiva de Dowling, lo cierto es que se suele atribuir la *competencia* como tal al ser masculino y este es un factor cultural determinante en la situación laboral de las mujeres. Para establecer una situación de competencia, mantenerla y llevarla adelante, las mujeres necesitan un estímulo externo que les otorgue la seguridad que necesitan para confiar en sí mismas.

Desde el psicoanálisis se estudia en particular las características internas – temores, conflictos, defensas, afecto- de aquellas mujeres (y también hombres) que construyen su propio techo de cristal.

“Los techos de cristal internos son producidos por muchos factores: la culpa edípica, la angustia generada por la separación, pérdida o castración, los que fracasan cuando triunfan, la capacidad invalidante o autoinvalidante de la envidia, las fantasías narcisistas grandiosas que originan el temor a la humillación, los conflictos en torno de la agresividad, los superyoes autocastigadores, la culpa del sobreviviente y muchas otras fantasías conscientes e inconscientes, que distintos individuos elaboran de diferente manera.” (Chodorow en Alizade y Seelig, 2007: 36)

Otras veces el *techo de cristal* está determinado de manera externa, por ejemplo, por la misma organización empresarial del medio como tal. En su aspecto externo se interpretan como exclusión y discriminación.

Desde esta mirada es que Gabriel Cetkovich, director de estudio de TEA (Taller Escuela Agencia) reflexiona sobre la problemática de los cargos jerárquicos de las mujeres periodistas emparentándola más a limitaciones del mundo empresarial mediático que al periodismo como profesión. Otorga a la causa que genera la falta de

mujeres como directoras de medios de comunicación como un rango de empresa multimedia, más que como una cuestión periodística.

En varias oportunidades escuché a las periodistas entrevistadas confesar los obstáculos sorteados al tiempo de realizar ciertas elecciones en sus espacios de trabajo. Quizá en esta profesión nos encontramos ante una doble encrucijada: por un lado, la inevitable tarea de romper con los viejos paradigmas periodísticos de oficio que todavía componen y diagraman a los medios de comunicación masiva; por otro lado, el de intentar un posicionamiento en el trabajo cotidiano con los pares y con sus jefes / as.

“En el trabajo quería ser ‘el jefe máximo’ y ‘uno de los muchachos’, y pretendía que sus compañeros de trabajo varones admitieran y reconocieran su posición. El problema era que esa búsqueda de reconocimiento constituía en sí misma una señal de dependencia, y la volvía a situar en el mismo lugar débil y femenino del que estaba procurando escapar. De cualquier manera salía perdiendo: no poder ser el jefe máximo le recordaba que era mujer, pero el hecho de depender de que los hombres le reconocieran su calidad de jefe le recordaba su feminidad.”
(Chodorow en Alizade y Seelig, 2007: 40)

En esta determinación de los también llamados *muros de cristal* es claro el rol significativo de la educación y la adquisición de los patrones culturales de género para diagramar esas cargas internas que delimitan y construyen ese techo. Muchos autores afirman que aquellas mujeres que deseen llegar a un puesto jerárquico en las organizaciones deben *desaprender* los grados de socialización ya incorporados desde la infancia, ya que los mismos no preparan a las mujeres para ejercer el poder y la autoridad. Este posicionamiento en el periodismo está claramente estereotipado cuando una periodista decide realizar periodismo con enfoque de género. Surgen de inmediato muchos prejuicios entre quienes desconocen la mirada y se acreditan, de todos modos, saberes que se alejan de esta perspectiva. Este es uno de los obstáculos al que se enfrentó la periodista Luciana Pecker cuando por decisión supo encontrar en estas temáticas una identificación con su tarea profesional.

“Trabajar en revistas femeninas está muy mal visto por el resto de los periodistas, hay una mirada muy despectiva y disminuida.”

En Luna hice una investigación en Tucumán donde denuncié la corrupción de Palito Ortega; él me inició juicio donde me pidió prácticamente la cárcel. Me siento orgullosa del trabajo que hice, la investigación estuvo muy buena pero si vas y decís en algún lado que trabajás en Luna o Para Ti todo el tiempo la mirada es despectiva, como si sólo hicieras cosas de cocina o decoración, que no tiene nada de malo, pero no es lo que yo hice. En el 2000 quería salir de este estigma y comencé a colaborar con distintos medios (XXIII, Las/12), además tuve a mi primer hijo. Hoy tengo claro que soy yo la que decido que quiero tocar temáticas de mujeres. Que no significa que no pueda hablar o escribir sobre otras cosas.” (Luciana Pecker).

Pecker señala, desde su experiencia, que los códigos de ascenso en la carrera periodística son tradicionalmente masculinos, muy agresivos.

Es un hecho notable y sin embargo cotidiano que las líneas jerárquicas de las revistas para mujeres estén ocupadas por periodistas hombres. Sin responder necesariamente a prejuicios de género es por sobremanera sorprendente que esta sea una constante al repasar los organigramas de estas publicaciones. Ocurre que quizá el cargo más alto pueda ser el de Editora; todas las entrevistadas coincidieron en remarcar que siempre los últimos escalones en la escala son ocupados por un periodista varón.

Por ejemplo, los seis años que la revista *Luna* permaneció a la venta estuvo dirigida por un señor. Era una revista femenina orientada hacia una mujer profesional, que salía del molde clásico de consejo para la cocina y belleza; tenía notas de investigación, coberturas más profundas, “..no es que haya una norma escrita que una revista femenina la debe dirigir una mujer, pero hacía ruido que fuera un hombre.” (Cristina Manhe)

Lo cierto es que los periodistas solo acceden a trabajar en publicaciones femeninas a partir de cierta línea de jerarquía. Existen prejuicios muy arraigados respecto del trabajo en estas publicaciones. No ocurre lo mismo por ejemplo en el periodismo deportivo donde el campo se abrió y las mujeres encontraron otro espacio donde integrarse.

“Sabemos que el 70% de los alumnos de la Universidad son mujeres, ¿por qué no hay un 70% de mujeres en cargos directivos

si se supone que están más formadas? Aquí (se refiere a la UCES), en la carrera de Comunicación siempre son más mujeres, lo mismo en postgrados. Me parece que todavía estamos en la instancia de juntar méritos, títulos, antecedentes, experiencia, y es una transición. Es cierto que estamos mucho mejor que antes, pero en la medida en que todavía tenemos que seguir explicando; no, me parece que falta.” (Adriana Amado)

Natalia Blanc es una periodista que supo, tempranamente, ganar un cargo importante para su carrera en la *Revista XXIII*. Ser una joven editora mujer en un medio gráfico no es tarea fácil. Más allá de cuáles sean los pares con los que haya que relacionarse quizá los medios gráficos sean aún –en general- los mayores depositarios de los estereotipos socioculturales de género.

Blanc comenzó su carrera en una revista femenina: *Cosmopolitan*. Allí descubrió la solidaridad de género de manos de la propia Directora de la revista, Silvia Dopico. Excepto en Diseño, sus compañeras de redacción eran todas mujeres. De *colaboradora a redactora* fue subiendo en la escala jerárquica. Cuando dejó *Cosmopolitan* era *Redactora Jefa* pero desempeñaba tareas de *Editora*.

Ingresó en la *Revista XXIII* convocada por Gabriela Esquivada, quien fuera su jefa en *Cosmopolitan* y luego pasara a formar parte del equipo de Jorge Lanata en *XXIII* como editora. Blanc empezó nuevamente como redactora; excepto Esquivada el equipo estaba formado por periodistas hombres. Luego de 8 años de trabajo llegó a ser editora de la revista.

“En un determinado momento ya está, lo demostraste y te dejan, pero el derecho de piso que tenés que pagar es grande. A mí me costó, pero internamente, en la práctica el laburo se hace y sale bien. Pensaba realmente si quería o no esto, por qué me tenía que bancar ciertas cosas. No me resultó fácil. En cambio un tipo ni se lo plantea, o no se lo hacen sentir, no lo se, y va para adelante; como si fuera más natural el cambio de un hombre. Después llega un momento en que te perdonan la vida, pero tuviste que demostrarlo un montón de años. Y yo tengo muchos amigos y amigas en otros medios y se que también pasa.”
(Natalia Blanca)

Cecilia Fumagali también pudo generar un proceso donde alguien, como una suerte de ‘mentor/a’, reconoció en ella sus capacidades profesionales. Esta es una

observación muy significativa en la profesión de las mujeres entrevistadas; muchas de ellas se conectaron –casi azarosamente- con alguien que, dentro de la misma profesión, pudo detectar sus potencialidades.

Luego de trabajar con María Seoane en *Clarín*, Fumagali comenzó a realizar trabajos para Seoane de manera independiente: investigaciones para libros, documentales, históricas y periodísticas. Tras una interesante historia surge la posibilidad de que Seoane esté conectada con la reedición de la Revista *Caras y Caretas* y le ofrece a Fumagali ser la *Secretaria de redacción*; quizá un pequeño sueño hecho realidad para una joven periodista. Quizá una excepción a la regla.

Cristina Mahne es otra periodista que fue tomando posesión de su carrera desde un lugar un tanto diferente. Su incursión temprana en las secciones más duras de la información la llevó a establecerse en las publicaciones femeninas siempre a cargo de estas secciones. Conoce de cerca aquellas experiencias de revistas para la mujer que innovaron en formato, diseño y contenido, estableciendo un público lector que se ocupa de otros intereses además de la belleza y el arte de cocinar. Luego de trabajar en la agencia de noticias DYN, en Información General de *Clarín*, pasó también por *El Expreso*, la revista *Noticias* y realizó colaboraciones para *La Nación*, entre otros medios.⁴⁶

Otra de las entrevistadas que se posicionó en su profesión como periodista desde distintos ámbitos pero que supo realizar un significativo quiebre en la perspectiva de género desde un diario es Sandra Russo. Hoy Editora responsable de la sección Cultura y Espectáculos del diario *Página/12*, además de colaborar también como columnista; diagramó el suplemento *Las/12* inaugurando una forma diferente de hacer periodismo de género desde un matutino. Participó como correctora de la revista *Humor*, en el *Expreso Imaginario* y fue *Prosecretaria de redacción* de *Superhumor*, la

⁴⁶ Al tiempo de realizada la entrevista (28 noviembre 2005) era Redactora Especial de la Revista *Fortuna* y también realizaba tareas de Edición. Actualmente es Secretaria de Redacción del Grupo de Revistas *La Nación*.

revista de historietas que formaba parte de la publicación de *Humor*. En una época del país de extrema censura, luego del golpe militar de 1978, formó parte de publicaciones contraculturales. También fue *Editora General de Luna*.

Russo coincide al reflexionar sobre el liderazgo en los medios afirmando que existen muchas mujeres periodistas en la media de la pirámide y pocas en la cima:

“Clarín hizo un Congreso de Editores de Diarios de todo el mundo y había como 20 diarios representados y no había ni una sola mujer. Ni una sola. Creo que salvo La Jornada de México no hay otro diario dirigido por una mujer. Puede ser que haya dueñas de diarios, como Ernestina de Noble, pero directoras no, y no se a qué atribuirlo. De todas maneras, en los puestos de trabajo en diarios la relación hombre-mujer es prácticamente 50 y 50; y en las jefaturas también: en redacción y jefes de sección. En otros lugares me parece que no, hay mucho menos mujeres. Es decir que una vez que llegás a las jefaturas se allana mucho más el camino de ahí en adelante.” (Sandra Russo)⁴⁷

Cuando Russo comenzó a trabajar en el diario Clarín, durante la última dictadura militar, no había mujeres periodistas trabajando allí. Ella misma relata con gracia que aquello era ‘*como entrar en la colimba*’.

“Página/12 es atípico en ese sentido, los que lo dirigen son más feministas que yo, es un medio progresista, no es un diario muy competitivo. En lugares fuertes, de mayor competencia, un puesto alto, como el que yo tenía en Perfil es incompatible con vida privada. Tenés que estar desde las 11:00hs de la mañana quizá hasta las 03:00 de la mañana siguiente. No podés. Los que ocupan esos cargos son varones que además no quieren llegar a la casa. Porque si tenés ganas de estar con tu familia es imposible que te dediques a eso. Es mucha demanda y esclavitud; se paga muy bien pero renunciás a tu vida privada. No es muy atractivo para una mujer eso. Pero te digo que hay más tipos alienados que mujeres alienadas.” (Sandra Russo)

En el año 2002 la locutora Julia Bowland fue convocada para hacer el programa de la tarde ‘La ventana’, un programa emitido a la hora de la siesta por radio Continental. Cuando se terminó ese ciclo tras la llegada de Teté Coustarout en una co-producción con la radio, fue trasladada a la noche de 21 a 22hs., todos los días en el programa ‘Una mirada’. Bowland recuerda que esa fue una decisión muy gratificante

⁴⁷ Entrevista realizada por la autora el 17 de noviembre de 2005.

porque consiguió una libertad absoluta para trabajar, siempre dentro de los parámetros comerciales de la radio:

“Hice un programa temático cada noche, de investigación, hicimos lo que quisimos, me divertí como loca durante un año haciendo ese programa, profundizando temas que en otros horarios no se puede. Y ahí hubo un voto de confianza. Así como yo te digo que veo mucho estereotipo y limitación, tengo que ser justa y decir que en esa hora me dijeron ‘hacé lo que quieras’.”
(Julia Bowland)

Alejandra Medina es periodista y al tiempo de entrevistarla era *Jefa de Producción* del noticiero de Radio Mitre. Estudió en el Instituto Grafotécnico e ingresó a Mitre para hacer una pasantía no rentada. Casi desde sus comienzos se insertó tempranamente en el área de producción informativa y allí desarrolló su carrera; también tenía un programa radial a cargo y hacía aire.

Como les ocurre a muchas mujeres en cualquier ámbito laboral Medina se encontró con el puesto jerárquico un tiempo después de estar ya ‘casi’ cumpliéndolo. Es habitual escuchar a mujeres que desarrollan sus carreras sin tener plena conciencia de la escala jerárquica en la que van ascendiendo, quizá dependa de la tarea específica, pero en periodismo esto se descubre en forma permanente:

“Yo hacía ‘las veces de’, pero no tenía el cargo. Siempre era la 2º del Gerente pero sin el cargo, era como que ‘sobrevolaba’. Hasta que la empresa tuvo que armar un organigrama y administrativamente pasé a ser Jefa de Producción, pero ya venía trabajando en eso hacía 8 años; un nombre más en la cartelera, un poco más de sueldo y nada más. No fue algo traumático ni para los otros ni para mí. Lo fui haciendo sin darme cuenta, yo ya tenía un cargo de dar órdenes y armar equipos” (Alejandra Medina)

Medina recuerda que cuando comenzó era muy difícil hacer carrera; las mujeres debían capacitarse mucho para competir con los hombres. Muchas de ellas se retiraron al tiempo de la maternidad porque las presiones eran muchas y el camino debía aún ser allanado.

Miriam Passarello trabajó 18 años como *Jefa de Producción* del programa político de opinión *Hora Clave* de Mariano Grondona. A pesar de eso ella misma

describe su tarea como una coordinación de producción. Estudió periodismo en el Círculo de la Prensa, terminó sus estudios a fines del '83, con el gobierno democrático apenas asumido. Comenzó su recorrido en los medios en Radio Mitre cortando cables informativos, cuando Santo Biassati era Gerente de Noticias y su ex mujer, Ana Petrovic, la Subgerente. Passarello recuerda con nostalgia y sumo agradecimiento a Biassati quien supo encontrar en ella la potencialidad de su desempeño profesional, una suerte de mentor en sus inicios. Allí comienza a trabajar en un archivo sonoro que la radio estaba organizando.

“Lo distinto ahí era que si bien Santo daba las órdenes no estaba todo el día ahí y las que llevaban las cosas a cargo eran las mujeres. Me quedó muy grabado que había una redactora y cuando yo ingresé me preguntó: ‘¿vos sos hija o sobrina o qué?’ Y le digo: ‘mirá no soy hija ni sobrina, mi viejo es ferroviario, siempre me gustó la radio’. Era como que se tenía esa mentalidad... bueno, la misma de ahora. Igual me llamó la atención que era una mujer la que me lo preguntó y no un hombre.” (Miriam Passarello)

En esos tiempos, 1984, casi no había movileras mujeres trabajando en los medios. Passarello recuerda a Miriam Arancibia, Daniela Frescó, Lali Cobas y Mónica Gutiérrez. Su ascenso como movilera lo obtiene a partir de la propuesta de conseguir una nota con el escritor Jorge Luis Borges. Reconoce su camino profesional como plagado de posibilidades.

Passarello afirma que en el medio televisivo es muy fuerte el prejuicio de la mujer que logra un cargo por relacionarse con algún superior hombre del medio. A pesar que marca una clara diferencia entre el ámbito radial y el televisivo, afirma que en televisión existen más cargos jerárquicos con mujeres al frente como *Jefas de Producción* que en radio.

“Mi compañera, Miriam, entró al canal en el 2002, en la gestión de Rozín, que era Gerente de Programación. Ella venía de otro medio y la nombraron Productora de Hora Clave y yo sé que le costó, tenía 26 años en ese momento. Y la 1º pregunta no era tanto quién la puso sino que era pendeja, mujer y tenía un cargo de Productora Ejecutiva. Le costaba mucho el trato con los técnicos, el director y los asistentes, no conocía a la gente y estaba muy presionada. Es una excelente profesional y sin embargo tuvo que demostrar mucho.” (Miriam Passarello)

Reconoce la variable edad también como un condicionante importante en el posicionamiento profesional y al tiempo de establecer relaciones laborales con pares o subordinados. Muchos periodistas con años de experiencia se resisten a tener jóvenes como jefes y si son mujeres la obstinación es aún mayor.

En su libro *Nuevas voces del liderazgo* (Heller, 2004) la Licenciada Lidia Heller analiza las experiencias del trabajo femenino en América Latina, posterior a la década del '90, y en algunas otras partes del mundo. Señala que las mujeres directivas representan en la mayoría de los países occidentales menos del 5% de la fuerza laboral y a nivel mundial el 16,5%.

Al considerar las diferencias entre hombres y mujeres plantea la posibilidad de apreciar estas diferencias como *ventajas*. Si bien es cierto que ambos géneros son educados a partir de pautas de socialización distintas con diferentes modelos de comportamiento; estas diferencias siempre fueron tenidas en cuenta como desventajas enfrentadas en una suerte de competencia descarnada. Así, las mujeres comenzaron a ser evaluadas bajo un estándar de semejanza en correspondencia con los hombres. Tanto las barreras institucionales como las actitudes sociales dificultan el ascenso de las mujeres a estos cargos.

Respecto de la 'edad' Heller observa que las mayoría de las mujeres jóvenes desconoce la idea de adquirir la 'igualdad de oportunidades' excluyendo quizá pautas discriminatorias en los lugares donde trabajan, pero sí advierten ciertas diferencias respecto de algunos tratos en comparación con sus pares varones. Esta característica pude observarla claramente clasificando a las entrevistadas por generación. Las periodistas menores a 30 ó 35 años advertían algunas características de los temas aquí planteados luego de varios minutos de empezada la entrevista, recordando episodios pasados que sólo reconocían como referentes discriminatorios al momento de mencionarlos. Sin embargo, aquellas periodistas que se encuentran en la franja

entre 35 y 50 años (o más) ya se habían acercado –algunas más que otras- a las problemáticas de género en el posicionamiento de sus carreras, o al menos, mostraban quizá una más clara conciencia sobre el tema. Existen periodistas menores a 30 años que optaron desde un comienzo de sus carreras por el periodismo de género o sus posibilidades afines y, claro está, conocen de cerca la problemática, pero son muy pocas las que evidencian esta opción.

“Un redactor que labore mucho, que sea prolijo, que no sea chanta y haga las cosas bien es una tranquilidad para el editor. Entonces, en los niveles iniciales, como las mujeres estamos acostumbradas a obedecer, a hacer lo que nos piden, rendimos más. Pero llega un momento que este mayor rendimiento se transforma en una especie de amenaza y empezamos a ser ‘ninguneadas’.” (Mónica López Ocón)

Estas experiencias fueron descritas por varias de las entrevistadas,

“Una cosa que yo observo es que en general, en todos los lugares de trabajo, en todos, todos, todos, tanto editores como editoras, si tienen una periodista mujer se espera mucho más de ella: que sea hiperresponsable, puntual, que no se equivoque. Toda una serie de cosas que al hombre no se le piden; puede ser más vago, puede olvidarse cosas, ser más colgado, porque de última su talento pasará por otro lado. Es como que tenés que ganarte –siendo mina- el lugar desde la responsabilidad; el mostrar todo el tiempo que sos super capaz, super inteligente. Eso es algo para mí muy llamativo y que se ve claramente, me pasó siempre.” (Cecilia Fumagali)

La periodista Alejandra Gallo recuerda cómo fue su pase a la sección Economía del *Cronista Comercial* haciendo hincapié en la falta de conocimiento económico que ella misma se atribuía pidiendo quedar en la sección Internacionales, donde se encontraba más segura y podría cuidar y mantener su fuente de ingreso. El soporte de Daniel de la Cuesta, subdirector del diario en aquel momento, junto a algunas negociaciones previas, la convencieron.

“El arreglo fue bastante personal. Él me dijo: “vamos a hacer una prueba, dos meses, yo te garantizo que si la cosa no funciona te conservo el puesto de trabajo en Internacionales, con lo cual no te vas a quedar sin trabajo, pero si te quedás te equiparo en categoría a un redactor”. Categoría que no tenía en ese momento. Era cronista especial, pero cronista al fin. Entonces, como se trataba de Economía, me tiró un aliciente económico; a mí la verdad es que me cerraron los números y supongo que eso funcionó.” (Alejandra Gallo)

Gallo trabaja ahora en las secciones duras del diario *Clarín* hace muchos años como *Redactora especial* –cargo con el que ingresó a ese medio–, evidentemente el acuerdo funcionó. Pero su ejemplo de posicionamiento profesional refuerza la idea de que son las secciones más fuertes del diario las que perciben mejores categorías salariales y en las que trabajan menos mujeres.

“Lo que yo no vi, acá (se refiere a la revista XXIII) por lo menos, y creo que no pasa en otros medios, es que no te tomen por ser mujer. No, eso en el periodismo ya no pasa; de hecho, cada vez hay más mujeres en las redacciones y me parece que justamente esto les sirve para que el modelo se reproduzca: los hombres están arriba y mandan pero alguien tiene que hacer el laburo. Y les sirven las mujeres jóvenes que laburan, entonces sería necio que no las tomaran.” (Natalia Blanc)

La experiencia que comparte la periodista Norma Morandini en un artículo escrito por la Licenciada en Educación Florencia Enghel (Enghel, 1997) refiere también a este proceso de posicionamiento relatando su experiencia laboral en su primera entrevista con el *Secretario de redacción* del diario *Clarín* por aquel tiempo:

“... el no se animó a decirme que no tomaban mujeres, e hizo una cosa que yo estoy segura que no habría hecho con un hombre: me dijo ‘escribí, para mostrarme lo que hacés, lo que ves cuando abrís la ventana de tu cuarto’. (...) Yo vivía en Parque Lezama, y abría las ventanas de mi cuarto y veía a un grupo de anarquistas italianos jugando a las damas, que eran mi motivo de ternura y reflexión. Esa misma noche escribí un artículo, y cuando lo leí me dio susto ver cuánta emoción había ahí, y me dije: ‘¿a quién le va a interesar esto, que es agua con azúcar?’” (Norma Morandini, en Enghel, 1997)

Una vez más, en cada experiencia de vida de alguna mujer, aparece claramente la vieja dicotomía que instala la emotividad en territorio femenino y la racionalidad en el masculino, como *pares excluyentes y no complementarios*, dirá Enghel.

II.2. La autoridad y opresión. Jefes y subordinados

Tomaré como un sostén para este subcapítulo la propuesta de María Jesús Izquierdo respecto de este encuentro entre lo femenino y lo masculino. (Izquierdo, 1994). La autora propone ir más allá de las características que simplemente describen ciertas diferencias en la diversidad. Para resguardar el valor político y social que entraña el ser femenino y el ser masculino, es necesario pensar a sobre ambos géneros como dos posiciones separadas donde una no puede existir sin la otra en esta relación recíproca inevitable. Esta mirada refuerza la idea de género como un concepto relacional y no como una idea de ser humano que se disocia representando dos polos opuestos e independientes: el femenino y el masculino. *“Lo relevante no son los géneros sino las relaciones que se establecen entre los géneros. Es preciso referir un género al otro para poder comprender el significado de cualquiera de los dos.”* (Izquierdo, 1994: 48)

Desde aquí puede entrecruzarse el periodismo, el género y las posibles maneras de establecer contacto entre jefes/as y subordinados/as.

Adela Cortina⁴⁸ enmarca la ética en el periodismo en torno a una actitud dialógica que debiera primar en toda sociedad que se pretenda democrática y pluralista. El diálogo legitima al interlocutor como persona quien genera el diálogo reconoce a los demás como seres realmente autónomos. Esta idea permite relacionar jefes y subordinados, hombres y mujeres, en las empresas mediáticas.

“Se precisa, pues, un reconocimiento básico del otro como persona, el interés activo en conocer sus necesidades, intereses y razones, la propia disposición a razonar, el compromiso con la mejora material y cultural que haga posible al máximo la simetría, la disposición a optar no por los propios intereses ni por los del propio grupo, sino por los generalizables. Tal actitud dialógica genera sin duda, no sólo tolerancia, sino preocupación activa; no sólo respeto, sino también solidaridad.” (Cortina, 1995: 147)

⁴⁸ Catedrática de Filosofía del Derecho, Moral y Política de la Universidad de Valencia.

Ahora bien, cabría preguntarse si esta es una utopía imposible de practicar en lo cotidiano laboral. Cuando Cortina se refiere a los compañeros de trabajo afirma que su relación debe ser ‘comunicativa’, esto implica no sólo respeto sino la posibilidad de tomar decisiones de manera comunicativa, lo que significa:

“Que nadie está convencido de que tiene toda la verdad y que, por lo tanto, no merece la pena atender a la opinión de los demás. Que se entablan diálogos intentando que todos participen y que los intereses de todos queden satisfechos. Lógicamente, las decisiones no se toman asambleariamente, sino que son los que han demostrado más capacidad quienes han de tomarlas, pero siempre contando con la corresponsabilidad de todos los integrantes del equipo de trabajo.” (Cortina, 1995: 152)

Estas reflexiones nos enfrentan inevitablemente a una nueva manera de pensar las relaciones laborales. Las dificultades al tiempo de la toma de decisiones en proyectos de equipos de trabajo no pueden realizarse en la práctica tan fácilmente como las palabras de Cortina lo señalan. En las empresas periodísticas no se plantean los trabajos diarios por proyectos, pero podemos tomar las producciones que los equipos van realizando como espacios donde las prácticas del diálogo en la toma de decisiones pueden llevarse a cabo cotidianamente. Como el desarrollo progresivo de todas las habilidades: es ‘sólo cuestión de práctica’.

En una entrevista realizada por la periodista Ima Sanchís (Sanchís, 2004) a la escritora, psicóloga y feminista Victoria Sau, ésta reflexiona sobre el temor de los hombres a perder su masculinidad asociada al poder. Este juego de relaciones invade también el ámbito laboral, sobretodo cuando indagamos las formas de conexión que se generan entre jefes/as y empleados / as.

“Siempre se teme perder aquello conquistado por abuso de poder, y ese abuso es el patriarcado: media humanidad mandando sobre la otra media. Los dominadores desconocen absolutamente a la parte dominada, ¿para qué se van a molestar si ya obedecen? Pero ese desconocimiento produce miedo. (...) En general los hombres no se integran en nuestro mundo. Su miedo está reprimido y lo niegan, y le puedo garantizar como psicóloga que la

represión y la negación son los dos mecanismos de defensa más negativos.” (Sanchís, 2004: 236)

Desde las afirmaciones de uno de los teóricos más reconocidos en la disciplina del Marketing, Philip Kotler, se entiende que el *líder* es aquella persona que es capaz de ver lo invisible; de generar en los demás compañeros de trabajo el entusiasmo suficiente como para apoyar y gestionar su visión para el equipo de trabajo; quien identifica oportunidades y puede establecer objetivos para desarrollar la visión; procura construir un equipo de expertos con directivos inteligentes que actúen de forma coordinada; desea escuchar los puntos de vista diferentes y tenerlos en cuenta en la búsqueda por los resultados; posee un pensamiento abierto y promueve los debates; vive con el riesgo y es una persona optimista que piensa siempre en la búsqueda de nuevas posibilidades de acción. El verdadero líder es casi imperceptible y actúa silenciosamente. (Kotler, 2003: 66-68)

En un Seminario dictado por la Licenciada Patricia Pérez⁴⁹: ‘El pensamiento creativo aplicado a la empresa’, se consideraron, entre otros ítems, a las capacidades creativas de una persona como características sumamente necesarias al tiempo de ejercer cargos jerárquicos. Entre ellas se definen la *fluidez*, la *flexibilidad*, la *originalidad* y la *elaboración*; éstas establecen fuertes conexiones con los elementos del espíritu creativo: curiosidad, apertura, riesgo y energía. Sin comenzar a describir las limitaciones que se producen en el ser humano a partir de la educación y su cultura, es significativo mencionar que algunos obstáculos son propios de las organizaciones. Estas barreras impiden el desarrollo fluido de quienes pretenden liderar y ejercer cargos jerárquicos desde otras perspectivas, por ejemplo, la de género. Como cotidianos aparecen los estereotipos organizacionales y las creencias que los

⁴⁹ Organizado en noviembre de 2005 por la Red de Mujeres en Gestión de Organizaciones de Latinoamérica y el Caribe, al que asistí. Patricia Pérez se desempeña en el área de Recursos Humanos en *Looked Markin*, una empresa dedicada a la fabricación de aviones, con gerencias y personal masculino en altísimo porcentaje.

constituyen, por ejemplo: *'los errores son malos y deben evitarse'*; *'en una atmósfera profesional no se alientan las ganas de jugar'*; falta de estructura y tiempo para poner en práctica el pensamiento creativo; falta de cooperación y confianza entre pares y en las relaciones entre jefes y subordinados; no se generan ambientes laborales que permitan distracciones e intromisiones con facilidad; estrés organizacional; se prefiere la tradición al cambio; *'la resolución de problemas es un asunto serio, el humor está fuera de lugar'*. Podrían recopilarse muchos ejemplos que describan estas situaciones que no son ajenas tampoco al campo de las comunicaciones y las empresas mediáticas.

"...están los mitos, como que las mujeres son competitivas y jodidas y maledicentes, chismosas. Y yo comprobé con la experiencia cotidiana que esto es exactamente al revés: esto es una proyección de los hombres porque ellos tienen un gran espíritu corporativo, gran solidaridad de género, que no siempre las mujeres practicamos tan corporativamente. Son terriblemente competitivos y esto no les permite mostrar ningún tipo de debilidad y mantienen guardados los afectos. Son cualidades que los hombres por años le atribuyeron a las mujeres y en realidad me parece que son propias." (Mónica López Ocón)

Dentro de este marco de acción la Licenciada Alicia Peirano de Barbieri⁵⁰, afirma que la estructura jerárquica tiende a dificultar el trabajo en equipo, donde los papeles de liderazgo son compartidos y la responsabilidad es colectiva. Muchas veces se conforman *'grupos'* de trabajo y se los confunde con *'equipos'*, en verdad en los grupos el liderazgo es fuerte pero centralizado y la responsabilidad es netamente individual. En las reuniones de trabajo los equipos interactúan para solucionar los problemas estimulando la discusión; mientras que los grupos generan reuniones ineficientes y los productos de trabajo son individuales. Los equipos necesitan personas capaces de hacerse cargo de los problemas; exigen altos niveles de confianza mutua y mucha competencia profesional. También es cierto que los equipos de trabajo necesitan un motivador que genere esa confianza; a partir de la confianza se

⁵⁰ Las afirmaciones de Alicia Peirano de Barbieri se extrajeron de un seminario de *'Trabajo en equipo'* dictado por ella y organizado por la Red de Mujeres en Gestión de Organizaciones en octubre de 2005 al que asistí. Barbieri posee amplia trayectoria en Recursos Humanos y trabajó en el CONICET.

trabaja la comunicación, se valora, respeta y escucha al otro aceptando la diversidad y en esta diversidad podría reconstruirse una estructura diferente en las organizaciones que contemple una perspectiva de género. Frente a esta mirada Barbieri plantea entonces la pregunta: “¿Las mujeres somos capaces de formar y liderar equipos de trabajo?”

“La mujer al estar en un cargo de autoridad parece que tiene que ser histérica o de corte masculino. Siempre alguien con poder despierta envidias y si es mujer parece que hay más para criticarle. Por eso creo que el cambio es individual, cada mujer, concientizándose, tiene que hacerse respetar y también actuar como grupo, hacer respetar a las mujeres.” (Adela Ponce de León)

Como maneras de trabajo,

“creo que hay que incentivar en el periodista el trabajo en equipo. Esta es una profesión en la que no estamos acostumbrados a hacerlo y creo que es un error. Por otra parte, me parece que sería muy interesante que algunos puestos se eligieran por voto, como se hace en algunos diarios del mundo. Por ejemplo, el Director del New York Times lo votan los periodistas del New York Times. Eso te garantiza una interna feroz entre los que se presentan pero también garantiza un mayor grado de poder porque te votaron los mismos a quienes vas a conducir. Creo que esta modalidad puede abrir un poco más el juego a la inserción de la mujer.” (Alejandra Gallo)

Algunas de las periodistas entrevistadas no creen que las organizaciones o las estructuras laborales condicionen tanto el desempeño de las mujeres en sus carreras, sino que entienden que está dado de acuerdo a la capacidad y seguridad de cada mujer al avanzar en su trabajo. Alejandra Medina, por ejemplo, considera que las decisiones en los medios se generan a partir de la persona que ocupe el cargo indistintamente de su género. A pesar de ello, afirma que si bien el lugar de las mujeres periodistas se está ampliando aún falta mucho por recorrer, pero inscribe esas como consecuencia del ‘no puedo’ femenino. Esto es la denominada *auto inhibición femenina*, que sí viene aprehendida socialmente.

La Licenciada en Comunicación, Solange Grandjean, señala que las estadísticas y biografías de mujeres directivas indican que éstas, al momento de

establecer contacto con sus subordinados, son mucho más abiertas, poseen mayor información sobre ellos, conforman mejores equipos de trabajo y son más participativas al tiempo de la integración de ese equipo, como también más exigentes con los resultados.

De todos modos, en las reuniones de directivos aún el porcentaje representativo de las mujeres es bajísimo, 1 en 10, y en su mayoría estas gerencias corresponden a áreas donde existe contacto con la gente como Recursos Humanos por ejemplo. Las áreas más duras como Ingeniería y Finanzas casi no están gerenciadas por mujeres, pueden ascender si hablamos de una compañía con muchos años de antigüedad.

“... en general, la mayoría de la gente prefiere tener un jefe varón a una jefa mujer. Y esto porque creo que, en parte, la primera generación de mujeres que llegaron a jefatura, al no tener muchos modelos adoptaron el modelo masculino; y una mujer adoptando el modelo masculino genera mucha resistencia y no está bien visto porque no se adapta a la norma, a lo que se espera de ella.” (Lidia Heller)

En un artículo de Marcelo Bellucci (Bellucci, julio de 2009) se publican los resultados de una encuesta realizada en Capital Federal y Gran Buenos Aires sobre las relaciones entre jefes y empleados. Según esta encuesta el 56% de los entrevistados afirmó tener problemas con su jefe. El relevamiento fue realizado por Internet por la consultora internacional Dale Carnegie a 500 empleados. El 21% respondió que su relación era pésima; el 19% muy mala y el 16% negativa. Por otra parte, el 24% afirmó ‘no tener trato’ con su jefe. Un 12% declaró una buena relación con su jefe y el 5% la calificó como óptima. El 3% no supo contestar. En el mismo artículo se habla, entre otras cuestiones, de dos causas como detonantes de este problema: la falta de comunicación o una comunicación poco eficaz; y por otra parte, suponer que un buen profesional puede convertirse en un gran líder sin tener una capacitación adecuada.

En otro artículo publicado por el diario La Nación, Alicia Comelli⁵¹ (Comelli, marzo 2006), habla de un falso universalismo actual al que define como claramente sexuado y masculino. Desde este lugar las mujeres sólo son incluidas en los contextos públicos y laborales desde una suerte de *masculinización total o parcial*. Comelli presenta esta *'utopía universalista'* –como ella la denomina- más como excluyente que como integradora; sin entrar en el debate de la globalización y sus márgenes, interesa esta perspectiva para comprender que las formas de relación que establecen las mujeres jefas de antaño están sujetas a modos culturales signados por la identidad masculina.

“Como editora intento que todos los periodistas puedan hacer todas las notas. No es que porque sos mujer vas a la marcha de ‘me indispuse’ y porque sos hombre vas a cubrir fútbol. Todos hacemos todo. De hecho yo me formé así, haciendo notas en la cancha de River, en la villa 21 o en el Alvear. Haciendo todo.”
(Natalia Blanc)

Las entrevistadas coinciden sobre las formas en que deberían distribuirse las tareas en sus trabajos,

“Si tenés una Jefa de sección mujer es evidente que la decisión final de la edición lo conversará con el Director del diario. Lo que pasa es que las jefaturas no son lugares muy agradables para estar, no a todo el mundo le gusta, es un lugar ingrato. Lo concreto es que mientras haya una calificación profesional importante para la escritura, la única manera de ganar más gaita es editando. Entonces todo el mundo aspira a editar porque te pagan el doble, pero no porque el laburo sea maravilloso. A mí ejercer la autoridad me rompe los kinotos, tener que estar retando a alguien que faltó me rompe los kinotos. Yo preferiría hacer las contratapas, pensar en cosas agradables y en notas y hacer eso. Pero no puedo mantener mi casa si me dedico a ser redactora. No existe acá la categoría de ‘Redactora Estrella’ que cobre lo mismo que un Editor o un Jefe. Eso no existe.” (Sandra Russo)

Las formas de dirigir y liderar varían aunque las reglas estén signadas.

“Hay de unas y hay de otras. Hay mujeres que generan vínculos muy solidarios, y otras que son perras totales, como los hombres. No se les puede pedir a las mujeres que se salgan de la cultura y hagan cosas totalmente distintas cuando las organizaciones laborales requieren determinados mecanismos, habilidades y formas de comportarse. Entonces, no se puede suponer que porque son mujeres no van a tener determinadas

⁵¹ Diputada Nacional por el Movimiento Popular Neuquino.

actitudes que pueden parecer triplemente agresivas que en manos de un varón.” (Mabel Burín)

Las mujeres periodistas también perpetúan los estereotipos:

“Para mí es mucho más fácil manejar varones que mujeres en un grupo. Tengo muchos más problemas para armar equipos de producción con mujeres que con hombres. Las mujeres están más capacitadas, tienen mayor preparación, saben idiomas, pero los hombres se relacionan mejor, son menos conflictivos. Las mujeres siempre están celosas, siempre hay una que no se habla con otra o lo que sea. De ahí que es más fácil dar órdenes o armar equipo con los varones.” (Alejandra Medina)

Medina comentó sin embargo que a los hombres les cuesta más recibir órdenes cuando la diferencia generacional se evidencia claramente.

“Yo tuve un incidente grave con un hombre que era operador. Veníamos de un sistema donde el operador era el que regía qué iba en el programa y quisimos imponer un esquema que contuviera un productor de aire, que le ‘sacaba poder’ al operador. Yo era muy joven, tenía 22 años aproximadamente y esta persona era un hombre mayor que yo. Me dijo: ‘a mí una pendeja no me va a dar órdenes’ y hubo un periodista que me defendió. Después de eso hablé, lo pusieron en caja y listo. Yo seguí haciendo la mía, él la de él y a cara de perro.” (Alejandra Medina)

Damián Loreti, quien fuera director de la carrera de Comunicación en la U.B.A., plantea una mirada diferente al conflicto entre jefes y subordinados y la solidaridad de género, si bien la conciencia de clase no está abordada en este trabajo es interesante ver el conflicto desde ahí, ya que forma parte también de una importante discusión entre las teorías feministas y las perspectivas de género:

“Me parece que es tan grave perder la solidaridad de género en el ascenso jerárquico como perder la solidaridad entre trabajadores. Yo ahí no discrimino si es de género o no. Si le jodés la vida a una trabajadora o a un trabajador, por el hecho de que accediste y el otro no, no es un problema de género sino abuso de autoridad. Un trabajador que asciende y se olvida que ha sido compañero de los demás perdió conciencia de clase ¿por qué si pasa entre mujeres es perder conciencia de género? Yo ahí no discriminaría, perdió conciencia de clase, porque si el hecho de ascender indica que le deja de tener respeto a un trabajador que está en inferioridad jerárquica, es un problema laboral, no es de género. Si por ejemplo, hay un problema entre una delegada y una jefa, no hay problema de género sino de trabajo. Si lo analizás sólo como problema de género estás magnificando.” (Damián Loreti)

Respecto de aquellas mujeres periodistas que llegan a escala jerárquica, Luciana Pecker afirma que sólo cambiará el panorama cuando esas mujeres en dirección realmente decidan establecer nuevas reglas de juego, nuevas formas de ejercer el liderazgo, es decir, cuando circule una verdadera conciencia de género. El hecho de que una mujer ocupe un lugar directivo en un medio no es un logro en sí mismo si no está fundamentado desde un lugar diferente que otorgue resultados, por ejemplo, en la apertura de la agenda mediática. Pecker sostiene que el problema deviene aún peor cuando aquellas mujeres que logran ciertos cargos no poseen intención de modificar las cosas. De todos modos prevalece en ella una mirada esperanzadora al respecto que resulta del creciente número de mujeres en la profesión.

Cristina Mahne considera, igual que Pecker, que no es una condición *sine qua non* que una mujer designada en un cargo jerárquico vaya a ser sensible y tolerante, o tenga una amplia visión sobre la resolución de conflictos a la hora de mostrar la solidaridad de género. En muchas oportunidades una jefa mujer suaviza la relación laboral, según Manhe, y pueden colaborar, mejor que los hombres, a *amortiguar algunos golpes*.

Desde la perspectiva de Mabel Burín (Alizade y Seelig, 2007), muchas mujeres persisten en la significación de sus viejos ideales juveniles y construyen una suerte de ética femenina propia donde el respeto mutuo, los vínculos afectivos, la confianza y consideración por el otro, se tornan valores a los que no renuncian y configuran, de esta manera, su subjetividad al tiempo de ejercer un cargo. En relación estrecha aparece aquí el concepto de **empowerment** que, atribuido a las mujeres perfila un tipo de poder en donde el otro es *emponderado*, potenciado para llevar adelante sus propias habilidades y desarrollarlas.

“Me he cruzado en mi carrera con hombres extremadamente humanos y comprensivos, con mirada femenina de lo que es tratar de equilibrar la carga entre la familia, la casa, el ocio y el trabajo; y con mujeres muchísimo más despóticas, más arbitrarias y menos solidarias. Hay excepciones como en todos lados, pero no viene

incluido en el cargo ni en el bolsillo del taieur de la mujer que designen. Hay de todo. En nuestro laburo yo veo que las que cambian lo hacen muchas veces por competencia, por temor a perder su espacio, pero cambian respecto a hombres y mujeres. No es que les joda que otra mujer ocupe su lugar, les jode que otro ser humano pueda hacerlo. Entonces hay gente que se vuelve realmente miserable, mezquina con el mundo en general. Vi esa transformación.” (Cristina Manhe)

Es obviamente claro que no se está aquí diciendo que las mujeres en cargos jerárquicos tienen una mejor manera de relacionarse, sino que esta manera es diferente a la de los hombres y esto es lo que debiera legitimarse.

“El par de mujeres que conozco que tienen cargos altísimos en empresas enormes son tremendas, sanguinarias. Quizá por esa necesidad de demostrar autoridad. Yo creo que, en general, en las empresas tienen reticencia al ascenso de mujeres en cargos de mucha responsabilidad justamente por lo que hablábamos antes: un embarazo son 3 meses de no laburo. Y estamos laburando bajo flexibilización, entonces no hay alguien que te cubra en tu puesto. La gente va a laburar con 38ª de fiebre. Se te enferma un chico, hay un embarazo y se desequilibra toda la estructura. Página/12 es un caso medio atípico: hace poco se fue Martín Granovsky a dirigir TELAM y entonces quedó la Vicepresidencia del diario vacante y en lugar de una sola persona pusieron una cosa tripartita, para rotarse y no sobrecargar tanto a una persona.” (Sandra Russo)

Las mujeres acceden pero es necesario allanar el terreno.

“Yo estoy bastante descreída, porque pienso que estos liderazgos transformacionales y que las mujeres los ocupen muestra que la empresa no permite que la mujer vaya a ejercer un liderazgo contrario a los intereses de la empresa. Entonces cuando incorporan a las mujeres a este tipo de liderazgo es porque esas empresas ya iban en esa dirección; las mujeres entonces resultan funcionales para esa dirección que ya estaba tomando esa empresa. Porque si es una empresa tradicional, vertical, machista y jerárquica no va a dejar que las mujeres tomen el mando.” (Mabel Burín)

Mahne también habla de códigos en el lenguaje a través de las bromas internas propias de la profesión y que, sin embargo, encubren ciertos estereotipos de género. Por ejemplo cuando las periodistas reclaman porque no son tenidas en cuenta para opinar sobre algún tema en especial, el chiste es que el sector femenino es el ‘de las mucamas’ y que las decisiones de edición ‘las toman los señores’. Muchas veces también se tiñe con humor cuando alguna editora es convocada para opinar sobre la

tapa de la revista, el latiguillo aquí es: *'te llaman cuando quieren una mirada femenina'*, comentario que está rodeado de cierto prejuicio desde donde se supone que el tema es más gancho para la lectora que para el lector y se pretende sintonizar con esa lectora.

"En Noticias las editoras están relegadas a las secciones mal llamadas 'marginales'. Hubo, en otra época, editoras de economía, pero los cargos más altos del staff siempre son hombres. Hubo mujeres, pero en los últimos años siempre fueron hombres y ellas fueron designadas a moda, internacionales, personajes e información general. Las secciones 'duras', de más peso en la revista, fueron ocupadas por hombres. Lo que me lleva a pensar que si alguna vez llegó una mujer ahí es que fue una excepción, un caso raro." (Cristina Manhe)

Estas son maneras también de encubrir u ocultar el *techo de cristal* dejando al margen toda responsabilidad sexista. La anécdota que cuenta Adriana Amado también ejemplifica las formas en que el sexismo aparece caracterizado en situaciones cotidianas entre colegas.

"Siempre cuento una anécdota de hace muchos años: en un evento empezó a llegar mucha gente y no había una promotora que la ubicara. Yo era la única mujer y un director me dijo: 'bueno Adriana, vos podés hacer de anfitriona', pensando que me jerarquizaba. Yo le dije que si otro hombre me acompañaba encantadísima, pero que yo sola no. Es como el lugar de la mujer: el servir café. Ese es el mandato genético que, digo, van a pasar un par de generaciones hasta que tengamos incorporado el cambio." (Adriana Amado)

Nuevamente, las experiencias relatadas coinciden,

"Muchas mujeres dicen que trabajar con hombres es mejor, pero son machistas ellas mismas porque piensan que la mujer es más complicada. Para mí es al revés. Todas las veces que trabajé con hombres fue muy difícil porque estaba acostumbrada a estar entre mujeres, aparecía lo sexual muy candente: si vas con un escote, te miran. O sino te dicen que sirvas café. Si no cumplís con el supuesto lugar femenino de secretaria que no opina ni nada, sos una loca o histérica, de hecho a mí me echaron. Era muy difícil mantenerme en una relación de igual a igual, que es la que pretendo, porque no me la daban." (Adela Ponce de León)

Hay dos aspectos importantes para considerar las relaciones entre jefes / as y subordinados / as que son tenidos en cuenta en esta investigación: uno se relaciona

con las maneras de dirigir de las mujeres cuando se encuentran en los cargos jerárquicos y, el otro aspecto, se define a partir de las formas de comunicación entre hombres y mujeres y cómo ésta varía de acuerdo al puesto que cada uno desempeñe, este aspecto está estereotipado genéricamente.

Al evaluar la forma de dirección de las mujeres y sus interrelaciones comienzan a evidenciarse algunos factores que deben ser reconocidos. Por ejemplo, es indispensable que las mujeres jefas entiendan que, para sus compañeros de trabajo, ellas representan una suerte de inseguridad externa, porque generan una ruptura con las pautas y reglas establecidas de antaño en un sistema cultural patriarcal. (Dahlbom-Hall, 1996)) Por otra parte, las mujeres deben aceptar y conocer aquellas características psicológicas inherentes al espacio laboral y que nos definen como género femenino; para luego modificar, readaptar y dirigir a quienes tengamos a cargo. Esto conduce a poder aceptar las incapacidades propias y reconocer en el otro aquellas virtudes que lo diferencian del resto de sus compañeros de trabajo; un/a buen jefe/a, un/a líder es capaz de realizar esta tarea sin complejidad. Desde un comienzo las mujeres que accedieron a cargos jerárquicos se identificaron con los hombres, pero las exigencias a las que son sometidas culturalmente las mujeres reflejan las contradicciones de una etapa de transición en materia laboral.

“Por un lado debe ser una profesional, económicamente independiente, debe incorporarse al mercado laboral masculino, y, por otro, se espera que ella se haga cargo de sus hijos y/o padres; y se la cuestiona si no hace lo uno y lo otro. Debemos reparar en que la contradicción de estas señales produce en la mujer un conflicto serio que influye en su capacidad de crear una identidad propia.” (Dahlbom-Hall, 1996: 33-34)

Algunas de las entrevistadas reconocieron en otras profesionales –a los comienzos de sus carreras- a una suerte de ‘mentoras’ . Tal fue el caso, por ejemplo, de Cecilia Fumagali con María Seoane. Este puede ser un dato inadvertido por algunos y sin embargo es edificante en el desarrollo profesional de una mujer. Dahlbom-Hall señala que a la edad comprendida entre los 30 y 35 años todas las

mujeres deberían tener una 'buena' jefa, aunque esto extrañamente aún suceda. Es una etapa en que las mujeres necesitan el apoyo de quienes diagramaron caminos similares en sus carreras para poder enfrentar las excesivas responsabilidades a las que se someten en los ámbitos público y privado. El viejo paradigma de la disociación entre lo público y lo privado no se ve resuelto con el accionar de las mujeres en ambos espacios simultáneamente.

La autora afirma que entre los 40 y 50 años la mujer entra en una etapa más activa y es el momento en que pueden desenvolver gran fuerza y capacidad si se encuentran en una sociedad igualitaria. Son etapas donde algunas mujeres obtienen puestos importantes para sus carreras pero aún se las sigue considerando con 'escaso peso' empresarial para llegar a ser jefas; muchas quedan estancadas en el rol de la 'mascota alegre', la 'jovencita', la 'buena chica', obstaculizando así su propio crecimiento.

Otro aspecto que Dahlbom determina como intransigente para que las mujeres accedan a cargos de dirección, es la obsesión de ellas por 'exponer sus confidencias'; esto limita también sus posibles ascensos. Cuando las mujeres aceptan el juego de sus fortalezas, las actitudes se modifican. La compañera amable que expone sus confidencias, festeja los chistes de sus compañeros y oculta sus ambiciones desaparece y emerge la mujer que hace valer su voluntad y exige que escuchen sus opiniones. (Dahlbom-Hall, 1996)

"No hay mujer en el mundo que quiera ser dirigida por aquella que niega su poder. Muchas mujeres con poder creen que lo más importante es ser buena y simpática con sus subalternos, y por eso reniegan de su poder. No hay quien quiera tener como jefe a alguien que, a la larga, (...) no utiliza el poder que se le ha dado para, por ejemplo: representar a los colaboradores de su equipo de trabajo." (Dahlbom-Hall, 1996: 106-107)

Dahlbom confía ampliamente en la capacidad de las mujeres para ejercer cargos jerárquicos. Una de las mayores diferencias que ella, como investigadora, percibe entre la dirección de hombres y mujeres, es que éstas como directivas

favorecen tanto a unos como a otras porque conciben la dirección como un medio para llegar a una meta; en tanto que los hombres le otorgan a la dirección la funcionalidad necesaria para alcanzar un logro personal.

Entre las características que Dahlbom menciona sobre las mujeres directivas y, por las que ella considera confiable tal nombramiento, pueden verse:

- las mujeres se sienten responsables de las personas a las que dirigen
- se atreven a tomar decisiones basándose en su intuición (unión de los conocimientos, experiencia y sentimientos)
- establecen y crean formas de organización propias
- entienden al trabajo como una parte integrada a su vida, a su desarrollo
- no exceden los presupuestos y cumplen con los tiempos previstos.

Ahora bien, en la trastienda mediática continúan perpetuándose los estereotipos de género que encierran a las mujeres desde una construcción social patriarcal que define un mal día femenino como una histeria o una mujer que carece de placeres privados, este tipo de comentarios fueron reforzados en casi todas las entrevistas. La mitología de estos *clichés* se acentúa cuando las mujeres poseen cargos jerárquicos.

Cecilia Fumagali reflexiona, por ejemplo, que en general la *'jefa joven'* suele clasificarse como *'trepadora'*, mientras el *'jefe joven'* es un *'pibe emprendedor'*. También refuerza la variable edad como amortiguadora en las últimas generaciones de una paridad mayor en cuestiones de género.

“Cuando entré a trabajar a La Razón tenía 22 años y todavía era estudiante; entré nada menos que en política y tenía dos jefes periodistas mayores: uno era muy serio y el otro bastante machista y maltratador. Y yo me di cuenta que esa gente no daba un peso por mí. Yo capitalicé mi lugar porque tenía fe en mi laburo, en lo que hacía. La primera vez que piqué una nota y la hice, el más serio se acercó y me dijo: ‘bien’; el otro jamás se permitía asombrarse. En general tenía un modo maltratador; por ejemplo decía delante de mí: ‘te mando a la pendeja’, y nunca me valoró, me consideraba su posesión, eso fue claro cuando me trasladaron de sección sin avisarle y armó un escándalo por eso, no por mí sino porque nadie le informó.” (Cecilia Fumagali)

Según Fumagali, las relaciones con los pasantes solían ser similares con jefes de estas características: con los varones se generaban buenas relaciones en general mientras que con las mujeres pasantes el maltrato era como el que ella sufrió también como experiencia.

Otro estereotipo donde se vislumbra el poder sexual masculino es las maneras de seducción que establecen los/as periodistas para conseguir información. Al respecto, Alejandra Gallo plantea una cuestión muy interesante pues se pregunta por qué no se habla de cómo los periodistas varones persiguen, por ejemplo, a legisladoras argentinas para tener una pauta comercial mayor y sí se critica la seducción femenina. Gallo no coincide en que estas maneras debieran ser tratadas sino que plantea la posibilidad desde la equidad: o se caracteriza a los/as periodistas por sus cualidades profesionales solamente o se mezcla lo privado en ambos géneros. Quizá podría así comenzar a evitarse *cliché* del tipo: *'el tipo es un ganador y la mina una atorranta'* o *'conseguís mejor información porque usás pollera'*.

El otro ítem a tener en cuenta en el análisis de interrelación entre jefas / es y subordinados / as son las formas de comunicación que se establecen entre ambos sectores.

Para desarrollar las declaraciones de las entrevistadas sobre esta temática usé como referencia el libro de la lingüista Deborah Tannen, *La comunicación entre hombres y mujeres a la hora del trabajo* (Tannen, 1996).

Una de las primeras marcas que Tannen refuerza respecto de la relación entre ambos sectores es que, en todo tipo de empresa donde los puestos de dirección los hayan ejercido siempre hombres, la interacción entre jefes y empleados será de estilo masculino, y este factor establece una clara desventaja para las mujeres. La empresa mediática se sitúa desde sus comienzos en esta línea de dirección masculina.

Aparecen las diferencias, que no debieran ser tomadas desde un aspecto negativo sino desde la posibilidad de enriquecer la equidad en una viable combinación

de características. Así los *'ritos coloquiales'* comunes entre los hombres respecto de la sus pares mujeres tienen que ver con las burlas, bromas, provocaciones y el intento desenfrenado de no ser ubicados en una situación de inferioridad dentro de la interacción. Por otro lado, las mujeres manifiestan entre sus ritos coloquiales una apariencia de igualdad intentando disimular la autoridad de quien habla, tomando en cuenta el diálogo de la otra persona para evitar cierta imposición sobre el trabajo. Tannen propone en ambos casos la *flexibilidad*.

En este ritual de la interacción, Tannen afirma que las mujeres tienden a disimular su seguridad intentando equilibrar sus propios intereses con los de su interlocutor, mientras los hombres tienden a disimular sus dudas. Por ello es necesario recordar que obviar ciertas jactancias personales no revela necesariamente una falta de confianza en sí mismo. Esta *inhibición femenina* marca un claro estereotipo sociocultural perpetuado desde la educación primera en las mujeres. Entre las jerarquías de poder en la infancia, por ejemplo, una niña que da órdenes a otra es considerada *'mandona'* y no ocurre lo mismo entre los varones porque en ellos se reconoce la aprobación social de que existe uno que lidera y otro que acata las órdenes. Esta interacción permanece en el mundo adulto. Tannen presenta así una paradoja interesante: aquellas mujeres que en el camino a convertirse en mujer mejor incorporaron los mandatos sociales serán precisamente quiénes más riesgos enfrenten en la interacción social para conseguir lo que deseen. La descripción femenina estereotípica de inclinar la cabeza, sonreír y establecer confidencias se opone a la del ser masculino caracterizado por la fortaleza, la objetividad y la acumulación de datos para impresionar.

"Tanto hombres como mujeres pagan un precio si no se comportan como se espera de su sexo: los hombres que no son muy agresivos son tildados de 'maricas', mientras que a las mujeres no muy agresivas se las considera 'femeninas'. Los hombres agresivos son considerados 'pujantes', aunque si se exceden se los puede tachar de 'arrogantes'. Esto puede perjudicarlos, pero no tanto como los innumerables rótulos

aplicables a las mujeres que pasan por ser muy agresivas, comenzando por el más hiriente: sargenta⁵².” (Tannen, 1996: 41)

Otra característica que diferencia a ambos géneros en las relaciones laborales, según Tannen, es la frecuencia en que se piden ‘*disculpas*’. Este hecho quizá poco significativo, refuerza sin embargo para la lingüista la inseguridad a la que se someten las mujeres en sus relaciones. Existen estudios de campo que demuestran que las mujeres suelen pedir más disculpas ante otras mujeres a diferencia de los hombres que no suelen pedirse disculpas entre ellos, sí tal vez a las mujeres. El pedir disculpas está estereotipado negativamente en un mundo laboral donde priman la arrogancia y la fortaleza masculinas. Lo mismo ocurre con los *ritos* que consisten en dar las gracias y en suavizar una crítica, más frecuentes en el habla femenina.

Desde la perspectiva de Tannen en la forma coloquial masculina existe el ‘*rito de la oposición*’, como ella lo denomina, que consiste en presentar batalla al tiempo de defender una presentación o un argumento en alguna reunión de equipo. Las mujeres no poseen la misma tendencia y, además, suelen interpretar como personales aquellas críticas u oposiciones que se exhiben contra sus proyectos.

¿Podría ser viable generar una manera diferente de interrelacionarse para intercambiar opiniones en el mundo laboral? ¿Podrían construirse nuevos parámetros a partir de ambas formas de comunicación?

La *consulta a otros compañeros* de equipo es otro rito coloquial que suele interpretarse como inseguridad.

“..Es responsabilidad de ella, pero trata de que otros decidan en su lugar. Tal vez le falta confianza para tomar decisiones por sí sola’. Una vez más, las maneras de hablar concebidas para demostrar consideración al prójimo pueden hacer que quien habla parezca inseguro.” (Tannen, 1996: 64)

⁵² En nuestra cultura (Tannen analiza la mujer norteamericana) cabría el rótulo de ‘histérica’.

La periodista Miriam Passarello señala que en la producción que ella coordina todos se distribuyen las tareas y que, si bien los roles están claramente distribuidos y todos le responden a ella como Jefa de Producción, el compañerismo entre el grupo a la hora de trabajar genera que todos apunten sus tareas hacia la misma dirección.

El *humor* suele ser otra marcada diferencia en las relaciones laborales. Las mujeres establecen una suerte de '*autoburlas*' mientras que los hombres humorizan mediante la provocación y burla hacia el otro. Esta diferencia genera bastantes asperezas desde el género por la incompreensión al tiempo de interactuar.

La dualidad que se establece entre el lenguaje 'directo' y el 'indirecto' puede generar conflictos y desentendimientos en el trabajo de equipo, en el pedido y realización de las tareas. Coincido con Deborah Tannen al afirmar que el lenguaje indirecto no es sinónimo de inseguridad. Es cierto que es utilizado más por las mujeres en mayor variedad de oportunidades que los hombres pero es signo de marcaciones culturales lo que connota su uso; es otra forma de comunicarse, ni mejor, ni más sutil, ni menos firme al tiempo de ejercer el mando. De todos modos, son los lineamientos claros los que generan menor dificultad para la comunicación, pero en esto no subyace la idea de inseguridad atribuible al modo femenino de comunicarse. Es imprescindible aceptar que el uso del lenguaje indirecto es cultural, quizá el mayor problema resida no en el lenguaje en sí mismo sino en su interpretación. Mientras que para los norteamericanos la forma indirecta del lenguaje denota inseguridad y falta de poder para los japoneses, por ejemplo, significa obtención de mayor status por su comprensión y *develamiento* asociada a la madurez. (Tannen, 1996)

Tannen concluye algunas de sus observaciones afirmando que es más fuerte culturalmente la asociación del concepto de autoridad a lo masculino.

"Lo femenino se vincula con los atenuantes, lo que mitiga y lo cortés, mientras que lo masculino se asocia con la autoridad. Esto significa que las mujeres, para mostrarse autoritarias, deben arriesgarse a parecer masculinas. También significa que los hombres, si quieren parecer corteses, deben arriesgarse a parecer femeninos." (Tannen, 1996:168)

Más allá de la cantidad de variantes que puedan encontrarse en maneras de ser de hombres y mujeres nos enfrentamos aquí a fuertes estereotipos culturales de género que condicionan el accionar y la interrelación de ambos géneros en los espacios laborales.

Sobre los resultados de las investigaciones realizadas por la Licenciada Lidia Heller (Heller, 2004) la autora afirma que entre las dificultades más frecuentes entre las mujeres para conducir una organización encontró: dividir las tareas, incapacidad para concentrarse en objetivos bien concretos y planificar a largo plazo, administrar los medios y asignar los recursos. De todos modos, reconoce que las mujeres siempre deben cumplir con algún requisito *'adicional'*, en comparación con sus pares varones, para acceder a algún puesto de dirección y remarca una ausencia de *'feminización'* del poder gerencial, esto es, nuevamente, baja probabilidad de la mujer de acceder a niveles de responsabilidad y dirección.

Si bien Heller se pregunta sobre la real existencia de un liderazgo femenino, advierte también que aquellas mujeres que llegan a puestos jerárquicos están optando, como tendencia, por un tipo de *liderazgo interactivo* que implica la inclusión del otro. Se construyen relaciones con sus pares, subordinados y jefes a través de la *verdadera escucha, el respeto y la transmisión de confianza al equipo de trabajo*.

“Las jefas son una pantalla de proyección. Yo hablo de la sombra: todo lo que yo no puedo lograr, se proyecta en la carrera de ella. La jefa te muestra lo que podrías hacer. Las jefas son hipervisibles y las mujeres somos, históricamente, invisibles.” (Laura Di Marco)⁵³

Respecto de algunas características que se reiteran en mujeres que llegan a puestos de jerarquía se mencionan haber tenido una socialización diferenciada – entendiendo a ésta como un fuerte estímulo de sus padres respecto de sus potenciales y posibilidades de acción- del resto de las niñas; además, no creen que ser mujer sea

⁵³ Declaración hecha por la periodista Laura Di Marco para el artículo de Dolores Vidal *“Identikit de las jefas en la Argentina”* (ver bibliografía).

un obstáculo para alcanzar sus expectativas; también trabajaron desde muy jóvenes y poseen, en general, una vida afectiva estable. (Heller, 2004)

Clara Coria en su libro *Las negociaciones nuestras de cada día* (Coria, 2004) , afirma que muchas mujeres naturalizan la idea de colocar a otros en lugares jerarquizados, sobre todo si pertenecen al género masculino, otorgándole mayor crédito a afirmaciones dadas por hombres que a las hechas por mujeres. Esto se debe a que esas mujeres internalizaron la escala estructural gestada por la cultura patriarcal, es decir que legitimaron, de alguna manera, los privilegios otorgados a los varones por la sociedad.

Quizá, como señala Coria:

“La dificultad propia de revisar y modificar tanto los viejos hábitos como los condicionamientos ya naturalizados tropieza también con otros obstáculos: son los que colocan activamente todos aquellos que perderían privilegios si aceptaran los derechos femeninos. Con frecuencia, quienes detentan privilegios suelen ser reacios a otorgar derechos, y no queda otra alternativa que tomarlos sin esperar que sean otorgados.” (Coria, 2004: 89)

Entender al mismo tiempo que es necesario reforzar las identidades masculinas y femeninas como identidades sexuales diferentes y no como comportamientos que debieran asimilarse en la igualdad. Esto para comprender que la fuerza de ejercer el mando laboral también debe afianzarse en la conciencia de ser hombre o ser mujer, en la conciencia de género, en la conciencia de la masculinidad, en la conciencia de la feminidad, cada una legitimada socialmente en su hacer público.

Cáp. III: ¿ORGANIZACIÓN PRIVADA O ABANDONO SOCIAL?

El presente capítulo fue pensado para establecer un contacto directo entre el espacio laboral/ público y el doméstico/ privado. Intenta dar cuenta, a través de las

caracterizaciones de las vivencias y opiniones de las entrevistadas, de las posibilidades generadas a diario por las mujeres que trabajan para determinar una convivencia entre los dos ámbitos. Muestra a partir de algunos relatos descriptivos cómo los estereotipos de género se arraigan a ciertos encuadramientos conceptuales de formas arcaicas de distribución de tareas ya en el espacio laboral como en el doméstico. Los prejuicios e imposibilidades de desarrollo profesional por maternidad; formas encubiertas de discriminación en el ámbito periodístico; y algunos relatos que permiten reflexionar sobre la incapacidad de aceptar estas problemáticas que en muchas empresas periodísticas se intentan resguardar como antiguos condicionamientos que perdieron vigencia en la actualidad.

Organización privada, una elección pautada: hogar, hijos, pareja, ¿el *full time* o la disponibilidad horaria?

En la sociedad occidental del siglo XIX, el siglo de la Ilustración, la mujer sin marido carecía de interés, esto significaba que, cuando eran menores, las mujeres adquirían su importancia civil por depender de su padre; al entrar en el mundo adulto si no se casaban se convertían en mujeres socialmente marginadas. Aquel conquistador admirado por muchos, Napoleón Bonaparte, afirmaba la absoluta necesidad de la lectura de cierto texto del Código civil francés⁵⁴ al tiempo de contraer matrimonio, argumentando que las mujeres “...*olvidan el sentimiento de su inferioridad, se les recuerde con franqueza la sumisión que deben al hombre que se convertirá en el árbitro de su destino.*” (Duby y Perrot, 1993: 110)

Pasaron años, guerras, legislaciones, revueltas políticas y reconocimientos de algunos derechos desde aquellas palabras y, sin embargo, la cotidianeidad de las

⁵⁴ El artículo 213 del Código civil francés dice: “El marido debe protección a su mujer y la mujer debe obediencia a su marido”. Explícita o no esta fue la base de todas las legislaciones de occidente, según Duby y Perrot en su *Historia de las mujeres en occidente*.

relaciones y paridades entre hombres y mujeres aún muestra lineamientos de legitimación del poder masculino por sobre el femenino. Modificar al menos aquellas prácticas que refuercen esa disparidad de género, por ejemplo, en el ámbito laboral, podría ser entonces una tarea interesante. Sólo pueden construirse sociedades auténticamente democráticas y libres con terrenos sembrados en la equidad.

En este abordaje se intenta recorrer las problemáticas que conectan el trabajo y el ámbito de lo público con lo doméstico y el ámbito privado. ¿Cómo se insertan las mujeres en ambos campos? ¿Poseen las mismas responsabilidades que los hombres? ¿La sociedad construye ámbitos que contemplen los espacios laborales de padres y madres o las madres se esfuerzan para mantener la estructura logística de sus familias al tiempo de trabajar fuera de sus hogares? ¿Qué ocurre con estas problemáticas particularmente en las empresas periodísticas? Despejar estas dudas desde las experiencias de las entrevistadas, aporta la realidad que en las prácticas periodísticas (como en toda práctica) supera a las teorías desde las que se construyen habitualmente contratos y estatutos 'casi místicos', pues muchas veces no se condicen con el trabajo en sí mismo de cada día.

Como antesala de este análisis vale revisar algunas de las observaciones hechas durante la *IV Conferencia Mundial de las Mujeres* organizada por las Naciones Unidas, que manifiesta medidas necesarias para debatir y revisar estas problemáticas y que debieran atender los medios de comunicación, las organizaciones privadas y las gubernamentales:

“Fomentar la participación en pie de igualdad en las responsabilidades familiares, mediante campañas en los medios de difusión que hagan hincapié en la igualdad de género y en la exclusión de los estereotipos basados en el género de los papeles que desempeñan las mujeres y los hombres dentro de la familia.”
(..) *“Producir y/ o difundir materiales en los medios de difusión sobre las mujeres dirigentes, entre otras cosas, como líderes que asumen sus posiciones de liderazgo con experiencias muy diversas que incluyen, sin limitarse a ellas, sus experiencias respecto del logro de un equilibrio entre sus responsabilidades en el trabajo y en la familia, como madres, profesionales, administradoras y empresarias, para servir de modelos, particularmente para las jóvenes.”*

Por otra parte, CLADEM, el Comité de América Latina y el Caribe para la defensa de los Derechos de la Mujer, manifiesta en el artículo 13 del Apartado “Derecho al Desarrollo de la Declaración de los Derechos Humanos con Perspectiva de Género” que: “Toda mujer y hombre tiene el derecho y la responsabilidad de criar y educar a sus hijos e hijas, de realizar el trabajo del hogar y proveer a las necesidades de la familia, incluso después de la separación o divorcio.”

Sin adentrarnos en apreciaciones estrictamente jurídicas en torno a este artículo, interesa rescatar la perspectiva que evidencia la equidad entre los derechos de familia tanto hacia la mujer como hacia el hombre. Es decir, el criar y educar a sus hijos, no sólo es una responsabilidad civil sino un derecho que tanto hombres como mujeres deben adquirir; de igual manera, entran en juego también las tareas del ámbito doméstico y las necesidades económicas que los hijos requieran durante su proceso de crecimiento y desarrollo. Legitimar esta idea entre ambos sexos permite abrir todo un juego de relaciones construidas desde otros parámetros sociales, un abanico de posibilidades que apunta a generar prácticas culturales con base en paradigmas diferentes.

¿Por qué hablar aquí o esbozar ideas sobre lo que implica realizar prácticas domésticas? ¿Por qué entretrejerlas a las problemáticas laborales? ¿Cómo se relacionan ambas praxis en la cotidianeidad de una mujer periodista?

La inserción de la mujer en el ámbito público laboral comenzó a enraizarse socialmente hace algunas décadas atrás. El problema inmediato que surge es la doble carga o tarea que complejiza el desarrollo de la cotidianeidad femenina; y esto porque la mujer ‘se incorpora’ al espacio laboral mucho tiempo antes de que el hombre ‘se incorpore’ al espacio doméstico. Las periodistas obviamente no escapan a estas problemáticas.

¿Qué otras ideas de poder o de relaciones de poder podrían deducirse de esta cotidianeidad aquí descrita?

La escritora y psicóloga feminista Victoria Sau, especialista en temas relacionados con la identidad de género, afirma que la paternidad biológica pasó al terreno de lo simbólico en general, desde los aspectos legales hasta los meramente artísticos; mientras que la maternidad quedó estancada en lo biológico. De esta manera, afirma que las madres se han transformado en portavoces de la voz del padre, es decir que ejercen su rol de madre según los lineamientos de la voz del padre. (Sanchís, 2004: 234-238)

Al pensar en la mujer trabajadora actual -aquí en particular las periodistas- son incesantes las preguntas que aparecen al comprender las responsabilidades que no pueden desatenderse desde el ámbito doméstico privado familiar y que recaen, como naturalizadas, en el hacer femenino. Es cierto que los hombres en su rol de padres aprendieron a incorporar ciertas actividades y praxis que parecían de 'uso' exclusivo materno. Es cierto también que aún se están incorporando nuevas.

“Las mujeres que están en la etapa de tener hijos tienen que elegir porque todavía en este contexto de la clase media pesa el tema de la familia como elección. Si no hay, por ejemplo, una estructura empresarial que tenga guarderías, el entorno laboral va haciendo que todo sea más difícil; entonces hay que optar: el part time o menos sueldo para poder salir a las 5.00hs, o suspender el posible desarrollo internacional, etc. La empresa es parte de la sociedad, la gestión es parte de la sociedad; la división entre lo público y lo privado. Cuando todas las reuniones son fuera de hora es como que te quedás afuera. Conozco mujeres que deciden ir a las reuniones de las 10 de la noche porque ahí se toman las decisiones importantes, pero es un costo muy alto. Y no sólo los horarios también los lugares, a veces son en pubs; o conversaciones que empiezan por el fútbol, etc. No es lo mismo para un hombre que para una mujer; y mientras esto no sea puesto sobre la mesa no va a pasar nada.”
(Solange Grandjean)

Cristina Mahne como periodista y madre de mellizas vive estas dificultades en su devenir cotidiano. Asegura conocer muchas mujeres que comenzaron a tener en sus trabajos una dedicación 'cuasi masculina' respecto de manejo de horarios fuera del orden doméstico. Manhe considera que sin la apertura de quiénes designan los puestos de trabajo o la flexibilización en los horarios, el camino se torna difícil. Lo importante para ella es cumplir con el trabajo asignado y no 'calentar la silla' por cierta cantidad de horas estipuladas.

“El viejo prejuicio de que tomar para el trabajo a una mujer puede hacerte perder tiempo por un eventual embarazo, se traslada ahora a tomar un hombre porque puede quedarse hasta

más tarde si fuera necesario. Es como que se redefinió, se sofisticó el prejuicio pero el trasfondo sigue siendo el mismo. Como las mujeres demostramos que podemos quedar embarazadas y seguir laburando, y hacerlo bien; ahora el prejuicio se amolda y se corre y así llegará un tiempo en que como a la mujer se le complica más organizar los viajes laborales, no serán tan tenidas en cuenta.” (Cristina Manhe)

Sandra Russo también afirma, como madre, que el periodismo es un trabajo muy demandante. Russo reflexiona que las mismas dificultades son atravesadas por la capacitación que muchas mujeres deben hacer por ejemplo en el exterior, y de esta complejidad participan el sistema, las mujeres y la biología.

“Si un tipo tiene un cierre hasta tarde, llama a la casa y avisa y se terminó, a una mujer con hijos se le hace tarde y es un drama porque se le va la niñera, porque el marido la espera, porque se siente culpable, no se. El pibe tiene fiebre y la que se levanta cuatro veces para asistirlo es la madre. Entonces el tipo al otro día va al laburo fresquito y la mina está hecha mierda, y eso es así y no hay con qué darle” (Sandra Russo)

A pesar de esto Russo apuesta a las nuevas generaciones de varones y a la aceptación de los cambios en los espacios laborales de las mujeres. También considera que estas problemáticas entremezclan varias cuestiones: por un lado, la situación a nivel más macro con la ampliación del mercado a las mujeres; también las aspiraciones y necesidad de capacitación de las mujeres actuales y, por otra parte, el hecho de que para muchas mujeres estas presiones comenzaron a transformarse en ‘obligaciones’ de peso, más que en un derecho al espacio público.

Miriam Passarello afirma haber tenido compañeras de trabajo que luego de casarse y tener hijos el esfuerzo por llevar adelante la profesión y poder desarrollarse en ella fue muy grande, pero ve en las mujeres la capacidad organizativa como aquella cualidad que les permite solventarse económicamente, criar a sus hijos y desarrollar una profesión al mismo tiempo.

Ante estas circunstancias es interesante remarcar la fuerza del imaginario social respecto de que es el hombre el que mantiene a la familia, aún cuando las experiencias cotidianas marquen severos cambios al respecto. Mónica López Ocón

desarrolló su profesión siempre en relación al periodismo con una fuerte tendencia hacia la perspectiva de género, y reconoce el peso de este imaginario aún en la actualidad y en colegas que deciden sobre los puestos de trabajo. Ocón afirma que las mujeres, en la práctica, trabajan mucho más que los hombres simplemente porque al ingresar al mundo laboral adquirieron nuevas tareas pero no delegaron otras, aquellas del ámbito doméstico.

Para Alejandra Gallo todavía es muy difícil encontrar una manera de convivencia entre el mundo doméstico femenino y el mundo femenino profesional periodístico. Quizá la pregunta aquí sería si el ámbito doméstico debiera ser un mundo compartido por ambos géneros, en lugar de ocupar sólo la agenda femenina. Gallo refuerza permanentemente la idea de que los horarios disparatados de un diario son incompatibles con la maternidad, y da cuenta también de los preconceptos que existen respecto, por ejemplo, a realizar horario partido sólo por tener derecho a la lactancia. Sin embargo, al mismo tiempo observa prejuicios entre algunos de sus colegas varones cuando alguno de ellos pide retirarse antes del trabajo para asistir al acto de un hijo. Reconoce en estos casos diferencias generacionales, los más jóvenes intentan desestructurar, casi inadvertidamente, el ámbito laboral mientras que las generaciones anteriores son fieles a los tradicionales dictámenes del oficio.

“Creo que a veces las mujeres la pelean con armas muchísimo más duras que los hombres y me parece que también hay un costo personal mucho más elevado. Porque lo que noto es que la mayoría de los colegas varones –a quienes puedo admirar profesionalmente y tomarlos como referentes- en puestos jerárquicos o con sus carreras muy avanzadas y demandantes tienen una estructura familiar que gira en torno a ellos en cuanto a horarios y movimientos en la casa. Yo, por ejemplo, estoy en una sección dura que exige muchas horas de trabajo pero vivo sola y manejo los horarios de mi vida privada como quiero, no soy una mina del modelo convencional cultural, pero es lo que elegí para desarrollar mi carrera y no me quejo. Me parece que esto sigue siendo un mandato cultural obligatorio, es un asunto de debate pendiente.” (Alejandra Gallo)

Lo que interesa en este trabajo no es comparar géneros ni sus habilidades, sino por el contrario, dar cuenta de cómo los mandatos culturales gestaron relaciones

estructurales muy difíciles de modificar a pesar aún de haberse ya reformulado algunas prácticas cotidianas que definían -por años- a aquellos mandatos.

Natalia Blanc asegura que la posibilidad de compatibilizar lo doméstico con la profesión está ligada con la particular historia personal de cada mujer, con sus aspiraciones y proyectos, más allá de las complejidades de género; y duda de la incompatibilidad de ambos espacios (público y privado) pero asimilándolos a la capacidad de muchas mujeres que en la actualidad se enfrentan al desafío de desarrollarse profesionalmente y formar una familia. Blanc coincide con las demás entrevistadas en que esta decisión es más complicada de llevar adelante por las mujeres que por los hombres, en todas las profesiones no sólo en el periodismo.

Sin embargo, Alejandra Medina plantea varias cuestiones diferentes respecto de la coexistencia entre la maternidad y la profesión. Destaca la dificultad cierta para que una estructura organizacional mediática deba modificarse adaptándose a las necesidades de las mujeres. Plantea que son elecciones personales que cada mujer debe hacer en su carrera profesional y luego hacerse responsable y afrontar los desafíos para rendir en el trabajo y estar presente en la familia. A pesar de ello, afirma también que las organizaciones están 'diseñadas' en torno a los movimientos masculinos y son las mujeres las que se van adaptando a ellas.

"En realidad lo más complicado es cuando sos mamá. De movida faltás tres meses mínimo y te tienen que buscar reemplazo; a un hombre no le buscan reemplazo porque se va 3 días o 5. Y esto también hay que entenderlo. Yo tengo dos hijas y hace once años, cuando nació la 1º fue un tema para mí decir que iban a poner a alguien en mi lugar, ¿y cuándo volviera qué? Ahí descubrí la competencia, tuve que volver y decir 'acá estoy', a pesar de mi experiencia de muchos años de trabajo. Pero yo siento que es una cosa de uno, que no te lo exigen; si trabajás y sos madre es como que tenés doble responsabilidad y entonces tenés que demostrar más, pero es un rollo de uno, no es que te lo piden así." (Alejandra Medina)

En el desarrollo de esta investigación, al analizar las entrevistas pudo determinarse el *desconocimiento inconsciente* de muchas cotidianidades laborales que vienen dadas culturalmente y que son acatadas por las mujeres profesionales sin

poder dar cuenta de ellas. Lo que al comienzo de algunas charlas aparece como naturalizado y dado e imposible de modificar, empieza a verse después como un acontecer que fue diagramado culturalmente para que así sea, pero que podría ser transformado porque sólo responde a prácticas y modos de hacer y convivir.

Ni mujeres ni hombres, ni hombres ni mujeres; simplemente personas desarrollando sus actividades laborales y domésticas en una convivencia equitativa de tareas y haciéndose responsables de sus roles en cada situación particular.

¿Cuáles son las dificultades para implementar entonces estructuras laborales que contemplen los movimientos cotidianos de las familias actuales?

Sabemos que el conocimiento doméstico es un conocimiento no reconocido científicamente, fue –y sigue siendo- históricamente de elaboración y transmisión femenina, sin embargo poco se conoce sobre las perspectivas cotidianas desde el interior de las mismas. Allí, en las prácticas domésticas se generan discursos que contienen maneras de educar a partir de las cuales se reflexiona, se toman decisiones y se establecen parámetros de conducta. Todas estas actividades se definen desde el género femenino porque así se repartieron las responsabilidades los hombres y las mujeres históricamente. Entonces es lícito afirmar que es este reparto lo que produce el desequilibrio, y no tanto las características de hombres y mujeres en él involucradas. (Instituto de la Mujer, “Educar en relación”, 1998)

Sin embargo, culturalmente se entiende al conocimiento doméstico como un conocimiento *‘privado’* puesto que sus actividades se desarrollan en un ámbito privado; pero quizá esa ausencia de reconocimiento cívico que permitiría interconectar el conocimiento doméstico con el hacer público es la que impide establecer serios parámetros de estructuras laborales que se correspondan y adecuen con las responsabilidades compartidas del entorno familiar actual.

“Muchas mujeres dicen: ‘yo elegí la vida familiar porque la laboral es muy demandante, tenía que viajar mucho y dejar a mis chicos’. Las mujeres creen que eligieron, en realidad es una opción de hierro, no eligieron nada. Las estructuras de poder de las empresas no están preparadas para contener a estas mujeres

en absoluto, porque el mundo laboral está diseñado para un universo masculino, donde el hombre es para el trabajo y la mujer para el trabajo y la familia. En los últimos años las mujeres comenzaron a sentir que era injusto que ellas sacrificaran sus carreras para tener una familia y ellos se permitieran seguir desarrollándose; esto hasta hace poco tiempo se percibía culturalmente como algo natural.” (Mabel Burín)

Muchas de estas problemáticas se vienen trabajando hace años a través de diferentes entidades que han optado por tomarlas como herramientas necesarias para la incorporación y convivencia social de las democracias contemporáneas; lo cierto es que la información que manejan en el día a día las y los trabajadores es muy escasa, y los temas aún parecen circunscribirse a cuestiones de *guetos* que investigan los progresos en el desarrollo laboral y el género.

El mundo laboral aún funciona desde un modelo masculino: horarios que todavía manifiestan la división de roles considerando a los hombres en el trabajo y a las mujeres en las tareas domésticas, la organización, los valores dentro de los espacios laborales. De esto se desprende *la doble jornada femenina* que involucra a aquellas mujeres que trabajan: el cuidado de los hijos, los ancianos y los enfermos dentro del círculo familiar. De alguna manera se vuelven a confundir aquellas diferencias de las que ya habláramos entre lo biológico y lo que se consideran normas, valores y comportamientos para cada sexo dentro de cada sociedad. Se entrecruzan así factores que interfieren en el normal desarrollo de las mujeres en el ámbito público.

“La compatibilidad entre la maternidad y el periodismo es un tema muy difícil porque hoy es un oficio que quedó muy degradado en su situación económica y laboral. Está peor que otros estratos sociales respecto de lo que antes estaba mejor ubicado, esto hace que trabajar de periodista sea muy difícil. Es difícil entrar, entonces entrás más tarde, quizá a los 30 años y ahí querés tener hijos y esa compatibilidad se hace difícil. En periodismo se hacen mil cosas a la vez, casi todas sin planta: escribís un libro, entrevistas, hacés radio, televisión, y para todo esto necesitás un tiempo que no tenés.” (Luciana Pecker)

Es necesario entender que los roles asignados a cada sexo va más allá de las tareas específicas que realizan tanto hombres como mujeres en diferentes épocas y según las condiciones históricas y culturales. .

Existen perspectivas más radicales respecto de la división genérica de roles entre lo privado y lo público. Tal es el caso de María Ángeles Durán, que en su texto *La jornada interminable* (Durán, 1986) señala:

“...para la mayoría de las mujeres, su jornada es su vida y su vida, su jornada. Si ellas dejaran de producir, sostener y mantener el mundo, este mundo hecho de cuidados y nuevas vidas se desmoronaría. Mientras la mayoría de los varones convierten su vida profesional en un proyecto individualizado, en una línea solitaria y ascendente que termina con un desplome vertical en el momento de la jubilación obligada, la mayoría de las mujeres combina su proyecto personal con un proyecto comunitario, familiar, colectivo, y no hay en su vida despegues ni desplomes verticales. La jornada de trabajo no se interrumpe en la vigilancia de las horas de la noche ni en la celebración de los festivos y sólo la vejez y la muerte interrumpen su trabajo, continuado por las nuevas generaciones.” (Durán, 1986: 33)

Durán legitima a tal punto los haceres en las tareas domésticas que las clasifica en tareas de *reproducción*, de *ejecución* (limpieza, alimentación, vestido, etc.), de *gestión* (cuanto mayor es la complejidad de las unidades de producción, más aumentan las tareas de gestión entre los miembros de la familia) y de *socialización y atención afectiva* (son las más lejanas a la idea común de trabajo ni hay visibilidad de intercambio económico).

Es necesario tener en cuenta dentro de este contexto que la reproducción no tiene que ver exclusivamente con las mujeres (exceptuando la corporeidad) sino que es más bien una responsabilidad social, y así debería ser considerada. Sin embargo, tanto la concepción como la procreación no son aún legitimadas y reconocidas como una aportación social y desde allí se complejiza la legalización laboral en torno a la maternidad y paternidad. (Durán, 1986)

Se afianza la idea de que el núcleo de poder de los estereotipos gestados en torno a la ideología patriarcal están aún muy arraigados culturalmente. Esto produce claros efectos a nivel privado, en el reparto natural de tareas domésticas y cuidados de los otros; como en el ámbito laboral para la obtención de licencias y diagrama de actividades a partir de la conformación estructural de las familias actuales. Las exigencias a las niñas sobre la belleza, delicadeza, ternura y sensibilidad y a los niños

sobre la fortaleza, agresividad, sostén y poder. Estos estereotipos condicionaron a mujeres y a hombres a la hora de insertarse en los espacios públicos laborales. Este impedimento fue por años abolido por la lucha de mujeres que permanecieron en la búsqueda de sus intereses personales más allá de los patrones socioculturales establecidos para su género.

“La mayoría de las que ‘llegan’ decidió no tener hijos o postergarlo y eso a los hombres no les pasa porque hay una parte de lo doméstico –que es donde más se juega el género– que los hombres lo tienen resuelto. Lo que es la logística, la casa, los horarios de los chicos, viajar por trabajo, y esto aunque sea todo más equitativo sigue ocurriendo. Es un peso que no se ve, es invisible, nadie lo valora, nadie se da cuenta y es un peso muy grande” (Solange Grandjean)

Es necesario *pactar* en las relaciones jerárquicas familiares para comenzar a modificar estereotipos de adentro hacia afuera. Esto implica llegar a acuerdos en las tomas de decisiones, asunción de roles y reparto de tareas, para que no prevalezca la distribución sexual desigual y poder garantizar el cumplimiento de esa equidad. (Instituto de la Mujer, “Familia y reparto de responsabilidades”, 1994)

De esta manera, podría comenzar a aprehenderse la noción de que las prácticas domésticas pertenecen a un dominio social que no sólo refiere a las funciones específicas de las mujeres dentro del seno familiar, sino del desempeño de todos los seres humanos en ese plano. Desde aquí es más fácil comprender las necesidades del ámbito privado que deben llevarse a cabo y que influyen en lo público laboral, de una perspectiva de género más inclusiva.

“El tema de la relación entre el trabajo doméstico y el trabajo fuera de la casa es especialmente relevante para el análisis del empleo femenino porque en la mayoría de las áreas urbanas la división del trabajo asume la forma de que los hombres adultos trabajan fuera mientras las mujeres adultas quedan a cargo de las tareas domésticas desempeñadas en el ámbito privado.” (...) “la divergencia entre las mujeres es amplia: no sólo se modifican las tareas domésticas a cargo de mujeres, o mejor dicho, la proporción y tipo de mujeres que tienen a su cargo tareas domésticas, sino que también cambian las condiciones en que las mujeres trabajan con remuneración fuera de sus hogares.” (Jelin, 1986: 7)

Es necesario comenzar a plantear políticas de cambio laborales que modifiquen las viejas estructuras y consideren seriamente la problemática femenina de la '*doble jornada*'; el trabajo doméstico es de vital importancia en el proceso de producción y reproducción social, y debiera comenzar a administrárselo en conjunto con las formas de organización laboral actuales. Esto implicaría considerar al hogar, como señala Jelin, como una estructura mediadora entre la mujer y el mercado de trabajo; yo diría más bien entre el mercado de trabajo y los adultos responsables del entorno familiar (incluyendo así a los varones adultos), para conducir a un camino progresivo de equidad. Entender estas problemáticas conduce a comprender por ejemplo que el cuidado de los niños más pequeños es muy diferente si se dispone de guarderías y otros servicios colectivos (Jelin, 1986), lo mismo ocurre cuando en el hogar vive alguna persona enferma que necesita cuidado y atención permanente, situación que claramente se modificaría de existir servicios de salud que se ocupen de este cuidado dentro del hogar. Y podríamos pensar muchos ejemplos cotidianos.

Asimismo, existe una tendencia actual a la postergación femenina respecto de la edad para ser madre. Los deseos y posibilidades laborales más abiertas que comienzan a construirse acercan a las mujeres a una primera concentración en su profesión y una posterior planificación familiar.

La Licenciada Lidia Heller señala que las familias de origen de las mujeres destacadas en sus ámbitos laborales y en posiciones de poder, entrevistadas para su investigación (Heller, 2004), rompieron en general con los paradigmas reinantes en la época que socializaba a las niñas-adolescentes para desarrollarse específicamente en el ámbito privado como mujer adulta. Los hogares de estas mujeres no estaban regidos por las pautas tradicionales en cuanto a la división de roles y tareas domésticas según sexo entre hermanos; muchas de ellas asumieron roles atribuidos a los varones en general; la mayoría fueron madres a edades tempranas y continuaron de manera intensiva con sus carreras.

Otro factor determinante es el '*techo de cristal*'; como menciona Mabel Burín, tanto el cuidado de los niños como las responsabilidades domésticas son una de las principales causas de este fenómeno -el *techo de cristal*- para el desarrollo de las profesionales en sus áreas.

Desde la perspectiva psicológica de Burín (Burín en Alizade y Seelig, 2007), el '*sentimiento de culpa*' funciona como el gran disciplinador que regula los vínculos familiares de las mujeres y su posicionamiento laboral. A pesar de ello, el rescate que observa Burín de esta situación es la manera en que las mujeres pudieron llevar adelante lo que ella denomina '*doble existencia*' (la *doble carga* en otros autores ya mencionados). Equiparando las exigencias y valores de lo profesional y lo familiar, esta doble presencia manifiesta la capacidad de las mujeres de "*gestionar la presencia simultánea en ambas esferas*". Así, articulan y fusionan dos mundos antes separados: público / privado y productivo / reproductivo. Desde esta perspectiva, ante una realidad laboral in-equitativa construyen (las mujeres) modalidades de desempeño laboral que comienzan a diferenciarse de los modelos masculinos tradicionales.

"Si bien las asociaciones simbólicas con cada uno de los géneros han variado enormemente, han incluido el individualismo versus la crianza, lo instrumental o construido versus lo naturalmente procreativo, la razón versus la intuición, la ciencia versus la naturaleza, la creación de nuevos bienes versus los servicios, la explotación versus la conservación, lo clásico versus lo romántico, la universalidad de los rasgos humanos versus la especificidad biológica, lo político versus lo doméstico, lo público versus lo privado. Lo interesante en estas antinomias es que escamotean procesos sociales y culturales mucho más complejos, en los que las diferencias entre mujeres y hombres no son ni aparentes ni tajantes." (Conway, Bourque y Scott, 1998: 177)

Clara Coria investigó de cerca el ámbito doméstico y las relaciones de género que allí se construyen, focalizando su mirada en el hacer de las mujeres también en conexión con el ámbito laboral y la economía interna familiar.

Coria destaca dos tipos de violencia '*invisible*' hacia las mujeres y legitimadas como naturales por la sociedad. Una de ellas es la *autopostergación femenina*, que se genera dentro del ámbito familiar principalmente y que expresa la evidencia de que no

existe un reparto equitativo de las oportunidades. Así, se construye culturalmente la afirmación de que esta autopostergación es legítima porque está justificada en bien de la felicidad de aquellos del grupo familiar a quienes la figura femenina del hogar ama. Muy conectada a esta se encuentra la otra violencia invisible doméstica: la *sacralización de los roles femeninos*, donde la aseveración de la mujer como '*reina del hogar*' es un eufemismo construido desde una perspectiva patriarcal.

“...la incondicionalidad es uno de los baluartes en los que se ampara la “condición femenina” sostenida por el patriarcado, que enarbola la incondicionalidad maternal como prueba y confirmación de feminidad. Desde la óptica patriarcal, la falta de incondicionalidad se considera un atentado a la feminidad.”
(Coria, 2004: 106)

Desde estos estereotipos sociales se construyen creencias que atentan con la libertad de acción femenina, por ejemplo, la *imagen del sacrificio femenino* como un elemento de heroísmo hacia sus seres queridos que devendrá en un posterior sentimiento de culpa y abandono. Esto es, afirma la autora, una *sexuación cultural del sacrificio*. (Coria, 2004)

Además de los condicionamientos laborales y las cerradas estructuras organizacionales, vemos también cómo los mandatos culturales del ámbito doméstico ejercen fuertes presiones conductuales en los espacios públicos. Por ejemplo, al igualar el ser mujer a la idea de maternidad, perpetúa la creencia de *altruismo, incondicionalidad y abnegación* sobre la imagen femenina. Estas características se reproducen en las relaciones del ámbito laboral generando distorsiones en cuanto a la defensa de los propios intereses de las mujeres, la puesta de condiciones en las negociaciones y el derecho a no renunciar a sus propias necesidades, entre otros.

Sin adentrarse aquí en el análisis específico de estas nociones es interesante exponer ahora una hipótesis que Coria construye en torno al concepto de *dinero*. La autora afirma que el dinero es un *indicador de masculinidad* y que a través de él se establece un claro poder jerárquico del sexo masculino por sobre el femenino que impide y dificulta la real independencia económica de las mujeres, como también las

situaciones de inferioridad y subordinación. Nos encontramos así, según la autora, frente a la *sexuación cultural del dinero*. (Coria, 2004) A partir de esta idea es posible dar cuenta de cómo continúan legitimándose las construcciones culturales que obstaculizan en gran medida el desarrollo de nuevas políticas laborales de equidad.

“...la inclusión del dinero va a estimular la concepción de otros espacios y otros tiempos que trascienden el límite de lo privado, incluyendo otra medida y otra calidad en el accionar. Por ello la manera de participar en el dinero no es inocua.” (Coria, 2004: 59)

¿Pero son visibles estas cuestiones en la cotidianeidad laboral y en la privada?

Para Coria aparece nuevamente la invisibilidad tiñendo esta concepción del dinero. Comienza a naturalizarse socialmente que “la mujer no gane más que el hombre”; que “las decisiones e inversiones mayores las realice el hombre”. Se delega el poder económico sobre los hombres y adquieren las mujeres un ejercicio de ‘*poder invisible*’. De esta manera, el modelo cultural patriarcal femenino instala a las mujeres en relación de dependencia respecto del instrumento de poder: dinero. Así, esta misma ideología le impone al hombre la obligación de ser el responsable económico, y cualquier vulnerabilidad será interpretada como ‘*fracaso*’.

Para cerrar este capítulo es interesante conocer cuáles son las perspectivas mediáticas respecto de esta problemática, a través de algunos artículos aparecidos en diferentes medios de comunicación, citados aquí a modo de ejemplo.

En un artículo de Dolores Vidal publicado por el diario *Clarín*, “Identikit de las jefas en la Argentina” (mayo 2009), se plantea entre las entrevistadas para el artículo⁵⁵ la sobre-exigencia hacia las mujeres para posibilitar un reconocimiento profesional exitoso y desenvolverse como excelentes madres y esposas. Estas exigencias se originan culturalmente pero son las propias mujeres las que hacen de ellas un culto, en repetidas oportunidades.

⁵⁵ Lidia Heller y Marcela Cristini, ambas Licenciadas e investigadoras en Género y la periodista Laura Di Marco.

Otro artículo de *Clarín*, escrito por Verónica Surbek, "Reintegrarse luego del parto" (octubre 2008), presenta, entre otras cuestiones, las nuevas modalidades de trabajo que algunas empresas comenzaron a aplicar sobre todo para flexibilizar la movilidad horaria de aquellas mujeres que fueron madres. Así se implementaron, de común acuerdo, modelos *part-time*, semipresenciales y tele-trabajo desde la instalación de Internet y línea telefónica fija por parte de la empresa en la casa de su empleada. Las nuevas visiones reconocen en estas modalidades una manera de retener talentos profesionales que antes, frente a las dificultades de desarrollo y crecimiento, se trasladaban a otras empresas. Quizá estas prácticas no resulten tan efectivas en una profesión como el periodismo, sólo es cuestión de rediseño, cambio y rever el marco de nuevas legislaciones laborales.

Un artículo muy interesante publicado en la revista *Conocimiento & Dirección*, "Igualdad de género en materia empleo" (abril 2009), actualiza sobre la modificación en ciertas actitudes y costumbres laborales en hombres y mujeres. Allí se habla sobre una serie de encuestas que desde 1986 realizó la empresa IBM sobre 'la vida en el trabajo'. En base a estas encuestas se afirma que en la actualidad la inserción de la vida laboral no es un problema sólo para las mujeres sino que compete a ambos géneros. Estas primeras experiencias de haceres y relaciones más equitativas generan nuevos conflictos que reclaman nuevos acuerdos en todos los órdenes de la vida. El artículo informa sobre algunos porcentajes: en 1977 el 49% de los hombres encuestados estaban de acuerdo en que la madre trabajara fuera de la casa y pudiera tener al mismo tiempo una buena relación con sus hijos. Hoy, el 67% de los hombres coinciden con esa visión. En las mujeres el porcentaje pasó del 71% al 80%. Otra característica importante que remarca el artículo es la participación paterna en el cuidado de los hijos; hoy los padres trabajadores administran su tiempo de manera que puedan compartir más tiempo con sus hijos e interiorizándose de su crianza y actividades. Estas modificaciones en el ámbito doméstico son acompañadas también por nuevos conflictos laborales en la vida de los hombres.

La revista *Mora* pertenece al Área Interdisciplinaria de Estudios de la Mujer de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires. En agosto de 1997, July E. Cháneton, investigadora en Estudios de Género, escribió un artículo titulado: “Género (M/F) y massmediación: nuevos objetos discursivos”. El artículo centra su atención al análisis de los contenidos discursivos que fundamentan al sexismo y también analiza –entre otras cosas- zonas enunciativas alternativas. Parte en su análisis de una entrevista que la revista *Para Ti* hiciera al abogado Mariano Grondona, quien opina sobre trabajo y maternidad y declara: “*Trabajar es menos valioso que ser madre*”. Desde allí Cháneton establece un análisis al discurso sexista más que interesante, y del que quisiera rescatar unas reflexiones para este capítulo.

A partir de esa declaración (y otras que aparecen en el artículo) de Grondona la autora establece unas conexiones respecto de la implicancia del contenido en lo dicho. En el discurso del entrevistado aparece negada la maternidad ‘como práctica’ y también la incompatibilidad entre la actividad laboral y la maternidad, esta suerte de virtud que le otorga valor a la esencia femenina. Así, una vez más, se exalta –en la voz del entrevistado- la capacidad reproductiva de las mujeres y, con ella, su correspondencia natural a la asignación social de la esfera doméstica.

“...mientras trabajar expresa la acción como proceso, ser madre refiere a una acción como estado. (..) La práctica laboral no involucra el ser (queda fuera del discurso el ser trabajadora) y la práctica maternal no involucra el hacer, en especial el hacer maternal con sus connotaciones negativas: esfuerzo y desgaste psicofísico del sujeto a cargo del ejercicio de la maternidad.”
(Cháneton, 1997: 91)

De esta manera se ‘sacraliza’ la actividad materna y se la despoja de cualquier necesidad concreta, mundana, cotidiana y real, evitando así hacer visible el conflicto y desatendiendo la problemática laboral desde una perspectiva de género más completa.

En el artículo aparecen unas declaraciones realizadas por la feminista norteamericana Betty Friedan quien afirma claramente:

“Necesitamos estructuras de trabajo que tengan en cuenta la vida de hombres y mujeres que ahora comparten la

responsabilidad de criar a sus hijos. Se necesita una mayor flexibilidad horaria, licencias de maternidad y paternidad y guarderías infantiles en todos los lugares de trabajo.” (Cháneton, 1997: 92)

Estas deben ser, entre muchas otras, necesidades a ser cubiertas desde el sector estatal y el sector privado en las áreas laborales. Esto permitiría comenzar a marcar las diferencias respecto de los mandatos socioculturales patriarcales que conviven con las nuevas formas de estructura y responsabilidad familiar.

“Mediante el trabajo gratuito de las mujeres, su (se refiere a los hombres) calidad de vida mejora enormemente. La ganancia adicional de tiempo libre que éste causa es incluso un lema para muchos. Indirectamente, sus oportunidades mejoran en el campo de la competición de todos los días. ¿Qué hombre le plancha de hecho la blusa que su mujer usará en una entrevista laboral o le cocina al jefe de ella en el caso de una invitación para favorecer su carrera?” (Rullmann y Schlegel, 2004: 235)

Quizá, como señalan Rullmann y Schlegel, la división tradicional de los trabajos entre hombres y mujeres se basa en *un intercambio desigual de valores sociales*, y es aquí donde los cambios deben comenzar a generarse.

Cáp.IV: EXIGENCIAS A LAS CAPACIDADES Y RECONOCIMIENTO PROFESIONAL

En este capítulo se pretende abordar las relaciones laborales de género en las empresas periodísticas desde la capacitación del periodista y su impronta en los medios de acuerdo a su género, y a partir de las exigencias a cada uno. También se explicitarán las diferencias en cuanto a remuneración, reconocimientos, condiciones laborales, licencias y carencias legales. Por otra parte, se pondrá el foco en la conciencia de género de las y los periodistas como base necesaria para enfrentar cambios en las formas de ejercer la profesión. Desde este lugar se presentarán las actualizaciones respecto de un periodismo con perspectivas de género.

IV.1 El problema de la imagen. La calidad del trabajo. Masculinización, autocensura y auto inhibición de la identidad femenina.

Este primer apartado del capítulo sirve para exponer algunas de las dificultades y divergencias más cotidianas en el ámbito laboral periodístico entre hombres y mujeres periodistas.

Un estigma que parece repetirse cuando una mujer accede a un cargo jerárquico es la *necesidad de masculinizar su desempeño como jefa*, pues es el hombre quien reviste socialmente el imaginario de *poder laboral* por sobre los subordinados.

En un artículo escrito por la periodista Sonia Santoro, "La igualdad en los medios es una pelea constante" (junio 2009), la periodista Paloma García, subdirectora de Contenidos Periodísticos de Canal 7, responde acerca de la masculinización en los medios:

"... creo que también lo que sí existe en términos de prejuicio es que la propia mujer termina como varonizándose, no sé si el término existe. Cómo se para una mujer para discutir determinados temas, a mí me pasa como subgerente saber que voy a estar en una reunión donde generalmente están todos los gerentes y pueden llegar a ser 13 ó 15 varones, son situaciones en donde la mujer está acostumbrada a pelear o a exponer casi con la misma fuerza que se supone que debería tener si fuera varón, son todos supuestos y muchos prejuicios, pero creo que todo eso sigue estando instalado"

La *masculinización* está íntimamente ligada al estereotipo de imagen femenina que se construye socialmente. En casi todo tipo de empleo se les exige a las mujeres tener una apariencia impecable y netamente *femenina*, desde allí se edifica culturalmente la feminidad –desde la imagen-, aún cuando a la mujer le resultase incómodo tal perfeccionamiento estético a la hora de desempeñar sus tareas en el día a día. La idea de una *mujer moderna* es aquella que trabaja, puede ser madre presente, profesional capaz de mantener a su familia económicamente, autosuficiente y que se muestra públicamente (o debiera hacerlo) atenta a los estereotipos de la

estética femenina que la definen como mujer: joven, vital, delgada, activa, inteligente.

Muchos son los estereotipos que, a través del lenguaje, legitiman este imaginario:

“Tener un empleo no es tan necesario para las mujeres como para los hombres, muchas de las que trabajan lo hacen porque quieren.”

“Las mujeres no están capacitadas para realizar determinados trabajos que exigen fuerza física o son peligrosos.”

“Los cargos de poder y responsabilidad no son para las mujeres.”

“Una mujer que ‘vale’ sale adelante de cualquier modo.”

(Instituto de la mujer, ‘La salud laboral de las mujeres, 2003)

Este concepto de masculinización es causa de análisis y enfrentamiento entre las distintas corrientes feministas también. Sin entrar en la dicotomía feminista (igualdad & diferencia) puede verse cómo el ingreso de la mujer al espacio público genera inmediatas comparaciones entre ambos sexos e incita a enfrentar a uno con el otro frente al temor de la pérdida de poder público. Como señala Ann Snitow (Snitow en Navarro y Stimpson, 1990), también se percibe aquí que esta discusión presupone otra pérdida: la de todos los aspectos que la mujer conservaba en el ámbito privado, estos son: la privacidad, el sentimiento, la crianza, lo cotidiano. A lo que la autora señala como un argumento con *visión monolítica y eterna del espacio público y de la categoría ‘hombre’*.

Joan Acker (Acker, 1987) afirma que son las imágenes sexuales masculinas las que invaden las metáforas y el lenguaje en las organizaciones dando forma a las actividades laborales. Es la expresión simbólica de la imagen masculina lo que sigue signando el espacio público laboral, ésta ejerce una suerte de control sobre el desempeño de las mujeres en dichas organizaciones excluyéndolas del lenguaje corporal masculino. Cabría preguntarse entonces cuánto queda aún en los espacios laborales periodísticos de aquello que Acker afirmara veinte años atrás al respecto, a saber:

“En la actualidad, la masculinidad hegemónica se caracteriza por la imagen del líder autoritario, fuerte y técnicamente competente que en el aspecto sexual es potente y atractivo, tiene familia y mantiene sus emociones bajo control. (...) Los cuerpos de las mujeres no pueden adaptarse a la masculinidad

hegemónica; para funcionar en los niveles más altos de las jerarquías masculinas, las mujeres tienen que anular todo lo que las hace mujeres.” (Acker, 1987: 135-136)

La periodista Natalia Blanc afirma que la diferencia de género se nota en el trabajo diario de la redacción; no es una constante a remarcar pero sin embargo se percibe en el trato y en las exigencias con los resultados del trabajo:

“.. esto repite lo que pasa en la sociedad. En general, no creo que en el periodismo sea ni peor ni mejor. El poder es masculino y la forma en que se ejerce es masculina; de hecho la mayoría de las mujeres que ocupan altos cargos están masculinizadas en la forma en que ejercen el poder.” (Natalia Blanc)

A pesar de ello, Blanc señala que es un mito la necesidad de masculinizar las jefaturas. Ve en las mujeres la capacidad de ejercer el mando desde la horizontalidad, la solidaridad, de interesarse por el otro entremezclando lo afectivo y lo laboral. Ella misma señala ejercer su cargo de Editora de esta manera, aún a riesgo de ser etiquetada como ‘histérica’.

En este punto se encuentra una amplia diversidad en las opiniones de las entrevistadas, hecho que refuerza la importancia de hablar desde la experiencia cotidiana de cada caso en particular.

“La mujer tiene que demostrar siempre el quintuple que el hombre. Después le reconocen todo más si es dulce y tiene buen carácter. Una mujer con ‘carácter’ y equilibrada tiene éxito porque tira abajo todos los prejuicios de mujer histérica o neurótica. Entonces, la mujer que se cuida a sí misma y trata de manejar sus emociones y no mezclarlas con el trabajo tendrá éxito. La mujer con poder desequilibrada no nos deja bien paradas a ninguna mujer, eso seguro” (Adela Ponce de León)

Mónica López Ocón niega la posibilidad de masculinización de la que se habla al tiempo de caracterizar a muchas mujeres jefas:

“Antes se decía que la mujer se masculinizaba cuando salía a trabajar por \$2,50, ahora se dice que lo hace cuando accede a cargos jerárquicos. La mujer no se masculiniza. Para sobrevivir en el campo laboral, no importa el lugar que ocupes, hay que ser duro. La dureza no es una característica masculina, es una característica que te exige la vida para sobrevivir. Ni la ternura es patrimonio de las mujeres ni la dureza de los hombres. Los dos los tenemos en igual medida, quizá con diferente permiso para mostrar una u otra, de acuerdo a los cánones sociales.”

Sin embargo, Ocón coincide con las demás entrevistadas a la hora de comparar exigencias laborales entre hombres y mujeres. Asegura sin miramientos que las mujeres trabajan en la redacción periodística tres veces más que lo hacen los hombres y que para mantener su lugar de trabajo la mujer redobla sus esfuerzos mientras que el hombre –en general- sólo intenta hacer lobby: *“El trabajo de los hombres en este medio tiene una faceta política muy importante que consiste en acercarse al poder, coquetearle, establecer relaciones de complicidad.”* (Mónica López Ocón)

Cristina Manhe, casi coincidiendo con Natalia Blanc, sostiene la posibilidad de que la presencia de las mujeres tienda a humanizar las relaciones laborales. La capacidad de escucha (tanto atribuida al género femenino) y la sensibilidad debieran ser, para Manhe, algunos de los parámetros desde donde se delineen las nuevas relaciones de jefes y subordinados.

“Quizá el prejuicio pase más por sentir que una mujer va a ser demasiado blanda, condescendiente, que le va a temblar el pulso, que va a tener una mirada demasiado femenina. Cuando en realidad todo eso repercute en la calidad del trabajo. Cuanto más contenida se sienta una persona; saber que va a ser respetada, que se escucharán sus problemas y se consensuarán soluciones, esa persona va a rendir más porque estará más estimulada y contenida. Los periodistas estamos atravesando una época de muchas presiones y exigencias y creo que alguien con una mirada mejor podría distender, no importa si es hombre o mujer, sino que sea una persona sensible ante el planteo del empleado.” (Cristina Manhe)

De esta manera, puede deducirse la interrelación que existe entre el modo de jefatura horizontal y la calidad del trabajo realizado por los empleados de la empresa, lo mismo ocurre en el espacio periodístico.

Mabel Burín, denomina a la masculinización como un *trasvestismo* que realizan aquellas mujeres que llegaron a cargos jerárquicos que fueron tradicionalmente ocupados por hombres. Así, estas mujeres incorporan a sus hábitos gestos, vestimentas y conductas (incluso llegan a imitar la voz en tonos más graves) más semejantes al estilo masculino. De esta manera, surge cierta necesidad de

identificarse con modelos masculinos por la falta de modelos femeninos, lo que implica temores e inseguridad. El temor más fuerte, según Burín, es el de perder la ‘feminidad’ o ‘identidad sexual’. (Burín, en Alizade y Seelig, 2007: 107)

A través de estos lineamientos puede pensarse también desde otro lugar la supuesta debilidad de la naturaleza femenina. Así lo concibe la psicóloga Clara Coria, quien señala que todos estos síntomas de *inhibición femenina* y *vulnerabilidad* son ‘artificiales’, es decir, contruidos socialmente y que es necesario desnaturalizarlos para generar cambios. (Coria, 2004)

En “El ABC de un periodismo no sexista” (Valle, Hiriart y Amado, 1996) se habla de esta problemática desde la experiencia misma de las mujeres periodistas de los años '70, quizá es interesante reflexionar sobre los cambios que se generaron desde aquel entonces.

“Es probable que uno de los peores obstáculos que ha tenido la mujer periodista en su gestión a favor de la igualdad es la autocensura y la autoinhibición de su identidad femenina. Esta respuesta es una estrategia conciente o inconsciente desarrollada por las mujeres periodistas para sobrevivir en el mundo de los hombres. La periodista se afirma como una persona neutra que se comporta, piensa, cubre, reporta y escribe como un hombre. La periodista debe minusvalorar todo lo que tiene que ver con la situación de la mujer y cubrir la noticia de forma ‘racional’ y ‘objetiva’. En los años '70 el mejor elogio que podía hacerse a una mujer periodista era que escribía como un hombre. A esa mujer se le desexualizaba y se le aceptaba en el ‘club’, cuya tarjeta de entrada le permitía escuchar los chistes sexistas junto a las profundas –y no tan profundas- conversaciones intelectuales de sus colegas varones.” (Valle, Hiriart y Amado, 1996: 55-56)

En el mundo radiofónico de las empresas mediáticas, por ejemplo, aún persiste la idea de la voz femenina como una suerte de ‘adorno y complemento’ de la conducción periodística, en mayoría de voces masculinas, construyendo así un rol femenino estereotipado y limitado para el desarrollo laboral. Muy ligado a esto se encuentra la transparencia de esa voz femenina que enaltece la idea de belleza que se corresponde con la imagen social de mujer.

“Me parece divertido y parte del show la confrontación graciosa entre géneros, me parece bien, depende del tipo de programa; pero en un nivel de igualdad, no donde el conductor se queda siempre con la última palabra porque es el dueño del circo. Creo que la mujer puede aportar a la temática que no es exclusiva de género, sino que es una visión del mundo, puede tener que ver con un compromiso más emocional. Una mirada propia.” (Julia Bowland)

Cuando la lingüista Deborah Tannen analiza la comunicación entre hombres y mujeres en la convivencia laboral establece algunas referencias específicas respecto de la exposición pública, la imagen y la belleza para ambos sexos.

Una de las expresiones utilizadas por Tannen que más me llamó la atención para este análisis fue: *“No hay mujeres sin marca”* (Tannen, 1996: 111). Con esto la autora señala la exhaustiva significación social que se atribuye a todo desenvolvimiento, acción y actitud femenina que implique la exposición pública. Por ello, remarca la idea de todo aquello que *‘construye la mirada sobre una mujer’*: los peinados femeninos hablan de la mujer, los zapatos cómodos o los atractivos describen a la mujer que los posee, las ropas sensuales o aquellas que no lo son, los colores que elige para vestirse para el trabajo, el espesor del maquillaje o la ausencia del mismo. Para Tannen una mujer no puede ni llenar un formulario sin regalar datos sobre su identidad.

“A las mujeres les indicaban con más frecuencia que los hombres hablar más alto, proyectar la voz, no inclinar la cabeza a un costado. A algunas les dijeron que su manera de vestir era demasiado sensual y sus modales demasiado coquetos, para que se las tomara en serio en el ambiente comercial norteamericano. En cierto sentido, se mostraban ‘demasiado femeninas’. Pero a otras les decían que eran demasiado desafiantes y abrasivas: lanzaban preguntas sin introducción ni rodeos; eran demasiado insistentes al interrogar; nunca inclinaban la cabeza o lo hacían de una manera desafiante. (...) Se podría decir que esas mujeres no eran lo bastante femeninas.” (Tannen, 1996: 149)

Estos sistemas de evaluación muchas veces repercuten en las maneras en que las mujeres enfrentan sus oportunidades laborales. Las periodistas entrevistadas opinan al respecto:

“Creo que la autohinibición femenina pasa mucho por la inseguridad de las mujeres que creen que nunca pueden competirle a un hombre con las mismas armas, que siempre tienen que estar más capacitadas, y así empiezan a sentirse perdedoras y creen que necesitan capacitarse más y más. Creo que hay mucho rollo de las mujeres con eso.” (Alejandra Medina)

Otras observan las situaciones desde otra mirada,

“Creo que un hombre como Andino tuvo suerte por ser lindo, pero no creo que los otros se queden afuera por eso (ser feos) o por tener 2 ó 3 kilos de más, como sí me pasó a mí. Puede ser que un hombre especialmente lindo eso lo beneficie, pero no está esta cosa milimétrica de medir el cuerpo como lo hacen con las mujeres por ejemplo. Creo que el código de trabajo del periodismo argentino es muy agresivo.” (Luciana Pecker)

Las anécdotas que las entrevistadas recordaban al tiempo de reflexionar sobre estas problemáticas fueron muy enriquecedoras:

“Creo que hay muchas mujeres que lo hacen. Conozco un caso concreto de una chica que trabajó con nosotros hace algunos años, una chica que sacaba ventaja de su imagen, de su estilo gatuno con los hombres. Después si es buena, si sabe trabajar, casi no importa. Ella saca ventaja de esa seducción. Ojo, eso no quiere decir que se acueste con este o con el otro, es que hay gente que tiene una postura de seducción permanente, que lo hacen para decirte que la dejes demostrar, pero hay de todo.” (Mirian Passarello)

La cuestión de la imagen femenina es un punto fuerte en los espacios laborales periodísticos,

“Te doy 2 ejemplos: el suplemento de modas de Clarín lo dirige Andrea Rabollini, la hermana de Karina, que es una diosa total, super empilchada. Y las minas que trabajan ahí son todas así, todas modelitos. Las ves y decís: ¿‘qué hacen, un casting para laburar ahí?’ Eso es como llamativo, la verdad no me imagino una gorda peluda laburando ahí. El otro ejemplo, hay una chica que no es nada linda, entró hace 2 años a Clarín por beca, y estaba con un contrato super precario, y como ella había muchos otros. Pero esta chica tiene un acomodo real, el padre es amigo de Kirchner (Néstor), y en el caso de ella siempre se habla del acomodo en esos términos. Ahora, si ven a una piba despampanante, antes de ver cómo labura ya se dice ‘con quién se acostó’, y quizá no tiene ningún acomodo, pero funciona así.” (Cecilia Fumagali)

IV.2 CV. y capacitación. La remuneración y la contratación.

Para comenzar a debatir sobre las desigualdades en la capacitación profesional; en los modos implícitos y explícitos de contratación; en las evidentes pero ocultas diferencias salariales entre hombres y mujeres, es necesario modificar los roles asignados a unos y otras para paliar esta realidad social dentro de los espacios laborales y su contexto. Por ejemplo, extender los permisos laborales para el cuidado de los hijos e hijas a los hombres; generar socialmente en cada familia una distribución más equitativa de las responsabilidades familiares; el Estado a su vez debe mejorar los recursos para el cuidado de las personas dependientes (que generalmente caen al cuidado de las mujeres de la familia); crear escuelas infantiles para ampliar y facilitar el acceso a centros escolares cercanos; y, por sobre todo, “*educar en igualdad de derechos y oportunidades a niñas y niños*”. (Instituto de la mujer, ‘La salud laboral de la mujer’, 2003)

Para ilustrar con ejemplos que grafican la situación laboral de las mujeres en países desarrollados, puede certificarse que en el año 2006, cuando habían pasado ya 31 años de aprobarse la directiva europea en torno a la igualdad de remuneraciones entre hombres y mujeres, la brecha salarial de la UE estaba en el 15%. En este panorama, España está en el promedio europeo de distancia salarial entre sexos; lejos de Malta o Bélgica cuyas diferencias rondan el 4% y el 6%, y mejor ubicado que Alemania con el 23% y Eslovaquia con el 24%. (García, 2006)

Ahora bien, ¿qué ocurre en el ámbito periodístico?, las diferencias no son tan abismales con las realidades de otros empleos, aunque la profesión se sitúe en instancias diferentes de contratación respecto de otros empleados asalariados o independientes.

Por ejemplo, los colaboradores de revistas literarias y culturales, entre ellos muchos periodistas, no están encuadrados dentro del Estatuto del Periodista Profesional⁵⁶ vigente en Argentina, puesto que este tipo de revistas están constituidas como empresas sin fines de lucro.

“En la práctica, la situación real del colaborador es mucho más ambigua: el mínimo de colaboraciones anuales es manejado a veces como un genuino mecanismo de restricción que regula y limita las reivindicaciones laborales que éste podría ejercer si alcanzare la condición de ‘colaborador permanente’. Para muchos escritores (y periodistas culturales) la vidriera que proporciona un medio de alta circulación es compensación suficiente frente a la ambigüedad de su situación profesional.” (Rivera, 2000: 110-111)

Sin embargo, el Estatuto del Periodista, considera ‘colaborador permanente’ a los periodistas remunerados por cada trabajo que realizan pero con un mínimo establecido en 24 contribuciones al año. En estos casos el periodista y su empleador fijan la remuneración mediante acuerdo previo. De todos modos, existen contratos colectivos que reglamentan las condiciones de la colaboración permanente. Se establece entonces que las personas que trabajen más de tres días durante determinado lapso deben ser consideradas personal permanente.

Bajo otros parámetros contractuales se fija la categoría de ‘colaborador ocasional o espontáneo’ porque no tienen una relación de trabajo estable con su empleador, por eso no se le aplican las disposiciones legislativas ni los acuerdos colectivos.

En cuanto a los periodistas asalariados, en la mayoría de los países, su situación está determinada por la legislación general del trabajo. En países como Argentina, con el Estatuto del Periodista, la legislación para los periodistas es especial. En Francia, por ejemplo, el régimen laboral está determinado para todos los trabajadores por el Código de Trabajo pero éste contiene además, algunas

⁵⁶ Dictado el 25 de marzo de 1944 y ratificado con fuerza de ley N° 12.908 el 18 de diciembre de 1946.

disposiciones especiales y suplementarias que se aplican a los periodistas profesionales. (Informe OIT, 1990, Ginebra)

Según la Organización Internacional del Trabajo la figura de periodista independiente se complejiza en la mayoría de los países para poder otorgarle a éstos una protección como trabajador de la industria de la información. Deben resolverse discusiones que giran en torno de, por ejemplo, si el trabajo que realiza el periodista independiente puede o debe estar administrado a través de un contrato de empleo o de un contrato de prestación de servicios regido por el derecho civil ordinario; si los periodistas debieran estar protegidos por contratos colectivos especiales o realizar acuerdos individuales negociados con el empleador o atenerse a las disposiciones generales de cada empresa en particular.

“Los acuerdos negociados en el ámbito de cada empresa pueden ser más detallados y de más fácil aplicación que los negociados con asociaciones de empleadores. Pero, en cambio, si la fuerza de trabajo no está sindicada en una proporción suficientemente apreciable, es probable que los acuerdos por empresa abarquen a pocos trabajadores.” (Informe OIT, 1990, Ginebra)

Algunos sindicatos de otros países señalan que las condiciones y acuerdos de empleo para la profesión se deterioró debido a la gran oferta de periodistas, en lo que se refiere a la remuneración. Otros países consideran a los periodistas como cualquier otro trabajador de la industria y no poseen convenios o acuerdos especiales. En América Latina, en países como Colombia, Honduras, México, Panamá, Perú y Venezuela, los periodistas están –en algunos casos- cubiertos por contratos colectivos, pero según la OIT, suelen tratarse de acuerdos de empresa.

En Argentina, según el informe de la OIT, se estableció la modalidad de contratos colectivos, sin embargo, uno de los mayores problemas es que las empresas hacen caso omiso de las disposiciones de los contratos colectivos.

Respecto de las horas de trabajo que cumplen los periodistas diariamente también pueden encontrarse algunas variantes. En algunos países las jornadas de trabajo son mucho más largas que la de otros empleados, quizá se espera que los

periodistas trabajen muchas horas extras. En nuestro país el Estatuto del Periodista fija una semana normal de 36 horas, con un día de descanso. Otras normativas indican por ejemplo, que si el trabajo debe realizarse durante un día feriado oficial, podrán entonces tener un día más de descanso a la semana siguiente o elegir que se les pague una tarifa doble de la normas. Hoy, muchos contratos colectivos conceden un día suplementario y paga doble. Por otra parte a los periodistas que trabajan por la noche se les conceden (según lo establecido por el Estatuto) 3, 5 ó 7 días suplementarios de vacaciones anuales; esto es para quiénes trabajen al menos dos veces por semana después de las 20 horas o antes de las 6 de la mañana durante un total semanal de 12 horas como mínimo.

En cuanto a la cobertura por enfermedad, en Argentina casi todos los contratos colectivos que cubren a los periodistas prevén el pago de sueldo y otras prestaciones durante los períodos de enfermedad. Corresponde un pago total del sueldo durante tres meses a los empleados con antigüedad inferior a cinco años y seis meses para los que superen esa antigüedad. Respecto de la licencia por maternidad, abarca el pago del sueldo completo durante 90 días de ausencia de la madre y luego al retornar al trabajo la madre cuenta con una hora para retirarse antes del trabajo 'por lactancia', si atendemos a las distancias de viaje y complicaciones en los transportes públicos y circulación es fácil determinar que esa hora restada no implica una conciencia de la maternidad, de allí las iniciativas para gestionar guarderías en los lugares de trabajo.

Otras licencias a tener en cuenta son las tomadas para capacitación y estudios; no existen en nuestro país convenios que acrediten licencias pagadas a los periodistas por los empleadores para realizar estudios especializados. De todos modos, se prevé por ley el derecho a 21 días anuales de licencia paga para presentarse a exámenes, por otra parte, la mayoría de los convenios colectivos establecen la posibilidad de optar por licencias sin goce de sueldo para realizar estudios.

En cuanto a los periodistas independientes la situación jurídica que los contiene es el de una persona empleada por cuenta propia, por ello, es fundamental la

determinación de las tarifas a aplicar en cada trabajo. Lo habitual es que el empleador negocie de manera individual cada contrato. Salvo los casos de los periodistas muy conocidos las tarifas acordadas suelen ser de valores muy bajos, de acuerdo con la OIT. Por otra parte, a excepción de aquellos periodistas independientes que son contratados en una empresa como temporarios para cubrir algún trabajo adicional del medio, es habitual que a los periodistas independientes se les pague a destajo por lo que no son afectados con las horas extras, los salarios, las vacaciones, cargas sociales y coberturas médicas, cuestiones que pueden pesar en algunos casos y jugar como alicientes en otros. Cabe afirmar que en cierto modo están desprotegidos jurídicamente.

Otro tema a tener en cuenta es la situación de los pasantes y algunas diferencias en las experiencias de vida de 'las pasantes'.

“Al pasante se lo toma al margen de cualquier cosa, porque como es un pibe al que le van a pagar dos mangos para que se ponga a laburar a la altura de un periodista común, no le importa nada. Ahí no importa el género, lo que interesa es tener una persona que labore y vaya de acá para allá. A medida que fui más grande me empezaron a preguntar si vivía en pareja, que yo no sé si a los hombres les preguntan. Como pensando en 'potencial embarazada', 'potencial licencia por maternidad'. Y eso hoy en día para las periodistas rasas, no para las jefas, es como el principal problema. Si fuera por los tipos que te contratan creo que les ligarían las trompas a todas las minas y después les dirían “ahora sí, andá a laburar.” (Cecilia Fumagali)

En las empresas mediáticas la disponibilidad horaria es un factor fundamental al tiempo de definir la incorporación de un profesional, ésta hace en sí misma a la productividad del trabajo del periodista, y por ello, es de fundamental importancia poder regir o rediseñar ciertas reglas del juego a la hora de enfrentarse a las dobles jornadas femeninas. Esta disponibilidad muchas veces es teñida con la idea de 'voluntad de trabajo', cuestión que también es utilizada como una herramienta que se perfila en contra de las responsabilidades doméstico- familiares de las mujeres en general.

Una de las oportunidades que utilizan algunas mujeres periodistas para desarrollar de una manera más enfática sus carreras es apuntar a la 'especialización',

que en términos de José I. Población y Pedro García Alonso (Población y García Alonso, 1997), es una suerte de cualidad de la persona que la destaca por sobre el resto al momento de realizar una tarea en particular.

En repetidas oportunidades encontramos ejemplos donde esta capacitación especial obtiene, sin embargo, escasos frutos económicos.

Casi todas las mujeres periodistas entrevistadas afirmaron que en las empresas mediáticas es habitual ver que a igual puesto de trabajo las mujeres periodistas reciben una remuneración menor. Esta relevante característica está oculta tras el velo de la aceptación moderna a la diversidad y la flexibilización horaria.

“Mi editora tiene el mismo cargo en Única y en Pronto, que como vendía más era la estrellita de la editorial y la trataban mejor, pero los editores, mismo cargo, ganaban más. Y esto se daba porque eran hombres y no porque la revista fuera femenina. Y el dueño era hombre. Es más, iban todos los editores a comer y a ella no la invitaban, si empezás a atar cabos te das cuenta. No creo que tengan conciencia de la discriminación que ejercen pero iban a comer dueños y editores, sin ella, que era editora de una de las revistas de mejor tirada de la editorial.” (Adela Ponce de León)

Los ejemplos no escasean,

“El tema es de la media para arriba. De golpe tenés un redactor que por antigüedad pasó a editor con una guita y una mujer en la misma situación arregla otra guita. Y funciona el tema de los silencios. Se supone que lo que uno gana es conocido, en las estructuras fijas y jerarquizadas se sabe lo que uno gana. Pero hay momentos en que se arregla con uno directamente y te dicen que no digas nada de cuánta guita arreglaste. Y ahí ves minas que hacen el mismo laburo y cobran menos o laburan más, siempre por algún lado se ve la diferencia.” (Cecilia Fumagali)

Muchos de los factores que determinan esta desigualdad salarial entre hombres y mujeres están determinados por los estereotipos de género, pues aún cuando la mujer sea único sostén de su hogar, no se la asocia con facilidad con la imagen de sustento económico. Y, como vimos, las organizaciones son espacios sociales que también reproducen estos estereotipos. *“Los honorarios profesionales son frecuentemente motivo de preocupación para muchas mujeres que no logran manejarse con ellos con la misma desenvoltura con que lo hacen en otras áreas de su práctica profesional.” (Coria, 2004: 76)*

De acuerdo al informe de la OIT, 1990, las mujeres periodistas comienzan a ascender laboralmente con mayor lentitud que los hombres periodistas en todo el mundo, hay también una tendencia a permanecer en categorías inferiores. Otros datos importantes revelados por este informe señalan a la prensa femenina como único camino abierto para que las periodistas mujeres puedan aspirar a hacer carrera como ejecutivas. Curiosamente, o no, se considera que la mitad de los periodistas graduados y en formación son mujeres mientras que la proporción de los titulados⁵⁷ no aumenta en igual medida. Muchas son la hipótesis que pretenden explicar este fenómeno: los sindicatos afirman que las mujeres abandonan la profesión en pocos años por factores que las disuaden de hacer carrera. Los empleadores consideran que este es un fenómeno temporal que desaparecerá cuando haya más mujeres ejerciendo la profesión y se supere esta época de 'transición demográfica'. El informe concluye que son muchas las barreras que las mujeres periodistas deben enfrentar para revertir esta situación.

Es asimismo atribuible a las mujeres la dificultad de estipular y reclamar la remuneración que les corresponden por su trabajo, desde la perspectiva de Coria, esta relación casi de rechazo que muchas mujeres ejercen con el dinero indica claramente que el poder sobre el mismo es patrimonio masculino, aún cuando ellas sean cabeza de hogar.

“Es posible observar en las mujeres una tendencia a tolerar honorarios más reducidos que los de los hombres, aceptar como natural ‘techos’ más bajos, mantener durante años tareas cuya rentabilidad no tiene posibilidades de incrementarse e incluso dedicar, en forma gratuita, muchas horas de trabajo.” (Coria, 2004: 79)

Al mencionar la *calidad* del trabajo de los periodistas muchas veces no puede apreciarse a qué hace referencia específica esta noción. De acuerdo al informe de la

⁵⁷ Es importante considerar que se entiende aquí ‘titulados’ como aquellos periodistas que se titulan luego de permanecer determinado tiempo trabajando para un medio de comunicación específico.

OIT, 2004, la calidad denota no sólo la forma y el contenido del trabajo en sí mismo sino también las aptitudes del periodista, su capacidad y desempeño, y fundamentalmente: *“La posibilidad para el trabajador de hallar bienestar material en la realización de un trabajo determinado, en condiciones de libertad, dignidad, igualdad de oportunidades y seguridad.”* (Informe OIT, 2004: 10)

Cuando hablamos de la *capacitación* de un periodista ¿a qué nos estamos refiriendo? En Argentina son muchos los institutos y facultades privados que en promedio de tres años otorgan el título para ejercer la profesión periodística. En la Universidad de Buenos Aires se accede a través del estudio de la Licenciatura de la carrera de Comunicación. A pesar de esto, la Federación Internacional de Periodistas considera periodista profesional a *“toda persona cuya actividad principal, regular y retribuida, consiste en aportar su contribución, por medio del texto, la palabra o la imagen, a una o varias publicaciones de la prensa escrita o audiovisual, y que con tal actividad obtiene la parte principal de sus ingresos.”* (Informe OIT, 1990: 3)

Desde esta Federación el requisito principal para ser periodista es la fluidez para escribir, y en varios países sólo se requiere el secundario completo para ingresar en la profesión como ‘reportero principiante’.

En los últimos 20 años en varios países de América Latina, como Brasil, Colombia, Costa Rica, Ecuador, Panamá, Perú y Venezuela, se establecieron colegios profesionales de periodistas que exigen el requisito de que los nuevos profesionales sean graduados universitarios. En este lapso de tiempo también se desarrollaron paralelamente escuelas universitarias de periodismo en estos países.

Lo cierto es que en estos casos la acreditación de periodista se obtiene luego de algunos años de trabajar en un mismo medio de comunicación, que varía de acuerdo a cada país.

“En Argentina, la ley de 1946 (Estatuto del periodista) regula el acceso a la profesión de modo que nadie puede obtener el carnet de periodista y figurar en la matrícula profesional de periodistas que mantiene el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social sin haber

trabajado dos años como 'aspirante'. La edad mínima para inscribirse es 20 años. La ley específica que la libertad de prensa y la libertad de opinión son derechos inalienables y que no podrá denegarse el carnet profesional ni ser retirado o cancelado como consecuencia de las opiniones expresadas por el periodista.” (Informe OIT, 1990:7)

Entre las discusiones es interesante saber que la Federación Internacional de Periodistas se opone a la colegiación obligatoria y control colegiado de la profesión, sin embargo, considera que la inscripción voluntaria de los periodistas en el registro profesional contribuye a su sindicación y puede aportar a la defensa de la libertad de prensa.

Algunas de las periodistas entrevistadas recuerdan su ingreso al mundo mediático a partir de capacitaciones realizadas en la práctica misma del trabajo, con poca o nula experiencia sobre la profesión, sólo con las ganas de trabajar y convertirse en periodista.

“.. entonces empecé a ir todos los sábados a la mañana y no me olvido más porque era una enseñanza constante. Santos (Biassati) siempre me decía: ‘un periodista debe saber pedir la temperatura y hablar con el presidente. Todo y siempre. Y no es que porque ya habla con el presidente no debe pedir la temperatura. Debe ir y venir, ir y venir, el periodista tiene que estar preparado para todo’. Y era bárbaro. Porque en ese momento no estaban las computadoras, era todo por Télex, los redactores tenían máquina de escribir por duplicado; y eso era lo que aprendía con él, agarraba un cable y me decía: ‘de esto no sirve nada, esto va acá y esto va allá’. Yo veía todo, cómo titulaban las noticias, era pura práctica.” (Miriam Passarello)

Un mentor y una práctica laboral en el mismo espacio de trabajo, ahora las pasantías son diferentes.

La OIT aún señala que el trabajo de los periodistas se establece en mayores porcentajes como empleados de algún medio de comunicación, o varios, que de manera independiente. Si bien es cierto que estas afirmaciones se centran más en los tipos de contratación europea y norteamericana, también se afirma desde la OIT que la modalidad de trabajo periodístico independiente va en crecimiento en los últimos años. Esto ocurre a pesar de que a los periodistas independientes se les paga sólo por material publicado, no poseen –por ello- seguridad en el empleo, su remuneración es

muy inferior (según la OIT) a la de los periodistas asalariados y también se encuentran en una situación de mayor desprotección respecto de seguridad social. Es sin embargo interesante ver que uno de los factores más tenidos en cuenta para explicar el incremento de periodistas independientes es la inserción cada vez mayor de mujeres periodistas luego de su maternidad, al reincorporarse a su profesión, lo hacen como periodistas independientes. También se consideran como factores de esta modalidad, la atracción en aumento de los jóvenes por acercarse a esta profesión, y también de otros profesionales que comienzan a involucrarse en el mundo periodístico, y además, el interés de los empleadores por la flexibilidad que ofrece la contratación de los servicios independientes.

En la práctica puede encontrarse, por ejemplo, que los datos de las planillas de inscripción de aspirantes a cursar la carrera de Periodismo en TEA (Taller Escuela Agencia) se fueron modificando con los años inclinando la balanza de quienes desean acceder a esta profesión para las mujeres. Es decir, que cada vez son más las periodistas egresadas de esta Institución. Es interesante observar que la carrera de Periodismo Deportivo, que también puede estudiarse en TEA, incrementó al mismo tiempo la cantidad de mujeres interesadas en convertirse en periodistas deportivas.

Ya en el año 2000 la mayoría de mujeres era visible, por ejemplo, los ingresantes en TEA para la carrera de Técnico Superior en Periodismo fueron en total 850: 375 varones y 475 mujeres. Al año siguiente, 2001, crisis económico-política mediante, disminuyó la inscripción de varones y se mantuvo la de mujeres: de 828 inscriptos, 354 eran varones y 474 mujeres. Hacia el 2004, sin embargo, la diferencia tendió a desaparecer, de 934 alumnos, 460 eran varones y 474 mujeres. Una mínima diferencia aparece en el año 2005, de 1011 inscriptos, 482 son varones y 529 mujeres.

Este trabajo no se caracteriza por el análisis estadístico, sin embargo es interesante observar para las temáticas aquí problematizadas que la carrera de Periodismo (tomando TEA como parámetro) está representada desde su capacitación

por un 50% de hombres y 50% de mujeres, estableciéndose diferencias en algunos años en crecimiento a las aspirantes mujeres.

“Lo que ocurre es que ha variado en estos últimos años el imaginario con el que se entraba a la carrera. En la carrera de Comunicación, en la U.B.A. tuvimos un pico de ingreso por crisis 2001, de mucha gente que seguramente se hubiera ido a una universidad privada y vino a la U.B.A. En esos años, cuando el país se empezó a reacomodar bajó un poquito el ingreso, 14% de un año a otro. También el crecimiento del porcentaje de mujeres puede atribuirse a un reflujo de varones hacia otra carrera, de nuevo por el tema de mantenimiento familiar, de pibes trabajando. Nosotros tenemos unos 14.000 inscriptos y están cursando unos 10.500; 1.000 que terminaron la cursada y no hicieron la tesina, este corte recién lo pudimos hacer este año (2005). Y es cierto, hay una cosa de formación muy machista.” (Damián Loretti)

La idea de que las mujeres deben poseer una mayor capacitación que los hombres para conseguir ciertos puestos de trabajo puede haberse convertido en un lugar común a la hora de debatir sobre derechos laborales. Sin embargo, investigaciones que refieren a los comportamientos de hombres y mujeres en el trabajo y que tratan las problemáticas con perspectiva de género aún reconocen la existencia de estas diferencias. (Burin en Alizade y Seelig, 2007)

“Decía alguien que la mujer va a considerar que hay igualdad cuando haya mujeres ineptas en puestos de relevancia. Te encontrás con ineptos en puestos de jerarquía pero es difícil encontrar ineptas. Como tuviste que pasar mil exámenes, diciendo además que no te vas a tomar licencia por maternidad...” (Adriana Amado)

Para Lidia Heller, las mujeres líderes siempre son ‘sobre-seleccionadas’ porque se les exige más requisitos que a los hombres, más distinciones profesionales y logros. Los estilos de conducción de estas mujeres son analizados en detalle, puesto que son minoría y por ello más visibles, pero las miradas que se establecen sobre ellas se realizan tanto en el ámbito personal como laboral. (Heller, 2004)

Otro factor incidente en la contratación es la diferencia salarial entre hombres y mujeres periodistas a igual cargo. Hay quienes consideran que esto es un mito feminista que dista mucho de la práctica real. Las periodistas entrevistadas relataron experiencias laborales que sí se condicen con las diferencias en la remuneración,

quizá el problema es que esto también es una problemática invisibilizada y poco debatida en ámbitos públicos de interés.

“Subyace una cuestión de ‘igual salario por igual trabajo’ que no se cumple porque se arrastra de un pico inferior, porque los cargos que se ocupan son generalmente inferiores. Lo que hay es un prejuicio sectorizado, ciertas áreas es mejor cubrirlas con hombres, y en verdad pueden ser ocupadas tanto por hombres como por mujeres. En algunos estratos existe una presión adicional, a veces real y a veces heredada de tantos años de haber tenido que demostrarlo por lo que muchas pueden sentirse como obligadas a tener que esforzarse más que sus compañeros de banco, que están en la misma posición pero no usan pollera. Igual creo que hay un movimiento hacia la mejoría pero no al ritmo que una querría. Porque también es violencia de género que dos personas que hacen el mismo trabajo cobren distinto sólo porque uno es hombre y otra mujer, ese 30% de diferencia engloba otros cuestionamientos y otras mezquindades que van más allá del sueldo. Esto en Noruega, Suecia o Dinamarca es impensable.”
(Cristina Manhe)

Algunas de las entrevistadas construyen la exigencia de la capacitación desde otro lugar. Por ejemplo, Alejandra Medina, interpreta esta problemática como un ‘rollo’ asociado directamente a la psiquis femenina. Desde su perspectiva, son las mujeres quienes presuponen la mayor exigencia en sus respectivos ámbitos laborales

Heller, sin embargo, señala que la idea de mayor capacitación que cae sobre las mujeres para posibilitar los ascensos laborales surge por la entrada muchísimo más tardía al mundo público respecto de los hombres. Por lo tanto, ellas se sienten como ‘obligadas’ a recuperar una serie de *background* que no poseían hasta entonces.

“En igualdad de condiciones y trayectoria las mujeres siempre necesitan un requisito más. Y el tema de las remuneraciones es muy importante porque hoy un salario no es sólo lo que se cobra de bolsillo, hay toda una serie de beneficios, comisiones, si te dan o no coche, tickets, bonus a fin de año, etc. Todo ese adicional muchas mujeres no lo reciben y se sienten en desventaja.” (Lidia Heller)

Hay en nuestro país un camino por construir sobre estos cambios legislativos,

“Mi sensación es que los mayores desafíos jurídicos que afrontamos en Argentina en relación con los derechos de las mujeres pasan aún más por la práctica que por la ley. Esto se evidencia en la escasa jurisprudencia género-sensible que existe en el país, una tendencia que puede (y debe) revertirse litigando de manera estratégica y apelando a la conciencia ética y

profesional del poder judicial.” (García Muñoz en Chaher y Santoro, 2007: 60)

En los últimos años, (Informe OIT, 2004) los periodistas se muestran preocupados por la posibilidad de que las tecnologías de la información y la comunicación sirvan para encubrir procedimientos incorrectos y abusivos respecto de las condiciones de empleo de la profesión, el acelerado ritmo que la actividad informática requiere impide muchas veces los seguimientos adecuados a cada información pudiendo generar en el público un descreimiento en aumento sobre los medios noticiosos. Frente a este fenómeno los periodistas deben cambiar sus modos de trabajo para adquirir mayor productividad en sus tareas enfrentando, al mismo tiempo, fuentes informativas que no poseen los mismos criterios profesionales periodísticos.

“Hoy, los niveles de exigencia para el ingreso al estudio de Locución han bajado. Hay muchísimos lugares donde estudiar y muchísimos estudiantes. Antes vos tenías mucha demanda y poca oferta, hoy tenés mucha oferta y la misma demanda, por lo tanto, en cualquiera de estos lugares ingresa cualquiera, y yo me pregunto si seguimos los cánones antiguos con qué chance sale alguien de ahí... con pocas chances, pero seguimos.” (Julia Bowland)

Los medios de comunicación en Internet han absorbido muchos periodistas recién egresados de las carreras de Periodismo y Comunicación, este es un fenómeno a nivel mundial, que según la OIT, se acrecentó fuertemente a partir del 2003. Allí también muchas mujeres periodistas comenzaron a trazar el desarrollo de sus carreras. Lo cierto es que la situación contractual de estos periodistas es diferente que la de sus colegas de la prensa gráfica, son jóvenes entre 20 y 30 años y muchas veces se los considera como profesionales de nivel inferior (Informe OIT, 2004). Por otra parte, muchos periodistas sumaron horas de trabajo que no son debidamente reconocidas al tener que, por ejemplo, realizar artículos para diferentes medios (radio televisión y Web) que pertenecen a la misma empresa de comunicaciones. Con el uso de las nuevas tecnologías los empleadores esperan que los periodistas obtengan

mayor información en menor tiempo y esta vorágine resta calidad al trabajo periodístico, y suma esfuerzo pocas veces reconocido. Lo mismo ocurre, por ejemplo, con las locutoras – operadoras que, como relataba Julia Bowland en la entrevista, responden más a un trasfondo de reducción de personal y costos que a cuestiones de practicidad tecnológica.

Para finalizar, es de sumo interés tener en cuenta cuáles son los principales obstáculos que la OIT reconoce para el avance de las mujeres periodistas:

“Las actitudes estereotipadas que hacen suponer que las mujeres actúan como subordinadas y tienen un comportamiento sumiso, la desigualdad de remuneración, la falta de acceso al perfeccionamiento profesional, procedimientos de ascenso injustos, el techo de cristal, el acoso sexual, los límites de edad, la segregación de los puestos de trabajo, el conflicto entre las exigencias familiares y las de la carrera, la falta de servicios para el cuidado infantil y la falta de autoestima” (Informe OIT, 2004: 94)

Además se reconoce la permanente negación a nivel mundial de otorgarle a las mujeres la categoría de reporteras de guerra y se las legitima con mayor predominio como presentadoras de televisión.

IV.3 Periodismo de género. Etiqueta feminista.

En este apartado se intenta plantear como nuevas posibilidades de trabajo las formas del periodismo de género y, desde allí revisar la *etiqueta feminista* como un *cliché* muchas veces atribuido a las periodistas que comienzan a interesarse en esta forma de hacer periodismo. Verificar también, a través de las opiniones de las periodistas entrevistadas, la existencia real de la conciencia de género, formas de practicarla y la necesidad –otra vez- de generarla desde esta profesión. Se intenta dar a conocer simplemente cuánto de lo aquí expresado se advierte por las mismas

protagonistas de la historia y cuánto quizá sólo se evidencia para los claustros que dominan las temáticas de género.

En repetidas oportunidades muchas mujeres se hacen eco, quizá inconscientemente o tal vez en deliberadas posturas teóricas, de cuestiones que refutan cuando elaboran argumentos que enarbolan la equidad de género. Es decir, que esas mismas mujeres que escuchamos hablar en contra de la discriminación de género, muchas veces generan actitudes y acciones que acompañan dicha discriminación; esto podría ser también una clara consecuencia de los estereotipos culturales tan arraigados en torno a la ideología patriarcal.

Clara Coria (Coria, 2004) advierte sobre la falta de conciencia de género afirmando que poseerla se torna *indispensable* para poder combatir la discriminación. Ciertamente es que no podemos cambiar aquello de lo que no somos claramente conscientes. Coria señala que en general las mujeres suelen identificarse más con el grupo social al que pertenecen que con su propio género y esta identificación suele opacar las discriminaciones de género. En su libro *Las negociaciones nuestras de cada día* (Coria, 2004) la autora relata una anécdota sufrida por tres periodistas mientras entrevistaban al ex Ministro del Interior Carlos Corach⁵⁸. Haciendo alusión al busto de una de las periodistas Corach establece lo que para él fue una *broma casual*, en claro uso desmedido de su autoridad. Coria se pregunta al respecto si esta situación podría identificarse por ejemplo como 'acoso sexual', precisamente por el ejercicio de autoridad de quien realiza el comentario.

“¿Por qué las tetas de las mujeres –a las que también se las denomina con el nombre corriente de ‘busto’- pueden ser tomadas por un hombre como centro de broma en una situación oficial? ¿No sería un abuso de autoridad que, por ejemplo, una mujer (ministra en ejercicio) hiciera bromas respecto del tamaño del pene de los periodistas varones que la entrevistaran? ¿Cómo se sentirían ellos?” (Coria, 2004: 131)

⁵⁸ La anécdota puede extraerse de la Revista Noticias del 08-01-96.

Lícito es preguntarse si las mujeres periodistas son concientes de estas situaciones en el momento en que las están padeciendo. Por otra parte, ¿cómo se construyen y resignifican socialmente hechos de este tipo?

“No creo que todas las periodistas tengan conciencia de género. Es muy relativo; la profesión cambió muchísimo en los últimos años, ahora hay muchos becarios. Si una chica becaria la mandan a hacer las peores tareas no va a pensar que es por ser mujer sino por ser becaria, entró hace poco y le pagan poco también y le corresponde eso; esto lo va a pensar aunque tenga al lado un becario que entró a la par y cobra lo mismo y quizá lo jerarquizan un poco más en las tareas. Si el mercado está tan poblado con gente con poca experiencia vas a encontrar muy diluida la conciencia de género; porque hay poca gente que atravesó todos estos estratos y pudo parar la pelota y pensar esto.” (Cristina Manhe)

Las entrevistadas coinciden en la falta de conciencia en la mayoría de las colegas,

“En la mujer pasa que podría ser más conciente de que ella también es discriminada, lo que pasa es que esa discriminación está sostenida socialmente tanto por hombres como por mujeres. (...) Me parece más fácil pensar el género desde una situación extrema que a partir de una cotidiana, pero la situación extrema como la violencia doméstica te da la posibilidad de sentirte excluida de eso y la práctica cotidiana no.” (Mónica López Ocón)

Se suman las opiniones sobre este aspecto en particular.

“Las mujeres fueron siempre entrenadas culturalmente para agradar y desde allí construyen su valoración a partir de las expectativas del otro. Cuando una mujer llega al poder entonces le preguntan dónde va a dejar a los hijos o qué va a hacer con ellos, esto a los hombres no se les cuestiona; se da así porque sigue primando el estigma que es la valoración cultural. Tendría que haber más mujeres con conciencia de género; muchas veces las mujeres que llegan al poder se vuelven más refractarias porque quieren que las demás paguen el precio que ellas tuvieron que pagar.” (Adriana Amado)

Mabel Burín tiene una perspectiva optimista respecto de los cambios que puedan ampliar la conciencia de género tanto en hombres como en mujeres. Afirma que para ello debe lograrse un trabajo múltiple e interdisciplinario, que las mujeres deben también apostar a generar discursos sobre los varones alejándose de las normativas patriarcales que obligan a la revisión de la acción femenina permanente. Es necesario develar también la masculinidad para trabajar juntos en la amplitud de

género y sus problemáticas. Para esto las mujeres necesitan, según Burín, más preparación para combatir todos los estereotipos que afirman que las mujeres son peores que los varones al alcanzar posiciones de poder.

Una de las preguntas resultantes aquí es cómo cruzar la información y la agenda mediática con las problemáticas de género y la conciencia sobre la discriminación de género en el seno mismo del periodismo. Quizá fuera necesario en primer lugar que las y los periodistas acepten esta realidad que los incluye como partícipes directos de muchas situaciones de discriminación, para luego comenzar a construir espacios de trabajo desde conceptos profesionales diferentes. Las y los periodistas debieran asumir la responsabilidad de conectarse con quienes dirigen los medios en los que trabajan para difundir estas problemáticas, hacerlas fuentes de información y establecer parámetros diferentes de relaciones laborales entre hombres y mujeres para no continuar legitimando los estereotipos de género.

Lidia Heller (Heller, 2004) afirma que la mayoría de sus entrevistadas no poseían una clara conciencia de género porque no distinguían la discriminación en términos salariales y tampoco en el acceso a posiciones de poder. A partir de esto, Heller señala también que las líderes latinoamericanas⁵⁹ evitan –en general- hablar de la discriminación contra las mujeres, es un tema que les resulta incómodo al tiempo de problematizarlo. Para Heller las mujeres al entrar en el mundo organizacional no cambiaron las reglas del juego que siguen siendo masculinas, esto habla de una carencia de *'inteligencia emocional'* en las empresas.

Tomando a distintos autores Heller habla de las posibles razones por las que las mujeres no pueden percibir su propia discriminación en el mercado de trabajo. Entre ellas se encuentran, por un lado, *'los factores cognitivos'*, dado que la discriminación opera como un *'no-fenómeno'* y se desconocen matrices de comparación posibles; y por otro, *'los factores motivacionales'* para evitar enfrentarse a

⁵⁹ Cabe aclarar que la 1º edición del libro es de 2004, se infiere por ello que se refiere Heller a las líderes mujeres latinoamericanas representantes de organizaciones mundiales hasta dicho año.

la propia situación de desventaja y a la auto-identificación con la víctima. (Heller, 2004: 122-124).

Esta negación opera desde el supuesto cultural de que el reclamo por la no discriminación coloca en el lugar del más débil a quien lo realiza y por ello, las mujeres en cargos de poder evitan esta asociación, para no verse 'debilitadas' por sus pares. Esta situación a la vez se reproduce por considerar cada caso de discriminación de género como hechos individuales y no significarlos dentro de un contexto social que los contiene y, muchas veces, los legitima. Si las mujeres que se encuentran en posiciones de poder asumen el rol de agentes de cambio con conciencia de género podrían lograr grandes modificaciones a futuro construyendo la convivencia laboral en un marco de equidad.

“Tenemos que descubrir y aprender de las acciones pasadas para acumular las experiencias de otras mujeres y fortalecer nuestras posiciones actuales. (...) Tenemos que remontar 5000 años de dominación masculina, en los cuales se nos formó naturalizando el ser para otros y afirmando nuestra subjetividad en la negatividad. (...) Es hora que a nosotras no se nos defina por las ausencias, ya sean éstas de pene, alma, inteligencia o belleza. Los varones no son definidos como personas sin senos, sin úteros y sería muy extenso todo lo que podríamos ponderar en esta quita.” (Gil Lozano en Chaher y Santoro, 2007: 51)

¿Qué ocurre entonces cuando las periodistas son etiquetas como 'feministas' e ingresan implícitamente en un subgrupo caracterizado minuciosamente por claros estereotipos culturales?

Es habitual que esto inhiba a muchas mujeres periodistas a acercarse al periodismo de género porque temen no poder desarrollar sus carreras en la amplitud de sus posibilidades y restringir así sus ingresos para autoabastecerse.

“Mi propia experiencia en distintos medios de comunicación me permite afirmar que el temor ante la posibilidad de ser consideradas feministas por sus compañeros de trabajo las conduce a aceptar políticas discriminatorias o bien las convierte en aliadas de los especímenes más retrógrados que trabajan en las redacciones de los periódicos o de las producciones técnicas de radio y tevé.” (Giberti, 1997: 20)

En verdad no hay en la sociedad ejercicio claro del poder femenino; no significa esto que necesite haberlo, quizá muchas mujeres se niegan a la noción de poder como tal, lo que sí es imprescindible que desde los lugares de poder no se ejerza, desde roles o cargos de conducción en manos de mujeres, una autoridad marcada por visiones masculinas de las jerarquías laborales. Cuando una mujer se encuentra en un cargo jerárquico, en muchísimas oportunidades se espera de ella que tome decisiones de corte masculino. Esta ausencia también forma parte del temor a la etiqueta feminista.

“La mujer de poder es Condolezza Rice, que es un tipo, o Cristina de Kirchner, que es la banalización. Y en el medio pareciera que pasó la Barbie, te olvidaste tu lucha o sos un tipo, como María Julia Alzogaray o como las primeras mujeres que fueron llegando al poder. Todavía no existe –es algo en construcción– una mujer que pueda ejercer el poder desde la feminidad.” (Adriana Amado)

Luciana Pecker hace una fuerte crítica afirmando que para las periodistas argentinas, en general, es un desmérito ocuparse de temas de mujeres o de género y es allí donde se pierde la oportunidad de multiplicar voces. Hay mucho temor y prejuicio a quedar etiquetada de feminista y muchas veces son las mismas mujeres dentro de los medios las que no ceden espacio a otras mujeres y realizan comentarios de corte machista.

“En mi corta experiencia en radio pude comprobar que allí la pelea es muy difícil, con elementos muy masculinos, muy agresivos. Plantarte para hablar de ciertas cosas genera muchas fracciones. Si estás hablando de violencia familiar, de ser flaca, del aborto, de quién banca el hogar, le estás hablando al tipo que tenés al lado de su propia vida, y eso jode. Además, creo que los temas se tocan aisladamente y en una profesión que está llena de mujeres la palabra ‘mortalidad materna’ no es ni siquiera conocida por el público.” (Luciana Pecker)

Por otra parte, Pecker señala que el machismo no está claramente visualizado por muchas mujeres que lo sufren en sus relaciones laborales. Esto lleva a aceptar un nivel de agresividad naturalizado donde muchas mujeres se convierten en guerreras y otras optan por aceptar ese maltrato justificando en repetidas oportunidades la

discriminación sobre ellas mismas. Pecker relató una experiencia personal donde su jefe no le otorgó el aumento de sueldo que ella solicitaba argumentando (él) que no lo necesitaba porque era el marido quien la mantenía.

“Cuando estábamos en Luna nos reivindicábamos como las bigotudas de la editorial. Porque éramos feministas, hacíamos notas reivindicando la conciencia de género en su amplio espectro, no sólo laboral, y éramos señaladas como poco menos que el ‘grupete de solteronas, bigotudas, aburridas y demás’. Era un chiste que tenía que ver con esto que vos decís del ninguneo hacia los espacios femeninos en las redacciones, pero nadie puede en serio creer que una puede reivindicar ‘huecamente’ las posturas feministas. El lugar que ocupa la mujer es a tal nivel motor social que ser feminista para mí no es comentario negativo.”
(Cristina Mahne)

Respeto de la profesión Mahne sostiene una mirada de cambio positivo al señalar que la impronta machista de la profesión fue modificándose en los últimos años apostando a una tendencia de trabajo más profesional.

Sandra Russo, que estuvo desde la gestación de uno de los suplementos de mujeres y para mujeres más revolucionario: “Las / 12”; y esto por aparecer en un diario matutino de importante tirada como es *Página /12* y profundizar seriamente en temáticas de género pocas veces investigadas desde la prensa gráfica diaria. Desde los comienzos la idea fue hacer un suplemento para las mujeres adentrándose en los problemas de género sin perder la impronta femenina, no hacer un suplemento exclusivo para quienes sólo se interesan en género. La propuesta era una manera, según Russo, de ampliar la perspectiva a mujeres que quizá carecían de esa información.

“Creo que ahora al suplemento le sobra género. La temática se mantiene como en un ghetto y las minorías son muy cerradas en ese sentido, es muy difícil convencer a la gente militante de otra cosa. Me parece que hay muchísimas mujeres dispuestas a que se les abra la cabeza pero que también charlan de moda, cremas antiarrugas, historias sentimentales y, ahí –mezclándolo– me parece que es políticamente interesante porque ampliás el target y difundís el tema de género. En cambio, si difundís sólo cosas de género te queda amargo.” (Sandra Russo)

Y una vez más, aparecía en la charla *'el temor a la etiqueta feminista'*. Russo cree que el feminismo actuó en Argentina como una suerte de espantapájaros. Afirma que la mejor manera de tratar estas temáticas es mezclándolas con otras cuestiones, utilizando grandes soportes para *'jugar el juego que juega mucha gente'* y desde allí mantener la información necesaria.

"En el suplemento de género, los encuentros de mujeres en Mar del Plata o en Mendoza son un arenero, se puede decir cualquier cosa. A mí me interesaría una nota de género en Para Ti o en Telenoche, eso me interesa más (...) Los suplementos y revistas femeninos, en general, son absolutamente superficiales, boludos y poco interesantes. Vos entrás a esa redacción y son todas chicas de San Isidro. Hoy, egresando de una facultad de periodismo me parece que hay muchísimos más sectores para ejercer el periodismo con conciencia." (Sandra Russo)

Otras entrevistadas coinciden en abordar el periodismo de género desde medios más abiertos al público en general.

"Creo que es necesario trasladar la problemática de género a una cuadrícula mucho más amplia. Mostrar que atraviesa todos los ámbitos y que no es algo que tiene que estar en una sección, sino que puede abarcarse desde una nota de cualquier cosa, como economía o política también. Creo que en general el enfoque que hay de las revistas dedicadas a problemáticas de género termina generando aislamiento. Y también trabajar desde lo personal en la construcción de cada nota, buscando fuentes, eligiendo las palabras. Es como una lucha muy micro pero en esa lucha darle espacio a nuevas voces, comprometidas. Eso es algo claro, visible y me parece interesante." (Cecilia Fumagali)

En la actualidad, la división entre publicaciones⁶⁰ con postulados de corte feministas y revistas u otras publicaciones para y por mujeres está muy viciada por los prejuicios que circulan en relación de considerar a una mujer como feminista. Esta problemática de desinformación respecto de lo que significa abogar por reclamos feministas (o no) genera también temores en las mujeres periodistas que sí se interesan por temáticas de género y que sin embargo temen ser etiquetadas como feministas de la nueva era. Al mismo tiempo, esto hace que los medios masivos de comunicación sólo aborden problemáticas de género cuando suceden hechos policiales que son titulados como '*crímenes pasionales*' o '*violencia familiar*', es decir, cuando esas problemáticas parecieran no estar vinculadas al género en su totalidad. Por eso, los temas de género que quedan por fuera de policiales son estereotipados, en su mayoría, como '*problemas feministas*' o '*reclamos feministas*', sin presentar interés mediático en informar sobre, por ejemplo, *desigualdades laborales de género y discriminación*.

Eva Giberti (Giberti, 1997) advierte sobre la problemática existente entre la imagen de mujer construida desde la televisión y la naturalización de esa imagen, ya

⁶⁰ Una breve descripción de las primeras publicaciones de mujeres en Argentina (Fletcher en Chaheer y Santoro, 2007). Durante los primeros años del rosismo, ya en noviembre de 1830, apareció la revista *La Aljaba*, como única publicación feminista (término aún no utilizado en aquella época en el país) argentina pero dirigida por una uruguaya, Petrona Rosenda de Serra. El último número se publicó en enero de 1831. Curiosamente tenía más suscriptores varones que mujeres pero se desconocía si ellos se interesaban por el contenido de la revista o sólo se suscribían por pedido de sus esposas y en nombre de ellas. Fueron las mujeres intelectuales de entonces quienes a través de las cartas de lectores comenzaron también a aparecer en las revistas. Varias mujeres exiliadas fundaron y dirigieron publicaciones en otros países de América Latina, como Juana Manso en Brasil, por ejemplo, con su *Jornal das Senhoras*. La segunda revista de mujeres que aparece en Argentina lo hace en abril de 1852: *La Camelia* y –según Lea Flechter– no se conoce con exactitud por quién fue dirigida, pero la mayoría de las pruebas señalan a Rosa Guerra ocupando ese cargo. Todo el material publicado en esta revista estaba firmado por “Las Redactoras”. Los contenidos de esta revista giraban en torno a los derechos civiles de las mujeres. Alrededor de varias hipótesis ya fueran políticas y / o económicas *La Camelia* dejó de publicarse en junio del mismo año en que apareció.

“Una diferencia significativa entre ésta y *La Aljaba* estriba en que la directora de aquella creía que las mujeres tenían que probar al público que merecían obtener una educación mientras las redactoras de *La Camelia* exigían su derecho a ella sin tener que probar su mérito como mujeres a nadie.” (Fletcher en Chaheer y Santoro, 2007: 82)

estereotipada socio-culturalmente. De algún modo, los modelos que construye la televisión se legitiman como normas que hacen al género como tal.

“Entonces podríamos proponer la existencia de una tensión entre ambas posiciones, la apocalíptica y la integrada, al decir de Eco, o sea la que advierte acerca de la amenaza que significa la tevé que propone modelos negativos del género mujer, y la que apuesta a la capacidad de discernimiento de las mujeres para juzgar lo que le muestran. Esta tensión evidencia una política de legitimación de los contenidos visuales y auditivos que proporciona la tevé.” (Giberti, 1997:21)

No es el objetivo de este trabajo analizar en producción y en recepción la construcción de las noticias sobre género femenino; pero interesa este abordaje para entender o reflexionar sobre las posibles variantes si trabajáramos en la profesión desde una conciencia de género realizando periodismo con perspectiva de género que involucre claramente a hombres y mujeres. Y esto puede apreciarse fácilmente cuando en ese mismo artículo Giberti cuenta su experiencia al ser involucrada en un programa de televisión para la mujer, y uno de los ejecutivos del programa excusa la inexistencia de tratamiento de estas cuestiones afirmando que la mujer que está en su casa no necesita que le estén diariamente recordando los derechos de las mujeres aprobados por las Naciones Unidas; *‘las amas de casa no quieren que les bajen línea feminista todos los días’*; claros ejemplos estos de estereotipos de conceptos y desinformación periodística o, como indica Giberti, *“construcción mental que regula la producción de estos programas para mujeres”*. La autora reconoce que la dinámica de estos programas, sobre todo en cable, se han ido modificando y revisando otras necesidades del género que no sólo tienen que ver con la cocina, pero advierte sin embargo sobre la perpetuación de las intenciones de las agencias que compran los espacios de televisión y que implican por lo tanto reproducir los programas como se conocen hasta hoy.

“Las mujeres mediáticas entrenadas en temas referidos al género no consiguen incluirse de modo sistemático en los medios. (...) son eficaces como advertencia transitoria y como formadoras de opinión pero no logran perdurar lo suficiente. Es decir, tener representatividad. Utilizar la pantalla chica para existir y no sólo para aparecer, constituye una responsabilidad que permite algo

más que exponer las problemáticas de género: (...) modificar la percepción social que nos adjudica estrategias sensibleras y exhibiciones narcisistas exclusivamente.” (Giberti, 1997:29)

Desde un lugar de la investigación sobre medios, Adriana Amado afirma que tanto la televisión por cable como los suplementos para mujeres y las revistas femeninas son refugios para las mujeres periodistas quizá en los comienzos de sus carreras. Por otra parte, y en cercanía a la postura de Giberti, Amado señala que el ámbito reconocido como femenino para enmarcar a las revistas femeninas sólo tienen que ver con el hogar, la maternidad y el bricolaje; y –estableciendo la comparación reconoce- sin embargo, las nuevas revistas para hombres hacen mayor referencia a una suerte de ‘cultura urbana’, por ejemplo.

En otros países la defensa del lugar de las mujeres en los medios de comunicación y en la sociedad proviene de asociaciones civiles y nunca de los propios medios.

“Hay una frase de una asociación muy importante que se llama ‘Perras de Guardia’, algo así como cancerberas, donde su militancia y su señalar a –por ejemplo- las publicidades que insultan a las mujeres, terminó haciendo que las agencias y anunciantes, para evitar el escarnio público, aceptaran la opinión de la asociación en los focus group. La verdad es que en Argentina no tenemos conciencia de género como en España. La frase típica en los medios es ‘soy femenina pero no feminista’.” (Adriana Amado)

Gertrude Robinson⁶¹ (Di Leo, diciembre 2005) reflexiona acerca de los estereotipos de género que marcan a las periodistas como menos competitivas que los hombres periodistas e incapaces de realizar las tareas más duras. Además afirma que tanto las mujeres como los varones debieran ser educados en la equidad de género y esto debería ser socializado para por fin poder decir que se está operando en una sociedad con equidad de género.

⁶¹ Autora del libro *Gender, Journalism and Equity*, (2005), Hampton Press Communication, Hardcover; libro del que se habla en el artículo de Di Leo, diciembre de 2005 (ver bibliografía).

En una entrevista⁶² realizada a Paloma García -subdirectora de Contenidos Periodísticos de canal 7- la periodista da cuenta de las dificultades que se presentan en las mesas de trabajo donde se decide la pauta del día, a la hora de intentar marcar agenda desde problemáticas de género que no estén relacionadas exclusivamente a la violencia doméstica y violaciones, es decir, que no queden en el ámbito de lo policial. Es difícil, señala García, escapar de la agenda de los multimedios. A veces entonces aparecen informes de abortos y fertilización asistida. De todos modos, la imagen de la mujer se continúa así construyendo desde lo corporal.

“Creo que hay una obligación de promover la igualdad, pero creo que falta muchísimo. La gente que hace que lo que se ve en pantalla arrastra las mismas cosas que la sociedad. Y que en lo cotidiano no nos planteemos estas cuestiones está mostrando una luz amarilla. Creo que debería ser más natural que decidamos qué queremos tener en la agenda de los noticieros temas de género, no tener que esperar a la excusa informativa.” (Paloma García, en Santoro, 2009)

En un artículo Rosa Franquet (Franquet, 1994), analiza entre otras cuestiones el papel que juegan las periodistas en la producción de las noticias y qué ocurre con esta presencia femenina en los medios. Aparece una clara determinación respecto de TVE (Televisión Española) que indica que la presencia de las mujeres periodistas en la redacción no genera una sensibilidad especial respecto de las temáticas de género y ni otorga por ello un mayor protagonismo a la mujer. Según este artículo, las periodistas optan en la mayoría de los casos por citas de varones para dar mayor credibilidad a sus escritos. Por otra parte, Franquet señala que no hay necesariamente una relación directa entre el aumento de mujeres periodistas trabajando en los medios de comunicación (radio y televisión) y cambios radicales en la forma de valorar y construir la información. De allí que la autora proponga que para poder equilibrar el tratamiento sexista de la información debiera sumarse a la incorporación de mujeres periodistas en

⁶² Entrevista realizada para el corto documental *“La mujer mediatizada. Presencia femenina en los medios argentinos”*. Extraída del artículo de Sonia Santoro *“La igualdad en los medios es una pelea constante”*, 16.06.09, Artemisa Noticias.

la redacción un cuestionamiento a los valores ya marcados por la rutina laboral periodística cotidiana. Quizá de esta manera se resignificarían las formas de valorar y elaborar la información.

En “El ABC de un periodismo no sexista” (1996), Valle, Hiriart y Amado, coinciden con esta consideración respecto de la no determinación de crecimiento cuantitativo de las mujeres en los medios y la transformación de la imagen que de las mujeres se construye en ellos.

Si bien hoy las mujeres periodistas acceden a todos los medios de comunicación como fuentes de trabajo, una de las dificultades que continúa preocupando desde la perspectiva de un periodismo de género es la idea que se construye de lo femenino y de lo masculino desde los medios, y por ello, se remite insistentemente a la presencia de periodistas mujeres en ellos como posibles anclajes de potenciales cambios, aunque queda demostrado que en el ejercicio cotidiano de la profesión esto no ocurre porque también existe una fuerte ausencia de conciencia de género y desinformación de muchas de estas problemáticas. Desinformación que en muchos casos está legitimada por la naturalización de los estereotipos de género dominantes.

“Aunque reconocemos que el nexo entre los medios y las mujeres se establece en el marco de las desigualdades preexistentes a la expansión comunicacional, y que ellos no son los causantes de la marginación y desigualdad de las mujeres frente a los hombres, la manera de presentarlas, proyectarlas, representarlas o usarlas, puede potenciar o disminuir no sólo su marginación, sino también las inequidades de género.” (Silva, 2000: 11-12)

Respecto de las posibilidades de construir espacios mediáticos diferentes la filósofa Diana Helena Mafia señala:

“¿sólo las mujeres pueden representar a las mujeres? Traducido en políticas concretas esto significa preguntarse si se debe alentar la producción y el protagonismo femenino esperando que de allí surjan reivindicaciones de género, o se debe alentar la producción de discursos y acciones que rompan los estereotipos vigentes, sin poner condiciones (tampoco de género) al sujeto emisor de tales discursos. Desde mi punto de vista, no todas las

mujeres representan a las mujeres, y no sólo las mujeres representan a las mujeres.” (Maffia, 1998)

Utilizando esta perspectiva podemos hablar entonces de ‘periodismo de género’ otorgándole la legitimidad que se requiere al tiempo de entablar una mirada comprometida con las diferentes problemáticas relacionales que involucran a las mujeres y a los medios de comunicación en esta red de significaciones sociales.

“Cada día aumenta el volumen de investigaciones sobre los medios de comunicación, sus transformaciones y sus impactos. Sin embargo, desde la perspectiva de género y los estudios de mujeres, la mayoría de estos avances y reflexiones son parcialmente útiles, ya que se persiste en cometer el mismo error histórico: omitir en su reflexión la perspectiva de género. (...) también es cierto que en el caso de los contenidos transmitidos, concretamente en la representación de las mujeres, no se visualizan grandes transformaciones.” (Silva, 2000: 14)

Desde este lugar, Sandra Chaher (Chaher en Chaher y Santoro, 2007) revisa la importancia del cómo estar en los medios. Esto es, no alcanza con incrementar el número de periodistas mujeres sino que la forma en que tanto hombres como mujeres presentan y comentan las noticias a partir de considerar una perspectiva de género que las contenga. Chaher plantea la necesidad de trabajar esta problemática tanto en medios masivos como alternativos para lograr conciencia de género desde ambos lugares.

“Una de las más importantes (falencias) es considerar que los temas de género son solamente los temas en los que las mujeres son los sujetos principales. No se tiene en cuenta la perspectiva relacional entre mujeres y varones. (...) no se trata sólo de visibilizar a las mujeres, sino de reproducir una revolución en la estructura social sobre la que se funda el patriarcado, la supremacía del varón sobre la mujer.” (Chaher, 2007: 109)

Hablar de periodismo de género entonces es observar los hechos noticiables teniendo en cuenta cómo afecta de manera diferente a hombres y mujeres respecto de los roles que éstos desempeñan en la sociedad. Por ello, desde aquí puede afirmarse que **la perspectiva de género atraviesa todas las noticias en todas las secciones de los medios y debería ser practicada por todos los periodistas.**

Chaher afirma que no existe un medio de comunicación que haga periodismo de género 'puro'. Las dificultades para que esto ocurra pueden estar dadas, según Chaher, por falta de fuentes; falta de preparación en la clase política; falta también de capacitación en los periodistas para ejercer esta mirada; falta de conciencia en los responsables de los medios. A esto podrían agregarse los prejuicios que en torno de la capacitación periodística con esta perspectiva se construyen desde los ámbitos periodísticos y entre los mismos colegas. Estas características fueron remarcadas por algunas de las entrevistadas.

“Ahora hay una palabra que se usa mucho: ‘metrosexual’. La 1º nota sobre este tema la hice yo en la Revista XXIII, que son estos hombres –aunque es una estipulación del mercado- más sensibles, abiertos, que cuidan más la estética. Y creo que si hacés bien esas notas, aunque sea en una línea podés decir ciertas cosas, por ejemplo, que la masculinidad también es un estereotipo donde el hombre debe ser proveedor, que es un condicionante tanto para los hombres como para las mujeres. También hice notas sobre el final de la corbata y lo que significaba ese nudo en la garganta para los hombres y sus sentimientos.”
(Luciana Pecker)

Otro ítem importante al hablar de periodismo de género es desentenderlo como una especificidad de formación profesional. ***El enfoque de género debería ser una formación habitual en las carreras de Periodismo y Comunicación.*** Los profesionales de la información, y más aquellos que trabajen en medios masivos de comunicación, deberían aprovechar su poder de construcción de significación simbólica para promover la igualdad de género y oponerse a la discriminación desde el ejercicio mismo de su trabajo cotidiano.

Existe una diferencia sustancial entre hacer periodismo con enfoque de género y realizar notas de mujeres. Las primeras construyen una mirada diferente de la situación a partir de un abordaje vincular entre las implicancias del hecho para las mujeres tanto como para los varones. Las notas de mujeres sólo cambian el sujeto de la información, es decir, los varones son sustituidos por las mujeres. Chaher señala que este abordaje vincular es parte de una etapa superadora de la visibilización de las mujeres. (Chaher en Chaher y Santoro, 2007)

“Es necesario que los medios empiecen a dar cuenta de mujeres y varones de forma integral, separados por diferencias biológicas y unidos por determinaciones culturales, proponiendo una nueva forma de estar en el mundo que apunte a la equidad que se puede lograr en las diferencias.” (Chaher, 2007: 135)

Ahora bien, una de las mayores falencias es quizá no tener en cuenta la dimensión del género para determinar la *noticiabilidad* de un hecho, por ejemplo, preguntándose cómo afecta un hecho determinado a hombres y mujeres en su especificidad. En el *Manual de género en el periodismo* (Santoro en Chaher y Santoro, 2007), Katrin Gothman propone criterios para considerar el género en la noticia a partir de las diferencias entre hombres y mujeres: la participación en el hecho y su representación; los recursos disponibles (tiempo, espacio, educación, información, poder político y económico, trabajo, asistencia sanitaria, medios de transporte, ocio, etc.); las normas y valores que tienen incidencia en los roles tradicionales por sexo; los derechos para encarar la discriminación y el acceso a la justicia.

“... En Noticias (revista) está instituido lo que se llama la mirada femenina, que sólo puede darse sobre si está bien vestida Cristina Kirchner, o si este color de pelo le queda bien. La mirada femenina es siempre la mirada pelotuda. Las mujeres solo podemos ejercer la mirada femenina sobre las pelotudeces; esto sigue siendo así.” (Mónica López Ocón)

Para realizar periodismo de género y construir relaciones de equidad es necesario promover y dar uso legítimo al lenguaje no sexista, desde la profesión y en la vida cotidiana. Utilizar el lenguaje como una herramienta base a la hora de determinar los parámetros que definen el contenido de lo que se dice no es una tarea fácil.

“Dice Teresa Meana Suárez en el artículo “Sexismo en el lenguaje: apuntes básicos”: decir niños y niñas o madres y padres no es una repetición, no es duplicar el lenguaje. Duplicar es hacer una copia igual a otra y éste no es el caso. La diferencia sexual está ya dada, no es la lengua quien la crea. Lo que debe hacer el lenguaje es nombrarla, simplemente nombrarla puesto que existe.” (Santoro en Chaher y Santoro, 2007: 142)

Cuando redactamos una noticia, cuando ilustramos con imágenes de personas esa noticia que estamos construyendo, es indispensable tener en cuenta cuál es la idea de hombre y de mujer que estamos transmitiendo, como también cuál es la relación entre los sexos que de allí se desprende. Debieran evitarse los roles tradicionales y comenzar a jugar con las posibilidades de cambios que hoy ya circulan en la sociedad como construcciones posibles; equiparar, por ejemplo, las ilustraciones que tradicionalmente muestran a los hombres en determinadas tareas y a las mujeres en otras.

“Los medios continúan construyendo sus contenidos sin modificar la añeja noción de lo que es noticia. (...) Esto restringe el registro y la emergencia de la mujer como protagonista de la actualidad medial. (...) Las transformaciones de los escenarios mediales evidencian un desnivel entre su desarrollo tecnológico y los sentidos de sus contenidos.” (Silva, 2000: 21)

En el texto de Silvana Bruera, “Análisis comparado de los monitoreos” (Bruera, 2000), aparece un registro interesante de la presencia de mujeres y su protagonismo en los medios de comunicación masivos (radio, televisión y prensa gráfica) tanto en su rol periodístico como en su calidad de entrevistadas o voceras. El monitoreo se realizó en 1999 en Argentina, Uruguay, Paraguay y Chile. De allí se desprende, por ejemplo, que las noticias que remiten a mujeres ocuparon poco espacio en los medios analizados, con excepción del noticiero “24 horas” de Televisión Nacional de Chile. En el caso de la radio si bien el porcentaje de participación de las mujeres en las noticias es muy bajo, Argentina registró el máximo de cobertura 7,3% y Uruguay el mínimo 2,5%. En Argentina, la cobertura en televisión 4,4% fue menor que en radio. En general las mujeres son mostradas como víctimas para reforzar el impacto de la noticia. Respecto de la prensa escrita en los cuatro países la presencia de los temas que refieren a mujeres tuvieron muy poca visibilidad, las mujeres aparecen en titulares secundarios y en bajas proporciones. Argentina y Uruguay registraron sólo un titular en todo el mes de monitoreo. En cuanto a las imágenes *se concluyó que las mujeres no son las protagonistas de las noticias sino que a menudo sus imágenes actúan como*

ilustración. Las imágenes representan a las mujeres sólo en sus roles sociales más tradicionales como los de madre o maestra.

Bruera afirma que los medios tienen la responsabilidad de desarrollar directrices que puedan promover la diversidad de la imagen de las mujeres que ellos mismos construyen, a partir de otros códigos y otras formas de regulación. Es claro que las mujeres no son tenidas en cuenta como fuentes de información, son consultadas muy poco por los medios, y esta es una política mediática que debiera modificarse.

Para finalizar este análisis voy a citar una anécdota relatada por la periodista Natalia Blanc en la entrevista que le hice para este trabajo y que, de algún modo, resume ciertas actitudes naturalizadas de la cotidianeidad laboral periodística:

“Una de las primeras veces que yo estaba editando había una sección que ahora no sale más que era como solidaria. Entonces todas las semanas se buscaba gente de distintos ámbitos que hiciera algo bueno por los demás. Y en ese caso era un equipo de estudiantes de abogacía con un profesor que daban servicio gratuito. Y para editar esa página todas las semanas había que tener un título curioso, y a veces me salía y a veces no. Esa semana no daba pie con bola y pasé uno más o menos; lo ve el editor Jefe de Redacción y me dice que busque otro. Entonces le pedimos opinión a un hombre que tiene el mismo cargo que yo –eso lo hacemos usualmente acá- y a él se le ocurre uno buenísimo: ‘Defensa y Justicia’. Entonces el Jefe de Redacción me dice: ‘¿viste? hay que ser hombre y saber de fútbol para ser editor.’” (Natalia Blanc)

La equidad como objetivo,

“Lo masculino y lo femenino con igual valor. Lo privado y cotidiano tan importante como lo público. La emotividad para contar y la racionalidad para analizar, complementarias en vez de excluyentes. La objetividad periodística no a expensas de desconocer la subjetividad. Piezas móviles, simultáneas, del armado de un rompecabezas” (Enghel, 1997:43)

7) ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS

Es lícito aclarar aquí que el contenido de las encuestas fue desarrollado en el cuerpo de la tesina, en cada capítulo. Es decir, las respuestas elaboradas por las mujeres estudiantes de Periodismo y/o Comunicación, o algunas recientemente

recibidas, contribuyeron para elaborar el análisis de cada capítulo y poder legitimar las observaciones pertinentes en cada uno de ellos.

Al indagar, en opinión de las encuestadas, sobre la falta de conciencia de género de quienes trabajan en los medios; el arraigo de los estereotipos de género; las relaciones entre jefes/as y subordinados/as, la encuesta da cuenta de las coincidencias con las periodistas entrevistadas. Se mantiene la falta de conciencia y, en muchas encuestas, aparece también la falta de información que revela la ignorancia y desinterés sobre las problemáticas tratadas en esta investigación. Los pares varones son considerados por la mayoría de las encuestadas como quienes no poseen conciencia de género en los espacios laborales que comparten.

Muchas de las encuestadas que se desentendían del tema, no contestaron la pregunta sobre la falta de información sobre género. Otras optaron por resaltar como razones principales de esta desinformación que, por un lado, las problemáticas de género no son un tema de agenda mediática; que las investigaciones al respecto sólo circulan en los guetos académicos y que, por otra parte, existe una falta de interés de quienes trabajan en los medios.

Es necesario aclarar aquí que no se entiende desde este lugar una obligatoriedad de tematizar ni investigar sobre las problemáticas de género a todas las mujeres periodistas o estudiantes de periodismo. Lo que se intenta es no sólo dar cuenta de la información que manejan quienes son parte directa de la profesión, sino también observar que la falta de información y conciencia habilita la perpetuación de los obstáculos de desarrollo profesional que se analizan en este trabajo.

Según la encuesta, las estudiantes mujeres no consideran al periodismo como una profesión masculina, pero reconocen entre las razones principales que hacen a la escasez de mujeres periodistas en gerenciamiento de medios, al temor de la contratación de mujeres ante la posibilidad de embarazo, licencias y responsabilidades por maternidad; los estereotipos socioculturales de género y las características propias de las culturas organizacionales de empresas en general y mediáticas en particular.

Es interesante señalar que la encuesta revela las posibilidades de las mujeres periodistas de acceder a cargos gerenciales a partir de poseer una imagen femenina “perfecta”; por otra parte, sin embargo, se reconoce la exigencia sobre las mujeres respecto de presentar aquella imagen al tiempo de ser contratadas en ciertos medios.

Entre las aspiraciones de las estudiantes de periodismo no prima la idea de alcanzar un cargo jerárquico en alguna empresa mediática; no puede saberse si esto se corresponde con la posibilidad de acceder a otras maneras de ejercer la profesión, pero las encuestas coinciden en que las aspiraciones se enmarcan en torno a la redacción en medios gráficos, la producción en general y la instancia académica.

Por último, respecto de la incidencia positiva sobre las políticas mediáticas que podría generar la incorporación de mujeres en el gerenciamiento de los medios, las opiniones se dividen en porcentajes similares, esto significa que no podría afirmarse – según los datos arrojados por la encuesta – que la inserción de mujeres periodistas en la escala jerárquica las empresas mediáticas asegure cambios respecto de las problemáticas de género analizadas en este trabajo.

8) CONCLUSIÓN. UNA SIMPLE MIRADA A FUTURO

Las relaciones humanas están teñidas de complejas formas de comunicación en la práctica cotidiana, en todos sus ámbitos. Al abordar los espacios laborales periodísticos como puntos de encuentro para analizar las interconexiones de las jerarquías laborales mediáticas es imposible no dar cuenta de las experiencias vivenciales de trabajo que acompañan la cotidianeidad de quienes allí se desempeñan.

Esta investigación se generó dentro de la perspectiva de género como pilar fundamental para su abordaje teórico. Aquí se vieron y problematizaron *los obstáculos de posicionamiento profesional que las mujeres periodistas argentinas toleran en las empresas mediáticas donde trabajan*. La impronta de sus relatos, el recuerdo muchas

veces azaroso de situaciones de segregación de género que describieron las mismas entrevistadas, y la convicción de que es posible sustentar el hacer periodístico en una conciencia de género reflejada en la práctica; revelaron la necesidad de divulgar la problemática para hacerla visible, para que no muera en discusiones de pasillo.

Considero que la estructura del trabajo a partir del contacto directo con quienes forman parte de este entramado sociolaboral, afianzó la posibilidad de darle un matiz real y cotidiano a los condicionamientos que invisibilizan *las dificultades de acceso de las periodistas argentinas a los lugares de toma de decisiones en las empresas mediáticas actuales*. Es decir, aquellas conductas regidas por una cultura patriarcal arraigada en la educación occidental durante siglos y por ello casi naturalizadas, pudieron subir a la superficie y tras un análisis de reconocimiento describirse como estereotipos de género que perjudican por sobremanera las relaciones laborales entre hombres y mujeres dentro del espacio mediático.

En un primer momento, en la etapa de recolección de datos, de construcción del marco teórico, cuando el camino de la investigación comienza a tomar color; estaba concentrada específicamente en cuáles eran esos obstáculos de ascenso profesional femenino en el mundo periodístico, y decidí centrar el interés en cómo se desarrollaban las relaciones jerárquicas verticales entre hombres y mujeres periodistas. En esta instancia fui descubriendo, tanto a través de las entrevistas como de las encuestas, cuáles eran *las aspiraciones laborales de las mujeres periodistas, las exigencias a sus desempeños y cómo se construía el reconocimiento de sus capacidades profesionales* en esta relación de jefes /as y subordinados /as. El objetivo general del trabajo junto con la hipótesis comenzaron a tomar fuerza a medida que se ponían en juego los relatos de las entrevistadas con la bibliografía seleccionada en un principio.

Los obstáculos para ejercer cargos gerenciales en empresas mediáticas por las mujeres periodistas eran reales, el techo de cristal rodeaba las redacciones de los espacios citados; los estereotipos de género se registraban en cada conversación, la desinformación al respecto y la falta de conciencia de género permitían que se

legitimaran esas formas de relación jerárquica. Todas las develaciones aparecieron rápidamente, como pujando para darse a conocer; estaban allí aguardando por ser vistas, están aún allí. Sin embargo, comenzó a dibujarse un camino paralelo inmediato. Al establecer el contacto con las entrevistadas pude leer que junto a mi indagación había otras relaciones que jugaban el mismo partido: *las maneras de interconectarse entre pares periodistas, hombres y mujeres*. Estas relaciones estaban también estigmatizadas por los estereotipos culturales de género y, lo más interesante, perpetuaban los condicionamientos en las carreras de las periodistas, afianzando –de alguna manera- la compleja escala jerárquica de aquellas periodistas que aspiran a asumir puestos de dirección.

Fue entonces que la perspectiva se amplió y el trabajo comenzó a enmarcarse en un campo cada vez más interdisciplinario. Esto generó en mí la necesidad de adentrarme en el conocimiento de nuevos conceptos, teorías, miradas y relatos. El aprendizaje obtenido fue sumamente enriquecedor para el posterior análisis de las entrevistas.

Se abrieron nuevos interrogantes, aparecieron marcas de comunicación que registraban el conflicto ahora con mayor complejidad. Las entrevistas otorgaron más datos que describen de forma directa y cotidiana el conflicto. Puede concluirse entonces que *las perspectivas laborales de las mujeres periodistas argentinas en las empresas mediáticas actuales no están únicamente limitadas por las relaciones jerárquicas laborales, sino que además la interrelación cotidiana con sus pares varones, en un marco de desinformación y escasez de conciencia de género (tanto en hombres como en mujeres), afianza cada vez más aquellas dificultades de acceso a la escala gerencial.*

Por otra parte, este entramado de relaciones laborales refuerza la idea de mayor capacitación de parte de las mujeres periodistas poniéndolo en evidencia. Desde este lugar, se puede afirmar también que *la exigencia con las mujeres profesionales es indirectamente proporcional a su reconocimiento*. Sin embargo, esta

afirmación me permitió reconocer la misma situación para los periodistas varones, es decir, que en *el ámbito periodístico el reconocimiento al desempeño del trabajo realizado día a día es casi nulo para ambos sexos*.

Es interesante ver que el trabajo propone preguntas pendientes que invitan a realizar nuevas investigaciones emparentadas a esta, pero con otros lineamientos de análisis centrados en focos diferentes de indagación. Entre ellos, por ejemplo, la posibilidad de construir un estudio similar desde la perspectiva de los periodistas varones, estableciendo sus aspiraciones laborales y los obstáculos que ellos enfrentan a la hora de relacionarse con sus pares mujeres. Para otra investigación, si bien no fue la metodología de trabajo que interesaba a la dinámica de este análisis, queda también abierta la posibilidad de tomar, como otro ejemplo, los parámetros aquí analizados para realizar un relevamiento de corte estadístico de medios, ya sea en áreas más restringidas o ampliadas del país, que pueda describir desde otros parámetros las afirmaciones aquí esbozadas. También, como señalé en el desarrollo del marco teórico, sería interesante establecer un cruce entre las relaciones de poder de las empresas mediáticas, los intereses político-económicos del país y las formas de organización estructural que los accionistas particulares imponen en los medios y cómo ello influye, indiscutiblemente, en los lineamientos profesionales de los y las periodistas que allí trabajan, para dar cuenta de esta manera –con una perspectiva de género– de las posibilidades de ascenso de cada caso en particular.

Como *una mirada a futuro*, se intenta aportar con este trabajo un análisis que permita establecer parámetros horizontales en las formas de relación entre jefe /as y subordinados /as en las empresas mediáticas. Construir para ello relaciones en redes que enriquezcan la prácticas cotidianas de una equidad de género y no que, por el contrario, legitimen obstáculos de crecimiento en quienes se desempeñan en esos medios. Obstáculos, como se dijo, arraigados en formas ancestrales de preservar una lógica masculina de organización laboral que no abre el juego a las posibilidades de cambios estructurales.

Quedan planteados muchos interrogantes y quizá esto sea una de las aristas más interesantes de las problemáticas de género: la posibilidad de descubrir una nueva ventana a cada paso, porque de ello se trata, de establecer cambios y reformular parámetros de relaciones, colaborar en la construcción de nuevos paradigmas abriendo las perspectivas y ampliando la mirada.

Es quizá esta una forma, aunque pequeña, de *repensar el mundo* (Stimpson, 1990) para no detenerse con lo conocido sino establecer una heterogeneidad equitativa en esta red de significaciones sociales que nos permite convivir en las diferencias y nutrirnos de ellas, también claro, en los espacios laborales.

“Nuestros procesos se entretajan en la urdimbre inseparable de la reproducción humana en todas sus dimensiones: la biológica, la del trabajo, la política y la del ejercicio de la cultura. Somos la diversidad en medio de la unidad de la vida. La protección, defensa y avance de la mujer, de su cuerpo, de su mente, de su bienestar y de su proyección histórica es una tarea humana que nos atañe a todos. Si las mujeres se empobrecen en cualquiera de esas dimensiones el género humano se empobrece con ellas” (Breilh, 1991: 41)

9) ANEXO

1- OPERACIONALIZACIÓN DE LAS ENCUESTAS

1)- EDAD

2)- ES ESTUDIANTE DE

1 Periodismo

2 Comunicación Social

3) TRABAJA EN UN CARGO NO JERÁRQUICO

1 EMPRESA MEDIÁTICA

1a-TV

1b-RADIO 1- AM 2- FM

1c-GRÁFICA 1-DIARIO 2-REVISTA

2 MEDIO ALTERNATIVO

2a-TV

2b-RADIO

2c-GRÁFICA 1-DIARIO BARRIAL 2- REVISTA

3 NO EJERCE su profesión actualmente en ningún medio de comunicación.

4) ¿ASPIRA PROFESIONALMENTE A OCUPAR UN LUGAR EN LA GERENCIA MEDIÁTICA?

1 SI 1-Dentro del medio donde trabaja 2- En otro/ s medio/ s

2 NO Sus aspiraciones se acercan a: (puede marcar varias opciones)

1 redactora

2 correctora

3 movilera

4 producción

5 académica

6 docencia

7 otro Especifique.....

5)- ¿DESEA ARMAR UN MEDIO DE COMUNICACIÓN PROPIO?

1 SI 1 TV 2 RADIO 3GRAFICA

2 NO

6)- ¿CONSIDERA AL PERIODISMO UNA PROFESIÓN MASCULINA?

1 SI

2 NO

7)- ¿SU CURRÍCULO VITAE DEBE ACREDITAR MAYORES EXPERIENCIAS QUE LOS DE HOMBRES PERIODISTAS?

1 SI

2 NO

8)- ¿SE LE EXIGE UNA IMAGEN DIFERENTE QUE A UN PERIODISTA HOMRE?

1 SI

2 NO

9)- ¿LAS MUJERES PERIODISTAS PUEDEN OBTENER BENEFICIOS LABORALES A PARTIR DE UNA IMAGEN FEMENINA PERFECTA?

1 SI

2 NO

10)- ¿CREE QUE LA AFIRMACIÓN A LA RESPUESTA 8 SE CORRESPONDE CON ESTEREOTIPOS SOCIOCULTURALES DE GENERO?

1 SI

2 NO

11)- ¿SUFRIÓ ALGUNA DISCRIMINACIÓN POR SER MUJER, EN RELACION DIRECTA CON SU PROFESIÓN?

1 SI

2 NO

12)- ¿RELACIONA LA ESCASEZ DE MUJERES PERIODISTAS EN GERENCIAMIENTO DE MEDIOS CON: (lea todas las opciones y elija aquellas que considere necesarias para graficar la situación)?

1 la mujer es débil para asumir la autoridad en un cargo directivo

2 los/as empleados/as prefieren jefes hombres

3 las mujeres periodistas no aspiran a cargos gerenciales

4 las mujeres tienen temores a ocupar cargos directivos

5 falta de políticas de diversidad en las empresas mediáticas

6 falta de conciencia de género respecto de las problemáticas laborales de las mujeres periodistas

7 falta de reconocimiento de las capacidades laborales de las mujeres periodistas

8 un hecho de discriminación explícita

9 características propias de las culturas organizacionales de empresas en general y mediáticas en particular

10 temor de empleadores ante posibilidad de embarazo, licencias y responsabilidades de la maternidad

11 estereotipos socioculturales de género

12 desinformación de estas problemáticas

13)- ¿ES CONCIENTE DE ESTAS PROBLEMÁTICAS DE GENERO?

1 SI

2 NO

14)- ¿POSEE INFORMACIÓN AL RESPECTO?

1 SI

2 NO

15)- LA FALTA DE INFORMACIÓN LA ASOCIA A:

1 no es un tema de agenda en los medios

2 las investigaciones al respecto circulan en los guetos académicos

3 falta de conciencia de género de profesionales periodistas

4 falta de interés de quiénes trabajan en medios

5 las problemáticas de género sólo se asocian con cuestiones netamente sexuales

6 otros Especifique.....

16)- ¿CONSIDERA QUE LAS POLÍTICAS MEDIÁTICAS POSEERÍAN OTRAS CARACTERÍSTICAS SI LAS MUJERES PERIODISTAS ACCEDIERAN A SU GERENCIAMIENTO?

1 SI

2 NO

17)- ¿SE CONSIDERA REPRESENTATIVA DE LOS TEMAS QUE INTERESAN AL GÉNERO?

1 SI

2 NO

2 JEFA MUJER 1. SI 2. NO

26)- ¿SUS COMPAÑEROS/AS DE TRABAJO SON CONCIENTES DE ESTAS PROBLEMÁTICAS DE GÉNERO?

1 COMPAÑERO HOMBRE 1. SI 2. NO

2 COMPAÑERA MUJER 1. SI 2. NO

27)- AL ACCEDER UNA MUJER PERIODISTA A UN CARGO GERENCIAL ¿CONSIDERA QUE ADQUIERE ACTITUDES MASCULINAS PARA EJERCER SU AUTORIDAD?

1 SI 2 NO 3 A VECES

2- MATRIZ DE DATOS - ENCUESTAS

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27			
1	25	2	1C	2 1,2	13	2	1	1	1	1	2	3,5,6,11	1	2	1,3,4	1	2	1	1	2	1	2	2	2	12	1,2/2,1	3			
2	27	2	1B2	2,4	12	2	1	1	1	1	2	2,5,6,9,11,12	1	1	1,2,3,4,5	2	1	1	1	2	1	1	2	1	2	2	1,2/2,2	3		
3	29	3	3	1,2	2	2	2	2	1	1	2	5, 10	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	12	2,2/2,2	2			
4	28	2	1C1	1,1	2	2	2	1	1	1	2	7	2	2	3	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	2	1,2/2,2	2		
5	29	3	3	1,1	2	2	2	2	2	2	2	9	2	2	5	2	2	2	2	1	2	1	2	2	12	2	2	2		
6	24	2	2C2	1,1	12,3	2	1	1	1	1	1	4,5,6,7	1	1	2,4	2	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
7	24	2	1B2	1,2	2	2	2	2	1	1	2	2,3,11	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1	2	2	12	1,2	2	2		
8	28	2	1B2	1	12,3	2	2	2	1	1	2	6,10,11	1	1	4	1	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
9	26	2	3	2,6	2	2	2	2	1	2	1	6,10	1	1	1	-	1	2	-	2	1	2	2	2	12	1,2	2	2		
10	28	1	-	1	2	2	2	2	1	1	2	5	1	1	4	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
11	32	1	-	2,1	2	2	2	2	1	1	2	9, 10	2	2	2,3	2	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
12	26	1	-	2 1,2,4,5,6	2	2	1	1	1	1	2	2,3,7,10,11,12	1	1	1,3,4	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
13	22	1	-	2 1,4	12	2	2	1	1	1	2	5,9,10	1	2	1,3	2	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
14	42	1	-	1,2	11	2	1	1	1	1	2	2,4,6,9,10,11	1	2	1,2,3	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
15	24	1	-	2 1,4,6	2	2	1	2	1	1	2	5,6,9,10	1	2	1,4	2	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
16	21	2	-	2,2,4	12,3	2	2	1	1	1	2	2,5,6,10,11	1	2	1,2,5	1	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
17	24	2	-	2,7	13	2	2	2	1	1	2	9	1	1	4	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
18	25	2	3	2,1	13	1	2	2	2	2	1	2,5,9,10,11	1	2	1	2	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
19	24	2	-	2	13	2	2	1	1	1	2	2,5,7,10	1	1	1,2	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
20	27	2	-	2,7	2	2	2	2	1	1	2	5,9,10,11,12	1	2	1,2	2	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
21	30	2	-	2,7	2	2	2	2	2	1	1	2,10,11	2	2	6	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
22	24	2	-	2,5,6	2	2	2	-	1	1	2	5,8,9,10,11,12	1	1	-	2	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
23	23	2	-	-	13	2	1	1	1	1	2	5,9	1	2	4	2	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
24	22	2	-	2 1,2,4,5	13	2	2	1	1	1	2	10	1	2	6	2	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
25	24	2	-	2,4	13	2	2	1	2	1	2	11	1	2	2	2	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
26	24	2	-	2	2	2	2	2	2	1	2	-	2	2	1	2	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
27	19	2	-	1,2	11	2	1	1	1	1	2	2,7	2	2	1	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
28	22	2	-	1	12	2	2	1	1	1	2	2,5,7,8,10,11	1	2	1	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
29	25	2	-	2,7	2	2	2	2	1	1	2	9,10,11	1	1	1,4	2	2	1	2	1	2	1	2	-	-	-	-	-	-	
30	23	2	-	2,5,6	2	2	2	-	1	1	2	9,10,11	1	2	1,4,6	2	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
31	30	2	-	2,4	2	2	2	2	1	1	2	7,11	1	2	1	2	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
32	21	1	1C1	2,1	13	2	2	1	1	1	2	2,7,9,10,12	1	2	2,4	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1,2/2,2	3	
33	21	2	1B2	2 1,2,4,6	12	2	2	2	1	1	2	7,9,11	1	1	-	2	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
34	20	1	1C2	2 1,2,4,6	12,3	2	2	2	1	1	2	11	1	2	1,2	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
35	25	2	3	2,4,6	2	2	2	1	1	1	2	5,8,11	1	2	1,2,3	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
36	24	2	3	2,4,5,6	2	2	2	1	1	1	2	2,8,10	1	1	5	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
37	23	2	-	2 1,4,5,6	12,3	2	2	1	1	1	2	6,10,11	2	2	1	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
38	42	1	-	2 1,4,7	12,3	2	2	1	1	1	2	9	1	2	5	2	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
39	20	1	-	2 1,3,4	12,3	2	2	-	1	2	2	7	1	2	1	1	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
40	33	1	-	2 1,2,4,5	12,3	2	2	1	1	1	1	8,10,11	1	1	1,4	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
41	22	1	1A	2,7	11	1	2	1	1	1	2	7,11	1	1	1,4	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	12	1,2/2,1	1	1	
42	21	1	-	2 1,2,6	13	2	2	1	1	1	2	5,6,7,10,11	1	1	3,4	1	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
43	20	1	-	1,2	13	2	2	1	2	2	2	2,9,11,12	1	2	5	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
44	21	1	-	2,4	11,2	2	1	1	1	1	2	2,11	1	1	-	1	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
45	21	1,2	-	-	1	2	-	2	2	1	2	8,11	1	1	-	2	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
46	26	1	2C	2 1,4	13	2	2	2	2	1	2	2, 10	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	-	-	-	2	
47	26	1	-	-	12,3	2	2	1	1	1	2	6,9,11,12	2	2	3,4	1	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
48	25	1,2	-	1	-	2	1	1	1	1	2	6,7,8,11	1	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
49	31	1	-	1,2	12	2	1	1	1	1	2	5,6,7	1	1	-	1	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
50	20	1	-	2,3,4	13	2	2	1	1	1	2	2,3,7,9	1	2	1,2,4	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	11	1,2	3	3	
51	19	1	-	1	11	2	2	1	1	2	2	3, 10	1	2	4	1	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
52	27	1	3	2 1,2,4	12	2	2	2	1	1	2	8,9,11	1	1	6	2	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
53	20	1	3	2 1,5,6	1	2	2	2	1	1	2	8,11	1	2	1,2,3,4,5	2	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
54	22	1	3	1	11,2	1	1	1	2	1	1	1,2,3,8,10	1	2	1,2	1	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
55	21	1	3	1,2	12,3	2	1	1	1	1	2	5,9,11	1	2	3	2	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
56	22	1	1B2	1,2	1	2	1	1	2	1	2	2,7,9,10	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	-	11	1,1/2,1	3	3	3	
57	34	3	2A	2,5,6	2	2	1	2	1	1	1	5,6,8	1	1	3	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
58	33	3	-	2,6	2	2	2	2	1	1	2	5,7,9,11	1	2	1,4	1	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
59	28	3	-	2,4	2	2	2	2	1	1	2	9	1	1	-	2	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
60	26	1	3	1	12	2	2	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1	12	1,1/2,1	2	2	2	

BIBLIOGRAFÍA

-**Acker**, Joan, (1987), "Jerarquías, trabajos y cuerpos: una teoría sobre las organizaciones dotadas de género", en **Navarro** Marysa y **Stimpson** Catherine comp., (2000) *Cambios sociales, económicos y culturales*, Bs.As., Fondo de Cultura Económica, serie "Un nuevo saber. Los estudios de mujeres".

-**Alizade**, Mariam y **Seelig**, Beth, (comp.), (2007), *El techo de cristal. Perspectivas psicoanalíticas sobre la mujer y el poder*, Bs.As., Lumen. .

-**Bonete Perales**, Enrique, (1995), *De la ética filosófica a la deontología periodística*, España, Editorial Tecnos.

-**Borrat**, Héctor, (1989), *El periódico, actor político*, Barcelona, GG Mass Media.

-**Breilh**, Jaime, (1991), *La triple carga (Trabajo, Práctica Doméstica y Procreación) Deterioro prematuro de la mujer en el Neoliberalismo*, Ecuador, CEAS (Centro de Estudios y Asesoría en Salud), Serie Mujer, N° 2.

-**Chaher**, Sandra y **Santoro**, Sonia (comp.), (2007), *Las palabras tienen sexo. Introducción a un periodismo con perspectiva de género*, Buenos Aires, Artemisa Comunicación Ediciones.

-**Chodorow**, Nancy J, (2007), "Techos de cristal, pisos pegajosos y muros de hormigón: barreras internas y externas para el trabajo y la realización de la mujer", en **Mariam Alizade** y **Beth Seelig** (comp.) *El techo de cristal. Perspectivas psicoanalíticas sobre la mujer y el poder*. Bs.As., Lumen.

-**Conill Sancho**, Jesús, (1995), "Ética económica y empresa informativa", en **Bonete Perales**, Enrique, *De la ética filosófica a la deontología periodística*, España, Editorial Tecnos.

-**Conway**, Jill K.; **Bourque**, Susan C. y **Scott**, Joan W, (1998), "El concepto de género", en *¿Qué son los estudios de mujeres? De Navarro* Marysa y **Stimpson** Catharine R. (comp.), Bs.As., Fondo de Cultura Económica, serie "Un nuevo saber. Los estudios de mujeres".

-**Coria**, Clara, (2004), *El sexo oculto del dinero. Formas de la dependencia femenina*. (1º edición 1986), Buenos Aires, ED. Paidós.

-**Coria**, Clara, (2004), *Las negociaciones nuestras de cada día* (1º edición 1996), Buenos Aires, ED. Paidós.

-**Cortina**, Adela, (1995), "Ética discursiva en el ámbito de la información", en **Bonete Perales** Enrique, *Éticas de la información y deontologías del periodismo*, Madrid, Tecnos. P. 134-153.

-**Dahlbom-Hall**, Barbro, (1996), *¡Mujer! ¡Atrévete a dirigir!*, Barcelona, Ediciones Internacionales Universitarias.

- Dowling**, Colette, (2007), *El complejo de Cenicienta. El miedo de las mujeres a la independencia* (1º edición 1981), Buenos Aires, De bolsillo.
- Duby**, Georges y **Perrot**, Michelle, (1992), *Historia de las mujeres en Occidente*, (1º edición 1991), Madrid, Taurus, Tomo 1: Historia de las mujeres en Occidente, traducción de Marco Aurelio Galmarini.
- Duby**, Georges y **Perrot**, Michelle, (1993), *Historia de las mujeres en Occidente*, (1º edición 1991), Madrid, Taurus, Tomo 4: El siglo XIX, traducción Aurelio Galmarini.
- Durán**, María Ángeles, (1986), *La jornada interminable*, Barcelona, ICARIA, Cap. III, "El trabajo de las mujeres".
- Duras**, Marguerite, (1984), *Outside*, Barcelona, Plaza y Janés.
- Durkheim**, Emile, (1984), *Las reglas del método sociológico*, Buenos Aires, La Pléyade.
- Enciclopedia Iberoamericana de Psiquiatría*, (1995), Bs.As., Ed. Médica Panamericana. Tomo 1.
- Erikson**, Eric H., (1987), *Infancia y sociedad*, Bs.As., Ediciones Hormé, Cáp. V, VI y VII, "Desarrollo del yo".
- Etkin**, Jorge., (2000), *Política, gobierno y gerencia de las organizaciones. Acuerdos, dualidades y divergencias*, Bs. As, Pearson Educación.
- Fletcher**, Lía, "Hitos en el periodismo de mujeres argentinas: 1830-2007", en **Chaher**, Sandra y **Santoro**, Sonia (comp.), (2007), *Las palabras tienen sexo. Introducción a un periodismo con perspectiva de género*, Buenos Aires, Artemisa Comunicación Ediciones. Pp. 78-94.
- Ford**, Aníbal, (1985), "Literatura, crónica y periodismo", en Ford A., Rivera J. y Romano E., *Medios de comunicación y cultura popular*, Buenos Aires, Legasa.
- García Muñoz**, Soledad, (2007), "Derechos humanos de las mujeres: marco legal de origen nacional e internacional", en **Chaher**, Sandra y **Santoro**, Sonia (comp.), *Las palabras tienen sexo. Introducción a un periodismo con perspectiva de género*, Buenos Aires, Artemisa Comunicación Ediciones. Pp. 55-77.
- García Muñoz**, Soledad, (2007), "Derechos humanos de las mujeres: marco legal de origen nacional e internacional", en **Chaher**, Sandra y **Santoro**, Sonia (comp.), *Las palabras tienen sexo. Introducción a un periodismo con perspectiva de género*, Buenos Aires, Artemisa Comunicación Ediciones. Pp. 55-77.
- Geertz**, Clifford, (1987), *La interpretación de las culturas*, Barcelona, Gedisa. Cáp.1 "Descripción densa: hacia una teoría interpretativa de la cultura" y Cáp. 2 'El impacto del concepto de cultura en el concepto de hombre'.
- Gil Lozano**, Fernanda; **Pita**, Valeria Silvina e **Ini**, María Gabriela, (2000), *Historia de las mujeres en la Argentina*, Tomo 1: Colonia y siglo XIX, Tomo 2: Siglo XX, Bs. As., Taurus.
- Gil Lozano**, Fernanda, "Historia de las mujeres. Mujeres en la historia", en **Chaher**, Sandra y **Santoro**, Sonia (comp.), (2007), *Las palabras tienen sexo. Introducción a un*

periodismo con perspectiva de género, Buenos Aires, Artemisa Comunicación Ediciones. Pp. 34-54

-**Heller**, Lidia, (2004), *Nuevas voces del liderazgo. Dilemas y estrategias de las mujeres que trabajan*, Buenos Aires, Nuevo hacer, Grupo Editor Latinoamericano.

-**Holmes**, Dorothy E., (2007), "Techos de cristal: sus orígenes, manifestaciones dinámicas y consecuencias en las mujeres.", en en Mariam Alizade y Beth Seelig (comp.) *El techo de cristal. Perspectivas psicoanalíticas sobre la mujer y el poder*, Bs.As., Lumen.

-**Irigaray**, Luce, (1991) "Ética de la diferencia sexual", en **Rullmann**, Marit y **Schlegel** Werner, (2004), *Las mujeres piensan diferente*, Bs. As., Ed. Sudamericana.

-**Jelin**, Elizabeth, (1986), *La mujer y el mercado de trabajo urbano*, (1º edición 1978), Bs.As., Estudios Cedes, Volumen 1, Nº 6.

-**Kotler**, Philip, (2003), *Los 80 conceptos esenciales de marketing*, España, Pearson Prentice Hall.

-**Link**, Daniel, (1995), *Rodolfo Walsh. El violento oficio de escribir. Obra periodística 1953-1977*, Bs.As., Editorial Planeta, Colección Espejo de la Argentina.

-**Malcolm**, Janet, (1991), *El periodista y el asesino*, Barcelona, Gedisa.

-**Martini**, Stella y **Luchessi**, Lila, (2004), *Los que hacen la noticia. Periodismo, información y poder*, Buenos Aires, Editorial Biblos.

-**Martini**, Stella, (2000), *Periodismo, noticia y noticiabilidad*, Buenos Aires, Norma.

-**McQuail**, Denis, (1998), *La acción de los medios. Los medios de comunicación y el interés público*, Bs. As, Amorrortu editores.

-**Mintzberg**, Henry, (2000) *La estructuración de las organizaciones*, Barcelona, Editorial Ariel.

-**Montero**, Rosa, (2005) *Historia de mujeres*, (1º edición 1995), Bs. As., Punto de lectura.

-**Navarro**, Marysa y **Stimpson**, Catherine R. (comp.), (1998), *¿Qué son los estudios de mujeres?*, Bs. As., Fondo de Cultura Económica Argentina, serie Un nuevo saber. Los estudios de mujeres.

-**Nieto**, Alfonso e **Iglesias**, Francisco, (1993), *Empresa informativa*, Barcelona, Editorial Ariel.

-**Población**, José Ignacio y **García Alonso**, Pedro, (1997), *Organización y gestión de la empresa informativa*, España, Editorial Dossat.

-**Rivera**, Jorge B., (2000), *El periodismo cultural*, (1º edición 1995), Bs. As., Piados, Serie Estudios de comunicación, dirigida por Alicia Entel.

-**Rullman**, Marit y **Schlegel**, Werner, (2004), *Las mujeres piensan diferente*, Bs. As., Ed. Sudamericana.

-**Sanchís**, Ima, (2004), *El don de arder. Mujeres que están cambiando el mundo*, Bs. As., Del Nuevo Extremo.

-**Scott**, Joan, "La mujer trabajadora en el siglo XIX", en **Duby**, Georges y **Perrot**, Michelle, (1993), *Historia de las mujeres en Occidente*, (1º edición 1991), Madrid, Taurus, Tomo 4: El siglo XIX, traducción Aurelio Galmarini, dirección Genieviève Fraisse y Michelle Perrot.

-**Snitow**, Ann, (1990), "Un diario de género", en **Navarro**, Marysa y **Stimpson**, Catherine R. (comp.), (1998), *¿Qué son los estudios de mujeres?*, Bs. As., Fondo de Cultura Económica Argentina, serie Un nuevo saber. Los estudios de mujeres.

-**Stimpson**, Catherine R., (1990), "¿Qué estoy haciendo cuando hago estudios de mujeres en los años noventa?", en **Navarro**, Marysa y **Stimpson**, Catherine R. (comp.), (1998), *¿Qué son los estudios de mujeres?*, Bs. As., Fondo de Cultura Económica Argentina, serie Un nuevo saber. Los estudios de mujeres.

-**Sohr**, Raúl, (1998), *Historia y poder de la prensa*, Barcelona, Andrés Bello, Segunda parte: 'Para entender a la prensa: La prensa como negocio'.

-**Sosa de Newton**, Lily, "Cien años de periodismo", en **Gil Lozano**, Fernanda; **Pita**, Valeria Silvina e **Ini**, María Gabriela, (2000), *Historia de las mujeres en la Argentina, Tomo 1: Colonia y siglo XIX*, Bs. As., Taurus, pp. 173-187.

-**Tannen**, Deborah, (1996), *La comunicación entre hombres y mujeres a la hora del trabajo*, (1º edición 1994), Bs.As., Vergara, Título original: *Talking from 9 to 5: Women and Men at work*.

-**Verón**, Eliseo, (1987), *La semiosis de los medios*, Buenos Aires, Gedisa.

-**Wolfe**, Tom, "El juego del reportaje", en *El nuevo periodismo*, (1992), (1º edición 1973), Barcelona, Anagrama.

ARTÍCULOS EN DIARIOS, REVISTAS Y PUBLICACIONES ESPECIALES

-**Astarloa de Cancelliere**, María Carolina, (2006), "No hay dos sexos para la ideología del género", en diario La Nación, 28 de noviembre.

-**Bellucci**, Marcelo, (lunes 27 julio de 2009), "La mayoría de los empleados se lleva muy mal con su jefe", en diario Clarín, Sociedad.

-**Bruera**, Silvana, (2000), "Análisis comparado de los monitoreos", en *Revista Isis Internacional*, El lado oscuro de los medios, Género y Comunicación, N°30, Chile, Ediciones de las Mujeres.

-**Burín**, Mabel, (abril 1993), "Algunos aportes al debate feminismo-posmodernismo", en *Revista Feminaria*, N° 10, Bs.As.

-**Camps**, Sibila, (09-04-2009), "Sólo una mujer de cada 40 llega a un cargo jerárquico", en www.clarin.com/diario.

-**Comelli**, Alicia, (26-03-2006), "Género y política", en diario La Nación.

-**Coler**, Ricardo, "Cuando la mujer manda", 28 de noviembre de 2005, en diario La Nación, p.15.

-**Cháneton**, July E, (1997), "Género (M/F) y massmediación: nuevos objetos discursivos", en *Revista Mora* N°3, Bs. As., Facultad de Filosofía y Letras, Serie Revistas Especializadas.

-**Chiarotti**, Susana, (1998), "La agenda de los derechos humanos después de Beijing", en *A dos años de Beijing. 1º jornada de seguimiento a la plataforma de acción*, Material producido por el Centro de documentación y el Centro de publicaciones de la Dirección General de la Mujer.

-**Di Leo**, Jessica, (diciembre 2005), "Journalism needs more women: author", en www.metro.com

-**Drizin**, Marc, "Igualdad de género en materia de empleo", en *Revista Conocimiento & Dirección*, 13 de abril 2009.

-**Enghel**, Florencia, (1997), "Espejo roto: de las relaciones entre mujeres y medios de comunicación", en *Revista Feminaria*, N° 20, Bs. As.

-**Fontcuberta**, Mar, "Imagen, mujer y medios", en **Vilanova**, Mercedes (comp.), *Pensar las diferencias*, 1994, Barcelona, Gedisa, Edición Seminario Interdisciplinario de Mujeres y Sociedad, *Universitat de Barcelona ICT (Intitut Catalá de la Dona)*, Colección Mujeres y Sociedad.

-**Franquet**, Rosa, (1994), "¿Producción de género en radio y televisión?", en **Vilanova**, Mercedes (comp.), *Pensar las diferencias*, Barcelona, Gedisa, Edición Seminario Interdisciplinario de Mujeres y Sociedad, *Universitat de Barcelona ICT (Intitut Catalá de la Dona)*, Colección Mujeres y Sociedad.

-**García**, Fernando, (7 de marzo de 2006) "Europeas y españolas emplean más horas que los hombres y reciben salarios inferiores en un 15%", en *La Vanguardia*.

-**Giberti**, Eva, octubre 1997, "Mujeres en televisión", en *Revista Seminaria*, N° 20, Bs. As., sección *Espejo Roto*.

-**Gutiérrez**, María Alicia, (2001), "Género, pobreza y derechos: vivencias de la exclusión", publicación de la facultad de Ciencias Sociales, U.B.A., Agosto N° 47.

-**Gutiérrez**, Mirén, (22.07.09), "¿Quiénes mandan en los medios?", en Artemisa Noticias: www.artemisanoticias.com.ar

-**Instituto de la Mujer**, (1998), "Educación en relación", Serie Cuadernos de Educación No Sexista N°6, Madrid, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.

-**Instituto de la Mujer**, (2003), "La salud laboral de las mujeres", Serie Cuadernos de Educación No Sexista N° 14, Madrid, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.

-**Instituto de la Mujer**, (1994), "Familia y reparto de responsabilidades", Serie Cuadernos de Educación No Sexista, Madrid, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.

-**Izquierdo**, María Jesús, (1994), "Uso y abuso del concepto de género", en *Pensar las diferencias*, Vilanova, Mercedes (comp.), Barcelona, Edición del Seminario

Interdisciplinario de Mujeres y Sociedad, *Universitat de Barcelona*, ICD (*Institut Catala de la Dona*), Colección Mujeres y Sociedad.

-**Kliksberg**, Bernardo, "Rostros de mujer", en Diario La Nación, 29 de marzo de 2006, pp.21.

-**Levy**, Julia, (julio 1999), 'Los derechos de las mujeres desde una perspectiva de género', en *Revista Feminaria*, No 22/23, Bs. As., Ed Feminaria.

-**Maffia**, Diana Helena, (1998), 'Mujer y medios de comunicación', en *A dos años de Beijing. 1o jornada de seguimiento a la plataforma de acción*, Material producido por el Centro de documentación y el Centro de publicaciones de la Dirección General de la Mujer.

-**Nari**, Marcela M. A., (mayo 1994) "Relaciones peligrosas: Universidad y Estudios de la mujer", en *Revista Feminaria* No 12, Bs. As., ED. Feminaria.

-**Salcedo**, Helena, (octubre 1989), "La responsabilidad de los periodistas", en *Mujer / Fempress* –revista mensual de la Red de Comunicación Alternativa de la Mujer- No96, Chile.

-**Santoro**, Sonia, "La igualdad en los medios es una pelea constante", en Artemisa Noticias, www.artemisanoticias.com.ar/site/notas, el 16 de junio de 2009.

-**Scott**, Joan, (1990), "Género: una categoría útil para el análisis histórico", en **Amelang y Nash** (comp.) *Historia y Género: las mujeres en la Europa moderna y contemporánea*, Valencia, ED. Alfons El Magnanim, en **Nari**, Marcela M. A. (mayo 1994) "Relaciones peligrosa: Universidad y estudios de la mujer", en revista *Feminaria* No12, Bs. As, Ed. Feminaria.

-**Silva Uca**, (diciembre 2000), "Nuevos escenarios, nuevas propuestas. Reflexiones de intervención desde el género", en *Revista Isis Internacional*, Ediciones de la Mujer No 30, Género y Comunicación: El lado oscuro de los medios, Chile.

-**Surbeck**, Verónica, "Reintegrarse luego del parto", 11 de octubre de 2008, en diario Clarín.

-**Valle**, Norma; **Hiriart**, Bertha; **Amado**, Ana María, (Marzo 1996), Espacio para la igualdad. El ABC de un periodismo no sexista, en *Mujer/ Fempress*, Revista mensual de la Red de comunicación alternativa de la mujer, Cáp.2 La escena de los medios.

-**Vidal**, Dolores, "Identikit de las jefas en la Argentina", 6 mayo 2009, en diario Clarín.

TRATADOS Y CONVENCIONES

-Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer, con vigencia desde setiembre de 1981, aprobada por la Oficina del Alto Comisionado para los Derechos Humanos, de las Naciones Unidas.

-Declaración de los Derechos de la Mujer y de la Ciudadana, redactada por Olympe de Gouges en respuesta a la Declaración de los Derechos del Hombre y del Ciudadano y aprobada por la Asamblea Nacional de París en 1791.

-Declaración de los Derechos Humanos desde una perspectiva de Género, realizada por CLADEM (Comité de América Latina y el Caribe para la Defensa de la Mujer), proyecto presentado en diciembre de 1998 a la Comisión de los Derechos Humanos de las Naciones Unidas, en Ginebra.

-Informe de La IV Conferencia Mundial de Las Naciones Unidas de la Mujer, realizada en Beijing del 4 al 15 de setiembre de 1995.

-Informe de la reunión tripartita sobre el futuro del trabajo y de la calidad en la sociedad de la información: el sector de los medios de comunicación, la cultura y las industrias gráficas, en Programa de actividades sectoriales de la Organización Internacional del Trabajo, Ginebra, 2004.

-Informe de la reunión tripartita sobre las condiciones de empleo y de trabajo de los periodistas, Programa de actividades sectoriales de la Organización Internacional del Trabajo, Ginebra, 1990.

INTERNET

www.mueveteporlaigualdad.org “Esfera mujer y medios: estereotipos y falta de participación de las mujeres en los medios.”, en Mujer y Economía, Objetivo Beijing

www.zerotolerance.org.uk

www.femtv.org

www.cemcomunicacion.org

www.artemisanoticias.com.ar

www.cladem.org