

UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA



Facultad de Ciencias de la comunicación

Licenciatura en periodismo

TESIS DE GRADO

Título de la tesis

La mujer periodista en los medios de comunicación de la ciudad de Rosario

TUTOR: Maria Julia Rizzoto

ALUMNA: Mailen Lucia Galli

La mujer periodista en los medios de comunicación de la ciudad de Rosario

Mailen Lucia Galli

RESUMEN

Si los medios de comunicación son agentes de socialización de primer orden en las actuales sociedades altamente mediatizadas y los contenidos informativos que emiten construyen determinadas percepciones de la realidad, resulta fundamental conocer cómo trabajan y cómo perciben su trabajo quienes elaboran los mensajes informativos (Wolf, 2009)¹. Las mujeres son una gran parte de la elaboración de estos mensajes y de la profesión periodística en sí. Las mismas no siempre tuvieron acceso a la profesión del periodismo como tal. Hace no muchos años que las mujeres han tomado posesión en diferentes áreas del periodismo aunque la brecha sigue existiendo. Hay muchas mujeres trabajando en los medios de comunicación pero ¿cuántas de ellas se sientan en las mesas de debate?, ¿cuántas de ellas están en los espacios de decisión?

El informe mundial publicado por el Proyecto de Monitoreo Global de Medios² (GMMP, por sus siglas en inglés) en 2020 marco que hay casi paridad de género entre quienes reportan noticias en medios tradicionales (radio, televisión y gráfica); sin embargo las mujeres siguen siendo muy pocas entre presentadoras (37%) y menos aún entre las personas consultadas como fuentes de noticias (20%).

En muchas ocasiones los medios masivos de comunicación producen y reproducen los mitos y estereotipos que históricamente han posibilitado la desigualdad de las mujeres en la sociedad. Investigar la evolución que han protagonizado las mujeres en las últimas décadas en el mundo periodístico nos permite conocer la posición que actualmente ocupan en las plantillas de los diferentes medios de comunicación. De esta manera, profundizaremos aspectos sobre la profesión y la mirada personal y profesional de periodistas y comunicadores sociales y algunos problemas todavía vigentes en el seno de la profesión. No obstante, nos detendremos de forma especial en uno de los elementos que, bajo nuestro punto de vista, es el más importante: los puestos directivos y de responsabilidad profesional protagonizados por las mujeres en los diferentes medios de comunicación.

¹ Escritora y feminista británica del siglo XX

² El índice de igualdad de género en los medios de comunicación (índice GEM) calcula la brecha de igualdad de género promedio en función de seis indicadores del GMMP: en personas en las noticias (temas y fuentes), en participación como personas reporteras, en voces expertas y como portavoces, y en presencia en noticias económicas y políticas. Los detalles sobre el cálculo y las puntuaciones de cada país se indican en el informe completo.

INTRODUCCIÓN

Las voces autorizadas históricamente han sido masculinas y continúan siendo la voz experta en los medios de comunicación. Los varones han ocupado puestos de poder en el Estado y en los medios desde siempre. De a poco, las mujeres se han podido hacer escuchar desde los ámbitos privados, como sus casas, hasta los públicos como es la calle, pero han habido lugares que costó aún más conquistar. Para algunos, está bien que las mujeres hablen sobre cosmética y no sobre economía, pero la realidad es que llegaron a los medios para desafiar el mundo de los medios de comunicación. A pesar de la creciente “feminización” de la profesión periodística, dicho fenómeno no ha alterado la desigual estructura laboral en las organizaciones mediáticas. El escaso número de mujeres que se sientan en la mesa de debate y en los puestos directivos de los rotativos demuestran una situación que ha sido descrita como “techo de cristal” para las mujeres periodistas. El término hace referencia a la barrera invisible que impide a las mujeres acceder a puestos de responsabilidad en una empresa o en la administración. El origen del término está en un artículo de 1986 en el Wall Street Journal que hacía referencia a los impedimentos que tenían las mujeres para ascender y crecer profesionalmente con independencia de sus méritos.

Elegí este tema ya que desde mis comienzos en la profesión sentí en carne propia la diferenciación entre hombres y mujeres periodistas. La incorporación de las mujeres al mundo del periodismo ha sido lenta y abrumadora, tanto que muchas periodistas manifiestan que no hubo cambios suficientes si observamos el periodismo de hace años.

La pregunta que se desea responder a esta investigación es

¿Cambió el escenario para la mujer periodista en los medios de comunicación con respecto a treinta años atrás? ¿Ha habido situaciones incómodas en el ámbito laboral por ser mujer? ¿Qué lugares ocupa hoy la mujer periodista en los medios?

Hipótesis

En la ciudad de Rosario todavía persisten desigualdades en cuanto al espacio que ocupa la mujer en los medios de comunicación. Todavía no hay lugar en las mesas de debates para la mujer y todavía hay conductas machistas dentro del entorno laboral.

Objetivo general:

Describir y analizar el espacio que ocupa la mujer en los medios de comunicación en la ciudad de Rosario hace unos años y en la actualidad. Evidenciar que en la profesión periodística todavía se pueden observar situaciones incómodas que han vivido y viven las mujeres.

Objetivos específicos:

Identificar el lugar de la mujer en los medios de comunicación en la ciudad de Rosario.
Describir las condiciones laborales en el ámbito periodístico de la mujer.

Metodología

Esta es una investigación científica de tipo cualitativa. En este trabajo se aborda el campo de la profesión periodística según la perspectiva de mujeres y hombres que trabajan en medios informativos de la ciudad de Rosario (Argentina). Los testimonios se consiguieron a través de entrevistas en profundidad tanto a periodistas como a comunicadores sociales.

Marco teórico

Las mujeres y los hombres periodistas de la ciudad de Rosario manifiestan sus opiniones y experiencias personales en el periodismo y su visión respecto al presente de los medios de comunicación, vinculadas tanto al mercado de trabajo como a los cambios en el sistema de medios a través de los años. Muchas de las mujeres entrevistadas coinciden en que no tienen presencia importante en los puestos desde los cuales se decide qué es noticia y no tienen un lugar en las mesas de debate. Este breve panorama evidencia que si bien la participación de mujeres se ha incrementado en los últimos años en los medios de comunicación, persiste una clara diferencia entre la participación de mujeres y hombres en lo que se refiere a toma de decisiones y puestos de poder.

Periodismo actual

A lo largo de la historia, el periodismo ha ido evolucionando de acuerdo con las necesidades de la sociedad y las nuevas tecnologías. Los medios de comunicación de masas constituyen

una institución mediadora entre los hechos y lo que se dice sobre ellos y actualmente son la fuente más importante en la formación de la imagen que tenemos sobre determinadas cuestiones. Nos ofrecen elementos a través de los cuales constituimos nuestra propia percepción del mundo; además de brindarnos modelos, normalizan pautas de comportamiento y otorgan estatus a personas e instituciones y legitiman el orden social.

En los últimos años hemos sido testigos de avances revolucionarios en el campo de las comunicaciones. Gracias a los adelantos tecnológicos, el acceso mundial a la información sigue en aumento y los acontecimientos desde el nivel local hasta lo global se visibilizan y se interpretan de una forma cada vez más democrática. Esta nueva realidad crea nuevas oportunidades para el avance de la igualdad de género y los derechos de las mujeres: a la vez que crea nuevos espacios para la participación de las mujeres en las comunicaciones y en los medios de difusión, ha dado voz a una multiplicidad de perspectivas sobre estos temas que sirven para enriquecer y ampliar el debate. De igual manera, las mujeres todavía no participan de manera igualitaria en la dirección y la toma de decisiones dentro del contexto de las comunicaciones y los medios de difusión, ni en la presentación de noticias sobre temas de importancia, y pierden protagonismo en cuanto a sujetos de noticias y cobertura mediática en general. Por lo tanto, siguen siendo objeto de representaciones falsas y de una marcada invisibilización de sus aportes y participación en la sociedad.

En efecto, en los últimos 30 años la presencia femenina en los medios de comunicación ha crecido notablemente. Sin embargo, ello no ha significado un cambio fundamental en el contenido y enfoque de la información que se transmite, lo cual no ha impedido que las mujeres hayan optado por tácticas alternativas para participar de manera activa dentro y desde los medios de comunicación; entre ellas, destaca la creación de medios de comunicación alternativos de mujeres, en donde las nuevas tecnologías de información juegan un papel relevante. Los espacios generados por esos medios alternativos, muchas veces establecidos como redes nacionales o internacionales, han permitido visibilizar la realidad de las mujeres y evidenciar sus necesidades.

Para el presente trabajo, realizamos entrevistas a mujeres y hombres profesionales de los medios de comunicación para conocer en primera persona sus experiencias.

Gonzalo Segger es periodista del grupo “Boing”, trabaja en los medios desde 2016 y fue formando su propia opinión en cuanto a los medios de comunicación actuales. Opinó al respecto y comentó: “Creo que el periodismo de hoy está bien, continúa haciendo su trabajo,

aunque a veces es muy cuestionado. Más que nada en los temas políticos, en los temas internos, cuando hay que dar alguna información de los medios grandes, los nacionales tienden siempre a tirar para un lado o para el otro. Hay mucho cuestionamiento en ese aspecto. Después creo que está bien, por ahí hay lectores o gente que lee diarios, que comenta o que responde a publicaciones sobre el espectáculo por ejemplo y dicen “che están matando a todos y publican esta pavada” aún así, los diarios, las radios y la televisión tienen que convivir con ese rating, con esa cantidad de visualizaciones, con los clics. En ese aspecto está también cuestionado pero aun así hay que hacerlo porque vivimos del clic, vivimos del rating, vivimos de la cantidad de gente que escucha un programa de radio. Entonces ese clic debe estar”.

La profesión del periodista ha dado un giro de 180 grados en los últimos años. El periodista deja de ser esa persona que escribe noticias que le han llegado de un teletipo y se convierte en el profesional que busca la noticia, la da forma, editándola y actualiza sus redes sociales. Las nuevas tecnologías han influido de forma crucial en esta nueva forma de entender el periodismo. Cambia el periodismo, pero también, cambia la comunicación, que estará marcada por la multimedialidad, la interactividad y la hipertextualidad. La televisión, la radio y las redacciones de los periódicos actuales se llenan de periodistas muy diferentes a los que se conocían anteriormente. Realizan diversas tareas alejadas del periodismo. El periodista se aleja de la tarea propia del periodista y apuesta por el diseño gráfico, la informática, la edición, las redes sociales y un largo etcétera.

Las nuevas tecnologías han cambiado a los periodistas y al público. Los espectadores, oyentes y lectores demandan más que nunca información, pero información rápida, escueta y directa. Además, no quieren cualquier noticia, quieren leer aquellas que vayan acorde a su pensamiento, así como decidir en qué momento las leerán, dónde y cómo. En conclusión, la profesión del periodista está viviendo un cambio sin precedentes, tal y como ha vivido siempre, pero en la actualidad, a una velocidad desorbitada.

Laura Vilche trabaja en el diario “La Capital” hace quince años y comenta que no le gusta el periodismo que se hace hoy. “Tengo 56 años, empecé a trabajar en periodismo hace 28 años. Vengo de otra escuela donde el trabajo era más lento, más tranquilo, tenías más tiempo para buscar información, para chequear esa información y analizarla, para leer distintos medios, para debatir, para pelearte dentro de la redacción sobre el curso de una nota. Hoy la velocidad

y la gran cantidad de información que circula por todos lados, por las redes por esto y aquello hace que haya cambiado de paradigma en muchos sentidos. Me parece que se juega al periodismo del clic”. Laura trabaja en la prensa gráfica, la misma se tuvo que acomodar a la web y eso tiene otra lógica, otro tipo de lectura, otro tipo de escritura. En la prensa de las webs funciona el clic, lo que vale es cuánto te leen, no importa si te leen del principio al final, importa que entren a la nota. Hay poco tiempo para analizar, hay poco tiempo para leer y hay poco tiempo para chequear. No le gusta el periodismo que se hace porque le parece un periodismo muy ligero, de poco análisis y de poco rigor. “Sin embargo trabajo para una empresa periodística donde eso vale y donde hoy es lo que impera” cerró Laura.

Pablo Mihal es comunicador social y compañero de Laura Vilche en el diario “La capital”. Respecto al periodismo comentó: “El periodismo hoy por hoy debido a la realidad que está atravesando es totalmente diferente al de cuando empecé a trabajar. Cuando arranque no había Facebook, no había Twitter, no había nada de eso que hoy te da en cierto sentido la famosa inmediatez en cuanto a la noticia pero por otro lado le quita todo lo que tiene que ver con la investigación. Al ser todo tan inmediato se privan otras cosas. Antes para sacar una noticia tenías que chequear la fuente, elaborarla, buscarla de otra manera. Hoy te enteras, la publicas y las reglas después las chequeas. Se buscan otros recursos y además la gente no lee tampoco, es tanta la vorágine de información, la seguidilla de noticias que al final del día no tenes ganas de ver más nada. A tal punto de que te pones a mirar una página de cualquier diario porque lo que leíste a la mañana, ese primer titular, ya al mediodía está como en el cuarto o quinto lugar. Los chicos de hoy en día están ávidos de salir primero pero no de salir mejor. Yo soy de la otra escuela, vengo del vamos, chequeemos, confirmemos y salgamos bien con las cosas como tienen que salir. Cuando te apuras, te arrebatas. Otra de las cosas que veo en el periodismo de hoy es la desinformación. Hasta los mismos periodistas no están informados. Algunos portales web redactan las noticias con la mínima información, muchas veces no se entiende la noticia. O ponen una imagen sin texto, sin ningún contexto alguno y estamos hablando de periodistas, de gente capacitada para la labor. Lamentablemente hace tiempo que el periodismo no está pasando una buena racha.”

Evelyn Arach es periodista y actualmente trabaja en “Telefe”. Comenta que el periodismo está compuesto por periodistas y hay buenos y malos periodistas, hay periodistas que ejercen su rol desde la ética, que es contar los hechos tal como sucedieron más allá de que toda mirada es subjetiva y hay periodistas que operan para determinados sectores políticos,

empresas, empresariales o del poder y donde este tipo de periodismo ha conformado una grieta que es cada vez más vigente y que es emergente además de la sociedad en la que vivimos pero cree que el periodismo sigue siendo una tarea necesaria y que debe hacerse con la mayor ética posible. Leila guerriero, por ejemplo, es una referente en el periodismo narrativo y da cuenta de que se puede contar bien una historia, detenerse en una historia, hacerla visible, que tenga un lugar sin ser escabroso ni amarillista ni jugar operativamente hacia ningún sector de poder. En su opinión el periodismo tiene y debe ser noble y ético, es absolutamente necesario en una democracia y más en los tiempos que se viven hoy.

El periodismo actual está atravesando abruptos cambios que se vienen dando hace años. Muchas veces se pierde la esencia del periodismo en sí ya que no se busca informar, contar lo que está pasando, demostrar la verdad de una determinada cuestión sino que muchas veces se busca incidir en la realidad, convertirse en tendencia, tener más repercusión que lectores interesados. Hoy se sigue más la moda que la verdadera convicción del periodismo. Todo se vuelve catastrófico, cuanto más escandaloso mejor y los temas tratados en los medios de comunicación muchas veces buscan exactamente lograr eso.

Natalí Tovaes es licenciada en periodismo y locutora nacional. Actualmente trabaja en la municipalidad de Rosario, en la intendencia donde se construyó un equipo con paridad de género y somos cinco mujeres y un varón. Hay equidad de género y eso es bueno. Además trabaja en un programa de radio donde son todas mujeres y resaltó “todas” han sufrido algún tipo de discriminación y que en este caso lograron juntarse para hacer un programa exclusivo de mujeres.

Natalí comentó un poco acerca del periodismo actual y la relación con las mujeres: “El periodismo es una profesión clave porque el derecho a la información es fundamental para los ciudadanos y ciudadanas de una ciudad. El periodismo es el nexo entre la política y la gente, entre los sectores de poder y la gente. El periodismo está en el lugar del hecho. Después podemos analizar el sesgo de cada medio de comunicación, podemos analizar el enfoque que le da cada medio a las noticias. El periodismo es una herramienta fundamental para la vida de la gente. Yo creo que con el pasar de los años la mujer fue ganando terreno en el ejercicio del periodismo, le ha costado mucho poder ganar sectores de poder porque es un ambiente machista hay que decirlo y la mujer, que por lo cierto cada vez hay más mujeres que estudian periodismo, ha logrado superar muchas trabas que le presentó la profesión y ha podido salir adelante siendo mujeres profesionales que informan, que se dispersan en distintos medios,

que pueden ir ocupando lugares. El fuerte de la mujer en el periodismo fue acompañar la transición de la sociedad en el rol femenino. Fue algo que se dio a la par. Veo a la mujer superando muchas situaciones de micromachismo y la veo salir adelante”.

De todas formas el periodismo ha ido evolucionando a lo largo del tiempo, las tecnologías actuales y los cambios en la manera de comunicarnos han provocado nuevas formas de periodismo que a veces no le hacen mención a la profesión pero lo intentan. Así como todo avanza, el rol de la mujer también lo ha hecho, sin embargo todavía existen trabas para alcanzar un periodismo de igualdad para todos y todas.

La mujer en los medios de comunicación

“La desigualdad de género es un problema estructural de nuestras sociedades y los medios son parte del problema de esta falta de igualdad, aunque bien podrían ser parte de la solución” (Chaher, 2018)³

Los medios de comunicación, a pesar de la modernidad, no han logrado incorporar plenamente transformaciones significativas en la representación del orden socialmente establecido en las relaciones de género. Han adquirido un protagonismo en la escena pública de forma vertiginosa. Si bien esto responde al desarrollo tecnológico, también han alcanzado una nueva identidad como importante actor social que al mismo tiempo concentra los flujos de información, monopoliza el escenario de las conversaciones sociales colectivas y genera espacios de debate. El periodismo tiene uno de los lugares más importantes en las sociedades de hoy. Ha logrado equipararse en cada desafío relacionado a la tecnología pero sin embargo solo el 30 por ciento de las personas que trabajan en empresas periodísticas son mujeres, cuando –llamativamente- son el 64 por ciento quienes estudian comunicación y actualmente el 78 por ciento de las empresas de medios está dirigida por varones.

En 1999, mujeres de Argentina, Chile, Paraguay y Uruguay realizaron un monitoreo simultáneo de medios escritos, radiales y televisivos que se focalizó en la cobertura de los temas vinculados a las mujeres. ¿Qué espacio ocupaban? ¿Dónde se producían las noticias

³ Sandra Chaher, Licenciada en Ciencias de la Comunicación (Universidad de Buenos Aires), con Especialización en Género y Derecho (UBA). Presidenta de la Asociación Civil Comunicación para la Igualdad y directora del Diploma de Comunicación, Género y Derechos Humanos dictado por Comunicación para la Igualdad con co-certificación de la Comisión Interamericana de Mujeres (CIM) de la Organización de Estados Americanos (OEA).

que las abordaban? ¿Qué temas trataban? También interesaba registrar la presencia de las mujeres y su protagonismo, tanto en su papel periodístico como en su calidad de entrevistadas o voceras, entre otros aspectos.

Las principales conclusiones del estudio fueron:

- Las notas referidas a las mujeres tuvieron muy poca cobertura en todos los medios analizados. La prensa escrita fue el medio más ajeno a ellas. Por cada titular que se vincula de alguna manera con las mujeres, hay 29 que no lo hacen.
- En la radio, donde se les destinó un mínimo espacio, tienen lugar algunos hechos que no habría que desatender. En este medio, donde muchas veces la informalidad es adoptada como "forma de ser", se muestran con más descaro algunas de las facetas más machistas de nuestra cultura. Las referencias a las mujeres que se oyeron en nuestras emisoras radiales serían impensables respecto a varones, sean deportistas, políticos, esposos, etc.
- Aún perviven expresiones sexistas en el lenguaje que no sólo discriminan y vulneran a las mujeres, sino que impiden una adecuada comunicación, pues vuelven confuso el mensaje.
- En muchas de las notas que refieren a mujeres, éstas aparecen frecuentemente como víctimas, sea de violencia, asaltos, estafas, o abusos. Más allá del tratamiento "victimizador" de las crónicas policiales, se detectó un tratamiento similar en temas tales como salud, política, entre otros.
- En varios casos, a través de información internacional, aparecieron algunas referencias importantes a los derechos de las mujeres, sea mediante informes o relatorías de eventos internacionales. Si bien se trata de mínimas expresiones a favor de los intereses de las mujeres, parece importante destacar el papel que pueden (y deben) tomar las agencias internacionales de noticias.
- No se vio un correlato entre fotografías y textos en los diarios monitoreados. El número de imágenes de mujeres es sustancialmente menor que el de los hombres y, cuando ellas aparecen, no están relacionadas estrictamente con las noticias que ilustran.
- Las fotografías de nuestros diarios no contribuyen a una visualización de las diversas formas en que las mujeres desarrollan su vida; por el contrario, reiteran estereotipos y versiones restringidas de ser de las mujeres. Se repiten las madres, las actrices, las maestras,

las esposas, vinculadas, fundamentalmente, a temas como el espectáculo, el arte, la moda, los romances...

- Las mujeres son consultadas escasamente por los medios. Pese a que las entrevistas son un recurso habitual en los informativos, tanto radiales como televisivos, los medios no las consideran como informantes "directas" para sus notas. En algunos de los casos esto se ha llevado a extremos que resultan ridículos (ejemplos radiales de Paraguay y Chile).
- Con cierta frecuencia las mujeres aparecen como voceras o fuentes de determinadas notas, pero su voz e imagen son escamoteadas.
- Las periodistas tienen un restringido ámbito de actuación, particularmente en la televisión. Allí, generalmente, su tiempo -además de ser más escaso que el de sus colegas varones- se aplica a temas que no son centrales.
- Entre las radios parecen dibujarse dos tendencias: una muy tradicional, que acota la presencia de las periodistas mujeres y las limita a temas "femeninos"; y otra más contemporánea, que utiliza la alternancia como recurso.

Para remontarnos más cerca de la actualidad, el MediaLab del Foro de Periodismo Argentino (FOPEA), con el apoyo de Google News Initiative⁴, realizó entre octubre y noviembre de 2018 una encuesta online a mujeres periodistas argentinas de todo el país para conocer su situación laboral, su rol profesional, sus perspectivas de desarrollo y su lugar respecto a sus colegas varones en los medios. El MediaLab fue el espacio propicio para impulsar este relevamiento sobre la igualdad / desigualdad de género en la estructura de los medios argentinos y en la cobertura periodística, desde la perspectiva femenina, dado que el apoyo recibido desde Google News Initiative permitió, además, hacer foco en qué uso le dan a las nuevas tecnologías y cuál es el aporte en torno a su desarrollo profesional.

Este estudio es un nuevo y valioso aporte en este camino emprendido por FOPEA⁵ en el marco de una época y de un debate constante que atraviesa a la profesión, tanto afuera como dentro de su industria. ¿Las mujeres periodistas ganan lo mismo que sus colegas varones? ¿Tienen las mismas oportunidades de crecimiento laboral que sus pares masculinos? Sus jefes directos, ¿son varones o mujeres? ¿En qué temas quieren capacitarse? ¿Las coberturas cuentan con una perspectiva de género? La visión de la mujer, ¿está representada en los

⁴ Google News Initiative es una iniciativa de trabajo con la industria de las noticias para fomentar el crecimiento del periodismo en la era digital.

⁵ Comunidad federal de periodistas y docentes de periodismo de todo el país.

medios y sus coberturas, o es un ojo/criterio masculino y masculinizante el que opina, califica e informa?

El estudio arrojó los siguientes resultados:

Situación laboral

- El 61 % de las mujeres periodistas tienen más de un empleo para poder sostenerse.
- Pese a que el 71% hoy trabaja en una empresa de medios, el 39% espera desarrollarse trabajando en forma independiente.
- Solo un tercio de la muestra piensa que tiene posibilidades de crecimiento en su actual trabajo.

Capacitación

- En las encuestadas, predomina el interés por entender a las audiencias, las nuevas tendencias e incorporar herramientas técnicas que permitan mejorar la eficacia del contacto.
- El 80 % de las periodistas se capacitó en los últimos tres años, pero solo el 12 % de estas actividades fueron gestionadas por la empresa donde trabajan.

Medios y género

- La muestra señala, de manera homogénea, la ausencia de paridad entre mujeres y hombres en la distribución de beneficios y oportunidades. Se trata de una brecha objetiva que se consolida en la cadena de mando: el 71% tiene un jefe varón.

Conclusiones

- Solo el 12% de las encuestadas ocupa un cargo de decisión (dirección, gerencia o jefatura) dentro de las organizaciones periodísticas.
- Respecto a la configuración simbólica del rol de mujeres y varones en la profesión, vale destacar que solo el 16% menciona a una mujer cuando son consultadas por “periodistas prestigiosos”.
- El 76% de los integrantes de la mesa directiva del medio donde trabajan las periodistas son varones.
- La demanda recae en las empresas de medios, cuya lógica de funcionamiento interno se encuentra atrasada respecto de las expectativas y la agenda de las periodistas argentinas.

- Estudio completo: [MujeresPeriodistasEnLaArgentina_Informe \(fopea.org\)](http://MujeresPeriodistasEnLaArgentina_Informe(fopea.org))

Lograr una representación equitativa de mujeres y hombres como trabajadores en los medios de comunicación y como contenido de los mismos, no es tarea fácil y, menos aún, inmediata. Ello se debe a que los medios de comunicación funcionan a través de la interacción de distintas fuerzas: propiedad, control de la estructura editorial, ideología de los profesionales y condicionamientos técnicos y de organización. Al igual que en otros sectores de la economía, la propiedad de los medios de comunicación tiene un carácter monopolista, el cual obedece a intereses económicos que se imponen a las consideraciones sociales. El hecho de que sean sólo unas cuantas empresas, generalmente presididas por hombres, las que acaparan los distintos medios de expresión, impide el ejercicio pleno del derecho a una información pluralista.

Las mujeres que trabajan en los medios de comunicación no han llegado a ocupar los espacios de toma de decisiones, lo cual merma su posible incidencia en la elección de contenidos y tratamiento informativo relativos a los temas de interés para las mujeres. De acuerdo con la Federación Internacional de Periodistas, en 2001 las mujeres ocupaban sólo uno por ciento de los departamentos gerenciales y editoriales, así como de la propiedad de los medios, mientras que su participación entre el total de periodistas rebasaba el tercio.

En general, la mayoría de mujeres profesionales de la información se ubica en los departamentos administrativos o en la redacción, mientras que su presencia es escasa en los departamentos técnicos y en las esferas de dirección. Particularmente, las mujeres están escasamente representadas en los puestos con capacidad de controlar los contenidos que se difunden a través de los medios; el número de mujeres en los órganos directivos sigue siendo marginal, por lo que no pueden influir de manera significativa en la política de los medios.

Si bien algunas mujeres han tenido acceso a puestos de liderazgo en los medios, los hombres siguen tomando la mayoría de las decisiones sobre lo que constituye o no noticia. Además, el hecho de que más mujeres participen de las decisiones en la empresa no supone que sean capaces de revertir contenidos, ni de animar una proyección distinta de las mujeres. De acuerdo con Lorente⁶, esto es así porque lo que se espera de la mujer directiva es que sea

⁶ Miguel Lorente Acosta es un médico y profesor universitario español. Escribió numerosas publicaciones dedicadas a la violencia contra la mujer.

como un hombre, que demuestre a diario en su trabajo que sirve para el puesto ya que, al contrario de lo que ocurre con sus colegas varones, su capacidad nunca se da por supuesta.

En efecto, en los últimos 30 años la presencia femenina en los medios de comunicación ha crecido notablemente. Sin embargo, ello no ha significado un cambio fundamental en el contenido y enfoque de la información que se transmite, lo cual no ha impedido que las mujeres hayan optado por tácticas alternativas para participar de manera activa dentro y desde los medios de comunicación; entre ellas, destaca la creación de medios de comunicación alternativos de mujeres, en donde las nuevas tecnologías de información juegan un papel relevante. Los espacios generados por esos medios alternativos, muchas veces establecidos como redes nacionales o internacionales, han permitido visibilizar la realidad de las mujeres y evidenciar sus necesidades.

Géneros y medios

La relación de los grupos de mujeres y los medios ha sido históricamente conflictiva. Las primeras acciones comunicacionales de las mujeres organizadas se focalizaron en la denuncia y crítica de los contenidos de los medios de comunicación masivos. De esta forma, se estableció entre ambos sectores una conexión marcada por la desconfianza y el desinterés. Esto ha fomentado el desencuentro, impidiendo el diálogo, el mutuo conocimiento y, fundamentalmente, ha relegado el enfoque de género y la participación de las mujeres en importantes escenarios comunicacionales. No es casual que actualmente todavía siga siendo la mujer la que da el pronóstico en radio y televisión. No es casual que sean minorías las que hablan sobre economía y política. No es casual encontrarse que en la gran mayoría de medios la palabra en cuanto al deporte está en voz de un hombre. Nada es casualidad.

De la crítica de los contenidos, los grupos de mujeres modificaron su estrategia y pasaron a crear y mantener un circuito paralelo a los medios de comunicación masiva; teniendo un importante papel en la generación de la comunicación alternativa. En ese momento, era la forma más enérgica y radical de enfrentarse a los poderosos sistemas de comunicación dominantes: crear potentes espacios discursivos donde las mujeres organizadas inventaban y hacían circular contra discursos. Estos grupos, a través de diversos medios y acciones, dieron inicio a un pionero y significativo movimiento comunicacional, produciendo información voluminosa, original y diversa que permitió generar una producción de mensajes en el campo simbólico-político, desde sus intereses y necesidades. Hoy existen muchos portales

independientes de grupos de mujeres periodistas que opinan sin tapujos porque son sus espacios. Muchas periodistas han generado en su lugar de trabajo espacios destinados a la mujer y sus derechos como es en el caso del diario “La capital”.

Esta gestión comunicacional fue tan dinámica que logró alcanzar las propiedades de una industria de mensajes, evolucionando desde los productos alternativos más genuinos de la educación popular -cartillas, volantes, entre muchos otros- hacia la creación de medios de comunicación masivos como emisoras radiales, producción cinematográfica, editoriales internacionales, periódicos y revistas. Cada una de las estrategias mencionadas mantuvo una relación distinta con los medios de comunicación. Desde el enfoque confrontacional sostenido por la crítica de los contenidos, los grupos de mujeres pasaron a sostener, por una parte, una total indiferencia hacia la producción de éstos y, por otra, una enorme complacencia con el trabajo comunicacional que se estaba produciendo desde sus instituciones.

Sin duda, el trabajo comunicacional ha sido un fiel acompañante de los grupos organizados de mujeres. Les ha permitido, por ejemplo, distribuir y difundir provocadoras observaciones y propuestas que han surgido desde el centro de la reflexión teórica del quehacer feminista. Pero también hay que decir que esta intensa labor de difusión se mantuvo, generalmente, en un ámbito cerrado, ajeno a los grandes circuitos de distribución de mensajes y, lo más importante, lejos de la escena pública y con escaso impacto sobre ella.

El periodismo es fundamental para la ciudadanía. Durante mucho tiempo fueron los hombres quienes dieron a conocer las novedades del día a día. Ellas no escribían, pero a veces si se escribía para ellas aunque de un modo muy estereotipado. En ese mundo dominado por varones, algunas mujeres tomaron las riendas de la información y escribieron magníficos artículos. Sus trabajos supusieron un hito histórico en el periodismo. Un ejemplo del que aprender. Sin embargo, muchas de esas mujeres han sido negadas constantemente en los libros y apuntes. De aquellas féminas no queda ni rastro, pero su influencia ha sido fundamental para que las mujeres periodistas actuales ocupen las redacciones. Desde aquellas primeras periodistas a las actuales han cambiado muchas cosas. Hemos conseguido muchos logros. Nos hemos abierto camino en el periodismo. Pero aún queda mucho por conseguir: mujeres en puestos de responsabilidad en los medios de comunicación, equidad económica e igualdad en las secciones.

Beatriz Protti es licenciada en comunicación social hace treinta años. Es secretaria de comunicación, trabaja en la prensa y en todo lo que es la relación con los medios. Se graduó en la Universidad Nacional de Rosario (UNR). Sostiene que “la dificultad más grande es conseguir un empleo que tenga que ver con los derechos laborales, con el cumplimiento de las seis horas laborales de trabajo y un salario de convenio. En eso son muy pocos los que efectivamente pueden estar en esa condición, en su mayoría son hombres. Empezar a trabajar en eso fue también un caminito donde primero empecé por algunas cosas y después llegué a trabajar en los medios. Hay una cuestión en los medios de comunicación que es un concepto muy acuñado por el feminismo y que es el del famoso techo de cristal, es decir, que el techo de cristal aparece como una imagen simbólica de que en apariencia el cielo está muy lejos pero aparece un techo de cristal que te permite ver el cielo pero nunca llegar porque hay un tope en el acceso y eso es lo que pasa con el trabajo de las mujeres en los medios, en el periodismo. Ese techo de cristal está muy presente en una ciudad como Rosario y es el lugar del que hablo porque otro lugares desconozco cómo estará la situación y es el que hace que por ejemplo no haya ninguna mujer en ningún medio de comunicación que sea trabajadora del medio y que haga deportes por ejemplo. Son solo varones, todos los programas deportivos, todas las coberturas deportivas, todas las transmisiones de partidos, todo lo que implique esta cuestión deportiva o importante como puede ser el fútbol, solamente ejercido por varones. En ninguna producción ni en ningún medio hay mujeres haciendo verdaderamente deportes. Es lo mismo que determina que tengamos en las radios todos varones conductores, las mujeres siempre son co conductoras o en el mejor de los casos locutoras, es decir, hay un conductor y una locutora cuya misión es hacer el pronóstico del tiempo, leer los mensajes de los oyentes y pasar publicidad, es decir que ni siquiera tiene una opinión propia. Es el mismo lugar donde por ejemplo, hoy estudias quienes están en la calle y son en su mayoría, en su enorme mayoría, las mujeres. Es decir que el techo de cristal está tan bajo que hoy la mujer desarrollándose en Rosario en los ámbitos periodísticos, el gran número de ellas está como movilera o como redactora en un móvil, en una radio, en un canal de tele o como redactora sin categoría en cualquier medio gráfico o página web importante y ese mismo techo es el que impide todo lo que se podría lograr. Y en Rosario está muy muy bajo y te diría que lo tocas sin ponerte de pie”.

Continuó y destacó firmemente: “En Rosario hacemos lo que queremos, a lo sumo te pueden pedir una nota que puede estar pautada. El otro día lo escuchaba a Alberto Lotuf y me sorprendió, durísimo en algunos conceptos contra la política en general y no pasa nada. La mujer no siempre puede dar su opinión si no tiene la oportunidad de tener un lugar para

decirlo. La estructura de la inserción de mujeres en las radios, no tiene espacio para decir eso, a lo sumo le van a permitir un comentario chiquito. La agenda de los medios no está atravesada por la necesidad de la discusión feminista, no le interesa a nadie. La coyuntura son los temas que atraviesan a los medios y en esa coyuntura no está la agenda de la mujer”.

Laura Vilche dio su opinión sobre el medio y el género: “Siempre nos ha costado más por ser mujer. Porque las mujeres tenemos problemas, porque nos embarazamos, porque menstruamos, porque tenemos que cuidar de los hijos. Somos problemáticas para muchos jefes de Recursos Humanos y para muchos jefes de redacción también y editores. No puedo hablar por todas, habrá casos y casos, pero en mayoría, en líneas generales nos cuesta más por todas estas cuestiones y después por los lugares que ocupamos. Las chicas en los noticieros siempre están vestidas como si la intención fuera mostrar las tetas, mostrar las gambas, con tacones, vestidos, como para ir a un cabaret. Realmente yo no sé si es por gusto, si les gusta está todo bien, pero a mí a mí me llama la atención que todas estén con ese estilo mientras ellos están con corbata y traje. Porque no los hacen ponerse una bermuda o una musculosa, mostrar un poco, pero no. Nosotras estamos para mostrar, entonces seguimos en esa posición de florero decorativo como si toda nuestra humanidad fuera el cuerpo, no pensáramos, no habláramos. Insisto que si una de estas chicas decide vestirse así porque le gusta, listo, es su decisión. Pero en C5N por ejemplo, hay una línea editorial de vestir a la chica como yendo a un cabaret a salir una noche”.

Siguió: “Hay disparidad en las oportunidades de género en el sentido de que en general venimos muy atrás en los lugares de posicionamientos, venimos muy atrás al momento de incorporarnos a la profesión en general y después en algunos sectores en particular como deportes, política, economía y fotografía, estos siempre fueron lugares muy masculinos. Las mujeres cuando se incorporaban al periodismo, ingresaban a lugares más conservadores, de educación, donde básicamente trabajaban en suplementos, algo de salud tal vez. De hecho en el diario por ejemplo en fotografía debe haber 15 o 20 años tal vez que hay mujeres, ahora hay solo tres, siempre fue de varones, en deportes también entraron hace menos de 15 años. Hay una segunda jefa en economía, en policiales hay una sola chica. En el lugar donde más mujeres hemos estado siempre es en ciudad que es una sección importante del diario porque tiene que ver con todo lo que pasa en Rosario pero ha sido un poco así, más azaroso en el sentido de que ciudad también tiene temas duros y temas más culturales, educativos que en general siempre encaramos las mujeres. Las mujeres hemos abierto y hemos peleado también

por áreas feministas y secciones feministas que antes no había en el diario, con un análisis de perspectiva de género. Después en los lugares de decisión no están las mujeres, por ejemplo en diario la capital nunca hubo una secretaria general de redacción, no hay secretarías que es el cargo que le sigue, hay segundas jefas pero en los lugares de mando en general no están las mujeres así que en eso es todo disparidad y eso desigual al momento del salario”.

Comunicación y género han sido poderosos significantes de los profundos cambios y actual modernidad en la cual estamos inmersas. La dimensión de género -en tanto temática social- y los medios de comunicación se han desarrollado y transformado con gran rapidez en las últimas décadas.

Aunque reconocemos que la relación 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.

La realidad nos muestra que la relación entre ambas dimensiones ha sido compleja. Esto no ha sido fortuito, más bien es el claro resultado del funcionamiento de dos lógicas distintas: una, definida principalmente por el mercado y otra, por la visión académica, social y política inherente a los estudios de género.

El 8 de marzo de 2019, la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH)⁷ publicó el informe “Mujeres Periodistas y Libertad de Expresión: Discriminación y violencia basada en el género contra las mujeres periodistas por el ejercicio de su profesión” (en adelante, “Mujeres periodistas y libertad de expresión”), desarrollado en coordinación con la Relatoría sobre los Derechos de las Mujeres de la CIDH. El informe releva la situación de las mujeres periodistas en la región y examina las obligaciones de los Estados y del sector privado en la eliminación de los principales obstáculos y riesgos especiales o adicionales que enfrentan las mujeres periodistas en el ejercicio de su libertad de expresión y que están relacionadas con la desigualdad y discriminación contra las mujeres basada en su género.

⁷ La Relatoría Especial para la Libertad de Expresión de la Organización de los Estados Americanos (OEA) fue establecida por la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) en 1997 para supervisar el cumplimiento de la Convención Americana sobre Derechos Humanos por parte de los Estados miembros de la OEA en materia de libertad de expresión.

En Argentina, una investigación desarrollada en 2018 determinó que el 43% de las mujeres periodistas reportan situaciones de discriminación “por el hecho de ser mujeres.”⁹ Del mismo modo, el 40% denuncia situaciones de “discriminación por no entrar en los patrones de belleza de la sociedad actual. Los varones están a cargo de la cobertura de los temas vinculados a política, economía, energía y deporte. Por el contrario, a las mujeres se les asignan temas considerados “blandos” tales como sociedad, espectáculos, e información general. En el mismo estudio, se analizó el techo de cristal y el 78% de las más de 400 periodistas que participaron reportó que la mayoría de los jefes en el medio donde trabajan son varones. Del mismo modo, “sólo el 12% de las encuestadas ocupa un cargo de decisión (dirección, gerencia o jefatura) dentro de las organizaciones periodísticas.” En relación a las posibilidades de ascenso, sólo un tercio de ellas “piensa que tiene posibilidades de crecimiento en su actual trabajo” y el 72% considera que “tienen menos oportunidad de crecimiento que los hombres” en las empresas de medios.

En Brasil, las mujeres periodistas y las trabajadoras de los medios de comunicación denuncian que “el machismo, el sexismo y la misoginia todavía están presentes en los medios de comunicación en masa.” De un conjunto de más de 400 mujeres periodistas de todo el país que participaron de una investigación realizada en 2017, el 87% reportó haber vivido al menos una situación de discriminación por motivos de género.

En Colombia, según datos relevados en 2020, el 62% de las periodistas consideran que reciben un peor trato que el que reciben sus colegas varones. Sólo el 35% considera que se las trata igual y 3% cree que reciben un mejor trato.

En Costa Rica, el 92% de las mujeres periodistas alega que existe discriminación por motivos de género en las decisiones vinculadas a la promoción laboral. Además, el 31% declara haber sido discriminada en algún momento.

Estos patrones de discriminación limitan el acceso de las mujeres a los medios de comunicación, restringen el tipo de tareas y/o temáticas que se les permite abordar y demuestran que las decisiones sobre el acceso de las mujeres a oportunidades laborales, ascensos y/o aumentos salariales no se basan en criterios objetivos sino que reflejan y perpetúan estereotipos de género hacia ellas.

El periodismo deportivo es un tema en auge hace algunos años, Alicia Fernandez es la primera periodista deportiva de la ciudad de Rosario y compartió su mirada acerca del género en el periodismo deportivo y opinó al respecto: “Yo creo que el periodismo deportivo sigue

siendo un área destinada a los hombres, más allá de la capacitación y formación que tenemos las mujeres. Hoy todos estudian y eso ya nos equipara pero después en el momento de ocupar espacios en los medios de comunicación los hombres superan la cantidad con respecto a las mujeres, siempre. Basta con escuchar el periodismo deportivo en la radio, hoy tienes seis voces masculinas y una sola femenina que no dice demasiado. Miras la televisión y está clarísimo. Las mesas están compuestas por hombres y hay una sola mujer. Hay que empezar a formar minis pymes, como una empresa autónoma con equipos de trabajo, locutores, publicistas, comercialización, periodistas y armar sus propios espacios, hacer la compra de ese espacio porque lamentablemente los grandes medios continúan perpetuando estas situaciones”.

Mujeres sin nombre. Avances en la presencia de la mujer en medios de comunicación y el desafío pendiente', elaborado por LLYC⁸, a partir de un análisis del equipo de Deep Digital Business de la compañía es un estudio que evidencia la brecha de género en los medios. Fue realizado sobre más de 14 millones de noticias con mención explícita al género, en el último año, en los 12 países en los que la consultora está presente: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, España, Estados Unidos, México, Panamá, Perú, Portugal y República Dominicana.

Las conclusiones del estudio son claras: aunque se ha avanzado en la presencia y tratamiento de la mujer en los medios de comunicación, sigue siendo un desafío pendiente. Los datos revelan que ellas continúan infrarrepresentadas en las noticias (los hombres aparecen casi el triple); son más anónimas en los titulares; cuando aparecen, es más frecuente que haya una mención explícita a su género o a su familia y, además, firman menos. La economía, la política, el periodismo y el deporte son los sectores donde la brecha es más evidente.

Si quisiéramos ejemplificar los hallazgos detectados en el estudio, nos encontramos con una noticia que en general no mencionaría a la protagonista en el titular y, como mucho, se referiría a ella como una categoría secundaria con el apellido femenino. Leeríamos: “Una mujer podría ser la nueva presidenta de Estados Unidos”, en lugar de “Nombre real + apellido real, firme candidata a la presidencia de Estados Unidos”. Este es el claro ejemplo de lo que sucedió en la noticia de Lola de Carril y Angela Lerena, las primeras periodistas en relatar un partido de fútbol del mundial. En la mayoría de las noticias publicadas en medios,

⁸ Firma global de consultoría de comunicación, marketing digital y asuntos públicos.

no mencionaban sus nombres en el título si no que iban a ser las primeras dos mujeres en relatar dicho partido.

Las conclusiones del informe a nivel global:

1.- La mujer está infrarrepresentada: aunque se ha detectado una mayor y mejor tratamiento informativo gracias a la aparición de corresponsalías de género, en el último año se han publicado 2,5 más noticias sobre hombres que sobre mujeres en los medios.

2.- Son mujeres sin nombre: el nombre propio de las mujeres aparece un 21% menos en titulares que el de hombres. Y es un 40% inferior en temáticas tan relevantes como el deporte, la ciencia, el liderazgo o el cine. El lector se sienta frente a noticias de mujeres sin nombre.

3.- Me apellido femenino: la mención explícita al género es 2,3 veces más frecuente en mujeres que en hombres. Cuanta mayor es la mención del “apellido femenino”, menor es la tendencia a citar el nombre propio de las protagonistas. Esta subordinación semántica las relega a un rol secundario y anecdótico. En la Argentina, es un 146% mayor (2,46 veces) ese calificativo “femenino”, siendo el país que más lo menciona de los 12 relevados.

4.- Los hombres firman más: en la mayoría de países, los hombres firman un 50% más de noticias que las mujeres. Las secciones de salud, sucesos y sociedad es donde más firman las mujeres, en torno al 45%, mientras que los hombres suelen escribir sobre economía, política, tecnología y deporte. En el caso de Argentina, los hombres firman un 86% más que las mujeres en promedio, entre todas las secciones, aunque también es el país con más artículos publicados sin autor reconocido (el 91% del total). En comparación con el resto de los países, en Argentina las mujeres firman menos, salvo en las secciones de Tecnología, Economía y Negocios, donde se sitúan en un nivel similar al promedio de los países relevados, aunque por debajo, siempre, de los hombres.

5.- Mujeres y sus familias, aún inseparables en las noticias: en los medios se menciona un 36% más a la familia en noticias sobre mujeres y lo hacen de manera cosificadora. Hay un 366% más de menciones a la familia en noticias sobre empresas asociadas a la mujer que al hombre (4 veces más), y un 191% en el caso de ciencia (2 veces más).

6.- La imagen todavía pesa: la moda se asocia más a noticias que refieren a la mujer que al hombre. El modo en que visten ellas se refleja en 1 de cada 25 noticias, un 20% más que cuando las noticias hablan de ellos.

7.- Doble victimización en la cobertura de violencia machista: se sigue poniendo foco en la víctima en vez de en el agresor. Se nombra casi 3 veces más a la mujer que al hombre cuando se habla de violencia y el doble en situaciones de acoso. Cuando se le menciona a él, es un 20% más probable que en el titular aparezca el término “mujer” en lugar de “hombre”. Y si las víctimas son expuestas por su nombre, el del agresor a menudo queda oculto por su alias.

8.- El deporte, terreno de juego masculino: del altísimo volumen de noticias que se publican sobre deporte solo un 5% menciona explícitamente a las mujeres. Las noticias que tratan sobre mujeres representan únicamente 1 de cada 20. De hecho, el fútbol es percibido como masculino en el 95% de los casos.

9.- Ser buena no es suficiente, debe ser excepcional: con mucha frecuencia, el referente de mujer que reflejan los medios es de éxito y excepcionalidad. Las noticias sobre mujeres políticas, por ejemplo, destacan un 50% más sus aciertos y minimizan sus errores en comparación con los dirigentes masculinos. Esto acentúa el síndrome de la impostora y del burnout en aquellas mujeres que se plantean tener mayor exposición y visibilidad.

La perspectiva de género con los medios de comunicación actuales todavía no van de la mano porque la cultura en medios aún sigue siendo patriarcal. Todos los grandes grupos de medios (en Argentina) son de varones. Los accionistas, los directores, las caras son varones. Cuando hablamos de los magnates de los medios tenemos a Daniel Hadad⁹, Héctor Magnetto¹⁰, Daniel Vila¹¹, Víctor Santa María¹², Jorge Fontevicchia¹³, son todos varones, más allá de que puede haber alguna mujer pero sigue siendo una excepción. Cómo se estructuran organizacionalmente y como empresa los medios siguen siendo liderados por varones, lo cual

⁹ Empresario de medios de comunicación, periodista y abogado argentino. Es fundador de Infobae.

¹⁰ Contador público y empresario. Es el director ejecutivo del grupo Clarín.

¹¹ Abogado y empresario. Es presidente del Grupo América.

¹² Político, empresario, sindicalista y dirigente deportivo. Es director general del Grupo Octubre, que gestiona las revistas Caras y Caretas, Página 12, etc.

¹³ Periodista y empresario de medios, propietario de Editorial Perfil.

se traduce en la línea que tienen los medios. Lo que hay que hacer adentro es una lucha para transformar eso, no está dado que haya perspectiva de género porque hay varones a cargo.

¿Cómo fue evolucionando el rol de la mujer en la profesión?

El primer periódico nacional surgió en 1810 bajo el nombre de ‘Gaceta de Buenos Aires’. Allí no quedó registro, al menos de manera trascendente, de participación alguna por parte de las mujeres periodistas.

Más adelante, entre otros, apareció ‘El observador americano’, que comenzó a imprimirse en 1816 y que ese mismo año tuvo entre sus secciones un pequeño espacio titulado ‘La educación de las mujeres’. Estaba escrita por un hombre y contenía todo tipo de mentiras y disparates, que no sólo no hablaba bien del género femenino sino que humillaba a las mujeres.

Las llamaba «viciosas» y «carentes de pudor» (sobre todo a la hora de vestir, ya que iban a lugares públicos mostrando su “desnudez”, refiriéndose tan sólo a los hombros descubiertos). Criticaba a las mujeres que leían novelas o libros «muy complejos», ya que, según decía el autor de la columna, «no eran capaces de entenderlos y de hecho se veían ridículas intentándolo». Y agregaba que «una mujer que no leía nada no estaba bien tampoco; lo que debía hacer era instruirse en la generalidad».

A raíz del contenido polémico, algunas mujeres reaccionaron y de manera grupal redactaron una carta bajo el nombre de ‘Amigas del Observador Americano’ que el diario accedió a publicar sorprendentemente rápido. En la misiva, las autoras criticaban la dureza del texto, y pedían que si querían ayudarlas y «educarlas», no tenían que marcar sus defectos sino brindarles más y mejores oportunidades tanto en materia de desarrollo como de participación en la vida social.

Sin embargo, poco tiempo después aparecerían en escena las primeras mujeres periodistas, quienes dieron los pasos primitivos hacia una comunicación con igualdad de género. Algunas olvidadas, otras silenciadas por la historia oficial.

Petrona Rosende fue la primera periodista argentina que se reconoce como tal. En 1830 fundó el periódico feminista 'La Aljaba', cuyo nombre hacía alusión al estuche en el que las guerreras guardaban las flechas. De este modo, se convirtió no sólo en la primera mujer periodista sino en la primera en fundar un diario en Sudamérica. «Nos libraremos de la injusticia de los demás hombres, solamente cuando no existamos entre ellos», fue el lema que Petrona Rosende, también maestra y poeta.

Juana Manso fue una gran defensora de la educación y los derechos de la mujer. Como periodista y viviendo en Brasil, en 1852 fundó el periódico 'O Jornal das Senhoras' ('El diario de señoras'), donde publicó artículos sobre la emancipación de la mujer, contra el racismo y la esclavitud, partituras, poemas y crónicas de viaje. Más adelante, en 1854 y en Argentina, fundó el semanario 'Álbum de Señoritas', donde también abordó la independencia de la mujer.

Eduarda Mansilla fue una de las primeras mujeres argentinas que logró reconocimiento por su labor literaria, y como tal, fue además traducida a varios idiomas. Se ocupó de la situación marginal de las mujeres y todos los impedimentos con los que convivían.

Por último es necesario hacer mención de Virgina Bolten, la gran periodista argentina que durante su juventud vivió en la ciudad de Rosario. En 1986 fundó 'La Voz de la Mujer', primer periódico anarcofeminista de Argentina, hecho por mujeres y para mujeres. Su lema principal fue 'Ni dios ni patrón ni marido'. Su divulgación se realizó casi clandestinamente y en sus páginas se reivindicaban los derechos de la mujer en lo laboral, religioso, social y familiar. Esto sobre todo, teniendo en cuenta que para Bolten los maridos también jugaban el papel de explotadores.

A comienzos del siglo XXI aún está presente en nuestra sociedad la diferencia de género, diferencias sociales y laborales de la mujer como anteriormente mencionamos. A continuación los entrevistados cuentan brevemente sobre su trayectoria profesional en el periodismo y refieren su mirada acerca de la evolución de la mujer en el periodismo.

Alicia Fernandez comentó que en el momento en el que ella arrancó a estudiar no había demasiadas periodistas egresadas. El único lugar donde se estudiaba era el ISEF 18 del cual ella fue alumna y egresada. Las periodistas que había generalmente provenían del ámbito de

la literatura, narrativa y poesía o eran profesoras, escritoras. Esas eran las periodistas que conoció. Al periodismo llegó por sus propios medios, no tenía parientes, familiares ni amigos que tuvieran que ver con la profesión.

Recuerda que se encontraba cursando el segundo año de la carrera y tenía un vecino que era locutor, le fascinaba lo que hacía en la radio, así fue como la conoció, él le permitió ayudarlo con el programa. Este vecino era locutor de LT8 y además tenía programas musicales y de espectáculos en las otras emisoras. En su casa había una máquina de escribir, negra, pesada y antigua, una remington y con el tiempo aprendió a hacer lo mismo que se hace hoy, el guión de los discos que se pasaban en el programa de este vecino. Él le traía los discos de la casa de música para su promoción y Alicia hacía un guión de los mismos. Número uno, tema tal, intérprete tal, tantos minutos y había que poner también la discográfica, a quien pertenecía.

Alicia se encontraba cursando el segundo año de la carrera de periodismo y decidió presentarse sola, sin ningún contacto en el diario “La tribuna”, diario de la tarde, uno de los más populares junto al diario “Crónica” y quedó fascinada cuando vio la redacción. No eran menos de seis periodistas por sección. Recuerda que todos eran hombres. Las máquinas de escribir eran ensordecedoras, el ruido y el tripeo rápido.

Pidió hablar con el jefe de la sección de deportes que en aquel entonces era Juan Pascual y le dijo que era alumna del segundo año de la carrera y él simplemente la miraba, no sabía a qué venía su visita, no entendía. Le contó que sabía mucho sobre fútbol y que quería trabajar en la sección de deportes para poder cubrirlo. El señor la miraba, recuerda que tenía unos lentes grandotes, se los sacó, la miró y le dijo “no hay mujeres en este diario y menos en deporte. Acá la única mujer es la cajera que atiende en la planta baja y recibe las publicidades y cobra los avisos comerciales. Es más, no hay ni baño para mujeres en esta empresa”. Y recuerda que le contestó “Señor por el baño no hay problema, enfrente hay un bar. No sería problema para mí”. Hoy se ríe por su inocencia, su ingenuidad. La manera en la que la hizo sentir que nunca la olvidará. Alicia se fue abriendo su propio camino muy lentamente porque la realidad era que la mujer no hacía periodismo deportivo. La mujer comienza a tener espacio en el periodismo deportivo en 1990 cuando se abren los institutos superiores de periodismo integral y deportivo. Ahí empieza a haber mujeres. En el primer año cuando ella era profesora había una mujer y nueve varones, ya en el segundo año tres mujeres y once varones y así sucesivamente. La institución cerró en 2021 y para ese año ya era mitad y mitad. Cuando cumplió cuarenta años en la profesión en el año 2005 recibió la distinción por ser la primera periodista deportiva de la ciudad. Concluyó con su sincera opinión diciendo: "Para mi no cambio nada, yo lo sigo viendo igual. Hay más mujeres por supuesto, que han terminado su

carrera pero no hay muchas más diferencias. Siempre hay una supremacía en la cantidad de hombres. Los equipos lo forman hombres, no sé todavía cuál es la razón”.

Laura Vilche hizo hincapié sobre el tema principal de esta investigación y contó que a la mujer la ve posicionada un poquito mejor. “Todavía falta, falta muchísimo. Cuando yo entré a trabajar éramos absoluta minoría, seguimos siendo minoría, pero sobre todo en los lugares de decisión. Hoy hay más mujeres, pero por ejemplo el diario apenas tiene tres fotografías en este momento que obviamente no son jefas de fotografía. Entre las jefas en este momento te podría decir que hay una segunda jefa y recién ahora este año se nombró a una editora jefa en ciudad pero hay dos jefes antes que ella y después está la editora jefa. La estructura del diario se compone por el secretario general de redacción que es el jefe de toda la redacción, después están los secretarios y prosecretarios y abajo están los jefes. Nunca hubo una secretaria general de redacción, nunca hubo una secretaria, nunca hubo una prosecretaria. Ha habido jefas y segundas jefas. Con esto quiero decir, que no estamos en los lugares de decisión, seguimos siendo minoría, no estamos en la mesa del debate, no estamos en la mesa de decisión de las cosas e insisto en el periodismo gráfico estamos entrando de a poco, estamos llegando muy lentamente”. Siguió: “No queremos ser iguales, pero si quiero que respeten mi derecho, quiero igualdad de oportunidades, buen trato, reconocimiento, que soy capaz, quiero ocupar lugares de una persona capaz. Hoy tenemos cupo porque si no tuviéramos cupo no llegaríamos a nada, pero algún día, ojalá, no sea necesario el cupo y lleguemos con nuestra propia capacidad. Hoy todavía no es posible si no hubiera grupo por ley. No nos tienen en cuenta, no estaríamos en listas de políticas, no estaríamos en distintos lugares del laburo”.

Beatriz Protti refirió que en sus comienzos la mayoría de los estudiantes de la UNR (Universidad Nacional de Rosario) eran hombres, un porcentaje visible entre estudiantes varones y estudiantes mujeres en ese momento era tranquilamente 70/30.

También opinó sobre el tema de los salarios y comentó al respecto: “ Los salarios en la prensa están fijados por categoría, es decir, que no hay una desigualdad en el salario en la medida que sos cronista uno, cronista dos, cronista tres. El problema de esto es que si hay diferencias porque los hombres si ascienden de categoría y las mujeres no, entonces no las hay en tanto que cobremos lo que tenemos que cobrar. El problema es que las mujeres no pasan de cronista uno, no llegan a editoras, no llegan a directoras, no llegan a jefas. Entonces esa traba termina generando un problema en la distribución de los salarios. Además las mujeres seguimos cargando con las tareas de cuidado, esas tareas de cuidado son las que hacen que la

gran mayoría no tengan ni ganas ni tiempo de ir a cenar tres veces por semana afuera por la noche en reuniones como hacen los varones. Ellos arreglan una cena, se sientan a cenar y cierran negocios. Las mujeres no contamos en la mayoría de las veces ni con el tiempo ni las ganas de que se llegue a los lugares por esas cosas. Hay algo fundamental que es inherente a nosotras, las maternidades. La maternidad y la consecuencia de los hijos por la maternidad hace que no haya lugar porque tienen nueve meses de embarazo, porque tenes que cambiarlas de funciones y uno piensa verdaderamente que estamos en el siglo 21 y si en serio esto sigue estando y la respuesta es que sí. Yo escucho muchísimas veces a las mujeres quedándose en su casa y faltando a trabajar porque se les enfermó un hijo pero nunca lo escuchó de todos esos varones, que uno solo de ellos se haya quedado a cuidar al hijo, es decir en esos gestos reproducen todo el tiempo la cultura. Y después critican a la compañera de trabajo que se tiene que quedar cuidando también a su hijo”. Siguió: “La mujer no siempre puede dar su opinión si no tiene la oportunidad de tener un lugar para decirlo. La estructura de la inserción de mujeres en los medios, no tiene espacio para decir eso, a lo sumo le van a permitir un comentario chiquito. La agenda de los medios no está atravesada por la necesidad de la discusión feminista, no le interesa a nadie. La coyuntura son los temas que atraviesan a los medios y en esa coyuntura no está la agenda de la mujer. En todas las profesiones lo único que puede regular el ingreso por profesión son los colegios, nosotros no tenemos una profesión colegiada por ende cualquiera puede trabajar de periodista o de comunicador”. Siguió: “Hay que cambiar todo. La concentración de poder de los empresarios de medios, esa sería la matriz, es decir, si analizo cómo están conformados los medios, todos los medios de comunicación tienen una estructura piramidal, las cabezas son siempre varones, esas cabezas y sus manos derechas son siempre varones, si sigo descendiendo en esa pirámide, las manos derechas de las manos derechas, de una se multiplica, de dos dedos se me multiplica a ocho, siguen siendo varones. Entonces lo primero que hay que cambiar es la estructura piramidal de conformación de los medios donde en toda esa pirámide probablemente en los dos últimos eslabones es donde vos encuentres alguna mujer trabajando pero en la estructura de decisiones no las vas a encontrar”.

Evelyn Machain recordó sus comienzos en la profesión: “arranque hace ya varios años, en la ciudad de San Lorenzo y después me vine para Rosario. Primero trabajé en la calle como movilera, después cuando quedé embarazada pedí que me saquen de la calle para resguardar justamente ese embarazo y se dio la oportunidad de tener un espacio dentro de la radio y a partir de allí se me fueron abriendo posibilidades, pero esas posibilidades creo que también se

fueron abriendo en la medida en que fue cambiando la mirada o la conducción de los directivos de la empresa. No es fácil para la mujer y yo he sentido en general, aclaro que no hago ningún detalle en particular ni hablo en nombre de la empresa en la cual trabajo claramente pero yo he sentido que en la medida en que vos como mujer vas avanzando en algunos lugares que tienen un peso diferente muchas veces los varones te hacen sentir de una manera u otra en que vos estás ocupando ese lugar, no todos desde el lugar de “mira qué bueno, que buen lugar que estás ocupando o que piola que una mujer se ocupe y diga tal cosa” sino que muchas veces te lo hacen sentir de una manera que pesa mucho más, con lo cual abrirse camino, reiteró como te decía antes, las mujeres para ocupar esos espacios de poder de opinión o de decisión sigue siendo una situación muy complicada y de hecho si vos haces un paneo, un panorama de los medios más importantes o hegemónicos nacionales locales etcétera, vas a ver que muchas veces la mujer tiene asignado un rol muy particular y un rol más limitado y es el varón el que tiene la conducción, es el varón el que tiene la opinión, es el varón el que tiene la palabra final y eso creo que todavía se sigue observando mas allá que hay por supuesto una tendencia, un caminito hecho para poder ir cambiando esta situación”.

Evelyn Arach relata sus comienzos en la profesión: “Cuando yo empecé a estudiar periodismo allá por el 2000 y más o menos en la misma época empecé a trabajar, la mujer era una cronista que estaba en la calle, que es un oficio maravilloso el de cronista de calle y dentro del estudio donde se tomaban las decisiones era la señora, generalmente una locutora que decía la hora, el clima, como regar las plantas, como limpiar la casa. Había una situación bien clara de predominancia, de hegemonía masculina en las voces que había en la radio, en las voces que había en la tele. Por ahí la televisión le daba un espacio más a las presentadoras pero bueno había un techo de cristal que sigue estando pero que un poco, muy poco a poco aclaro se va rompiendo. Hice algunos años de comunicación social, después estudié en TEA y mi primer laburo formal fue en la radio que hoy es radio Sila 989, haciendo producción para Carlos Molfino en un programa muy temprano que había en la mañana. Ahí hice co-conducción, después quedé en un casting para el noticiero del cable en el cual conduje durante algunos años. Luego surgió la oportunidad de ir a la calle a hacer notas y yo no había estado nunca en la calle. Yo considero que todo periodista debe caminar la calle, si estás en una redacción no quedarte en el escritorio, si vas a hacer televisión tener un paso por las calles y hay gente que lo elige como el lugar de su oficio y es absolutamente valioso porque la calle te da el palpito de lo que pasa en realidad. No es lo mismo abrazar a una mamá a la

que le mataron al hijo que contarle desde la distancia. Hay cosas que uno tiene que vivirlas y yo agradezco haber estado tanto tiempo en la calle, primero en cable hogar, después en LT8, cablevisión donde además conduje el noticiero. En canal 5 Susana rueda me convoco para hacer “bien temprano”, ahí estuve tres años y a Susana siempre le agradezco porque me abrió puertas, fue una mujer muy muy generosa, una periodista, una colega increíble conmigo así que en ese sentido le agradezco y creo que en lo que a mí respecta siempre que pueda abrirle una puerta a una mujer lo voy a hacer porque creo que estamos también para eso, en algún punto, la sociedad, la cultura, cree que debemos pelearnos pero es todo lo contrario, las mujeres estamos para ser solidarias entre nosotras. Así fue como me abrí paso, un poquito de boca en boca, se iba diciendo que mi laburo era bueno, que gustaba y justo venía como anillo al dedo para determinada situación así que fuimos transcurriendo y ahora estoy a cargo de la producción del noticiero de la tarde junto con Flavia padín, Martín pidace y Cristian Lavallen que es el gerente general de noticias y estoy muy agradecida con esta chance”.

Siguió: “Hoy las mujeres muy de a poco estamos en lugares de toma de decisiones, como la producción de un noticiero, la producción de un programa de radio que es escuchado. Además la posibilidad de escribir para medios digitales abrió la democratización de los medios de comunicación que hoy son canales de youtube, medios alternativos, eso también hizo que haya muchas voces de mujeres disruptiva, divergentes y de a poco también los movimientos feministas fueron logrando hacer visible esta realidad, la disparidad de género en los distintos medios de comunicación.

Hasta no hace mucho las radios más escuchadas en Rosario tenían como voz eje solo a un varón. De hecho la mayoría de los programas más escuchados los siguen teniendo pero de a poco la mujer empieza a ser considerada como una voz necesaria dentro del estudio, en la producción, en la toma de decisiones, en las redacciones. Hay pocas jefas de reacción pero hay toda una evolución que recién en los últimos tres o cuatro años comenzó a consolidarse y todavía falta un mundo. En todos los medios, los que toman decisiones a nivel más alto son siempre varones, algunos deciden con generosidad y perspectiva de género y otros no. Cuando yo arranqué a hacer periodismo ni siquiera se hablaba de perspectiva de género, ni de igualdad. Éramos muy pocas las mujeres periodistas que había y eso también permitía ciertos estratos pero en lo personal prefiero agradecer a todos aquellos y aquellas que han tomado decisiones desde la igualdad y la generosidad y quedarme con esa postal en el periodismo”.

Pablo Mihal dio su opinión acerca de la evolución de la mujer en la profesión y contó: “La situación para la mujer cambió bastante, no sé si injerencia pero sí que tiene mucho más protagonismo. Las decisiones todavía no las toman y creo que en parte eso se da por el propio mecanismo que tiene hoy por hoy el periodismo. Estamos hablando de periodistas, no estamos hablando de presentadoras donde ahí la cosa es distinta, estamos hablando de la periodista que hace investigación por ejemplo. Yo tuve compañeras que hacían excelentes trabajos pero por ahí también hay que reconocer que amparándose en esas cositas y en su derecho de ser mujer, pedían ciertos privilegios que a los varones no nos gustaba mucho. Yo por ejemplo no sé lo que es tener un domingo libre y ellas tenían sábado y domingo libre. Si vamos a estar en igualdad de condiciones, vení un domingo, quedate, hacete amigas. Tomate un día de semana libre. Sos periodista y tenes que venir a trabajar. En mi opinión han pasado un montón de cosas en las que siento que se han abusado por su condición de mujer. Si es varón o si es mujer, en definitiva es un compañero de trabajo. En tema deporte si que no ha avanzado demasiado. Todavía somos la mayoría varones, las dos chicas que había se fueron porque no aguantaron el ritmo o tal vez no se sintieron cómodas o nosotros no las hicimos sentir cómodas. El deporte es especial también, no por nada en todas las redacciones del mundo siempre están ubicadas en el fondo porque generalmente somos los más quilomberos y es un ambiente que se vive cómo se vive en un vestuario de fútbol. Hay ciertos códigos que entre los varones empiezan a hablar y se olvidan de que hay una chica. La mayoría de los deportes que se cubren son de varones. Las chicas se están ganando su lugar en el deporte, fútbol femenino, el hockey se ganó un lugar con muy buenos resultados. El hockey era en teoría un deporte para chicas y sin embargo también explotó el hockey masculino. Entonces como que estamos cambiando la mentalidad para que nos demos cuenta que esto es un juego y no tiene nada que ver con el sexo. Actualmente no hay ninguna mujer en la sección. Es complicado encontrar a una chica que conozca de todos los deportes”.

Hay situaciones claras que demuestran las trabas que las mujeres tienen que sortear día tras día. Recién el año pasado, 2022. dos mujeres condujeron un partido de fútbol en un mundial. Los sitios de noticias publicaron y nombraron a este suceso como “histórico”, “único”, “impensado”. El diario digital “Infobae” lo relato con estas palabras:

“Lo que hasta hace poco tiempo hubiera parecido impensado en la historia del fútbol mundial, hoy sucedió y nada menos que en una Copa del Mundo. Este jueves, Ángela Lerena y Lola del Carril se convirtieron en las primeras mujeres que condujeron un partido de fútbol masculino y nada menos que en el Mundial de Qatar”.

Argentina.gob.ar, el sitio oficial de noticias del país también publicó una nota y escribió: “En una transmisión histórica, Televisión Pública y DeporTV ofreció la primera cobertura de un partido mundialista efectuada por mujeres: Suiza vs. Camerún relatado por Lola del Carril, con comentarios de Ángela Lerena. La transmisión del partido entre Suiza y Camerún por Televisión Pública en vivo –y Depor TV en diferido– marca un hito histórico porque, por primera vez en nuestro país, un partido mundialista tuvo a dos mujeres en relatos y comentarios: Lola del Carril y Ángela Lerena”.

“Desde los medios públicos celebramos con profundo orgullo este nuevo hito de las mujeres en pos de la igualdad de género, particularmente en un terreno ocupado hegemoníamente por los varones”, reflexionó Rosario Lufrano, la presidenta de Radio y Televisión Argentina (RTA). Lufrano destacó que “desde el minuto uno de la organización de la compleja cobertura del Mundial contemplamos que la participación femenina tuviera un papel especial”.

Hasta el presidente Alberto Fernandez publicó en su cuenta de Twitter la noticia con estas palabras: “Hoy disfrutamos del primer partido de #Qatar2022 relatado y comentado por tres mujeres. Es un día histórico para la @TV_Pública, para las mujeres que lo hicieron posible y para todas y todos los que trabajamos por un mundo más igualitario”.

Se puede observar que estos hechos en el año 2022 siguen siendo considerados como algo fuera de lo común. Y después de tantos años y tantos mundiales, recién el año pasado las mujeres pudieron ser partícipes activas y visibles.

Las periodistas y comunicadoras están cobrando un mayor protagonismo tanto en las redacciones como en los puestos de responsabilidad profesional de los diferentes medios de comunicación pero no obstante, no hay que olvidar que aún existen algunas trabas y problemas que impiden una incorporación plena.

¿Se evidencian situaciones incómodas en el ámbito laboral?

La presencia de las mujeres en los medios sí es un logro que no podemos obviar pero aún con todo, las desigualdades entre hombres y mujeres son manifiestas. Es sintomático que tanto veteranas como profesionales más jóvenes coincidan en que al menos una vez han experimentado situaciones incómodas en el ámbito laboral.

Laura Vilche relató algunas de las situaciones que le tocó vivir: “Si, situaciones me han pasado varias. Recuerdo una vez con un secretario cuando yo era jovencita. Me acuerdo que me dijo: “Vos con esas piernas, yo no puedo trabajar así” y no paraba de repasarme con la mirada todo mi cuerpo. Yo estaba en minifalda, imagínate era jovencita y recuerdo que le dije: “de mis piernas no hablamos, hablamos de trabajo”. A mí me pareció una situación sumamente incómoda al punto de no querer ir más con minifalda. Yo me pude defender, soy así, jetona, de no callarme, no intimidarme. Eso me trajo ventajas y también muchas desventajas. Sufrí cuestiones de machismo hasta de compañeras. Simone de Beauvoir ya decía: “mujeres no se nace, se hace” y nadie nació feminista, nos fuimos des construyendo todas, tanto mujeres como varones. A veces te topabas con actitudes machistas de las propias mujeres, las mismas mujeres se decían que nosotras éramos complicadas, nosotras hablábamos tanto, hasta callarse porque viene el varón. Después los chistes, los chistes permanentes y el que no te tengan en cuenta en la mesa de debate, de análisis. Que tengas que pedir permiso como las mujeres del fútbol que piden permiso para entrar a la cancha, para que le dejen el mejor horario para entrenarse, para jugar.

Por ejemplo, a mis tres compañeras fotógrafas cuando hay fútbol en Buenos Aires, siempre va un periodista con un fotógrafo. Nunca mandaban a las chicas así que yo empecé a moverme para que tengan un lugar cuando estaba en ovación. Les pregunté a los jefes porque no mandaban a las chicas y su respuesta fue que el diario, la empresa periodística tenía que reservar dos habitaciones en vez de una. Les comenté esto a mis compañeros y les dije: “Ustedes no se dan cuenta que al no pelear eso con la empresa están quitándole la posibilidad a una persona, a una compañera de que aprenda a cubrir fútbol en otras situaciones, en grandes estadios, le están quitando posibilidades profesionales y también le están quitando la posibilidad salarial porque cuando vos cubrís en Buenos Aires y te tomas dos días para una jornada eso se paga de más. Le estás quitando la posibilidad a las mujeres que vayan por una cuestión netamente patriarcal”.

Hasta que nos empezamos a meter las mujeres del diario, las feministas, las que empezamos a hacer toda esta discusión, eran netamente machistas los temas tratados en el diario porque el enfoque hoy no basta con hablar de la mujer, no sos feminista porque hablas de una mujer o no sos feminista porque le hagas una nota a una jugadora de fútbol. Sos feminista en todo caso o tenes una mirada de género en todo caso dependiendo de cómo hagas esa nota, que le preguntes, por donde enfoques la nota. Podes tener una nota de una jugadora de fútbol y ser machista por las cosas que le preguntas, le preguntas si está casada, si tiene hijos, cosas que no se le pregunta a un jugador. Si sale con el novio, si se pinta los labios y usa tacos. De ese

enfoque hablo, como tratas y como consideras a quien tenes enfrente cuando se trata de una mujer. Me acuerdo que cuando les daban los premios a los deportistas, los botines de oro creo que se lo dieron a una jugadora de fútbol internacional, a la capitana de Estados Unidos que es una chica goleadora, etcétera. Recuerdo la nota donde el conductor le pregunto si se animaba a hacer el perreo y la mina le cortó el rostro como diciendo porque no le pedís que haga el perreo a un tipo. Ese es el tratamiento que nos hacen a nosotras, como faranduleras, como que siempre estamos para cosas así de la farándula, tenemos que hablar de las maternidades, tenemos que hablar de quiénes somos pareja, si tenemos marido. Siempre te preguntan si tenes marido sin siquiera pensar en tu universo que la persona puede ser una pareja que no es heterosexualmente. Ese recorte, esa cosa cuadrada pasa con la mujer, entonces todas esas situaciones son incómodas inevitablemente, aunque las evites.

En líneas generales siempre nos ha costado más entrar en el ambiente periodístico porque las mujeres traemos problemas, porque nos embarazamos, porque menstruamos, tenemos que cuidar de los hijos. Somos problemáticas para muchos jefes de Recursos Humanos y para muchos jefes de redacción también y editores. No puedo hablar por todas, habrá casos y casos, pero en mayoría, en líneas generales nos cuesta más por todas estas cuestiones y después por los lugares que ocupamos”.

Beatriz Protti también contó sus vivencias: “Sufrió el machismo en más de una oportunidad. El lugar del móvil que es mi lugar de trabajo, se presta además para que no solamente te comas la discriminación machista de el conductor, que es el que te define qué tiempo estás al aire, cuánto tiempo, en qué momento y cuánto tiempo estás enganchada hacen que te dé pie, que es una forma de violencia muy clara porque es una violencia laboral y siempre la ejercen los hombres porque las mujeres no llegamos a las conducciones sino que también te topas con la cuestión machista de estar en la calle, entonces las expresiones de que te ven manejando un auto y que cualquier taxista pueda gritarte anda a lavar los platos, pasando por autoridades que solo responden a preguntas de hombres y no de mujeres porque tenemos un estilo de preguntar que es diferente y no andamos a los gritos, entonces la padeces desde muchos lugares. Desde tu compañero que está haciendo piso y es un hombre que tiene el poder de la conducción desde el que está haciendo producción y es un hombre que tiene el poder de llamarte en algún momento para sacarte al aire, pasando por un entrevistado que omite las preguntas de las mujeres porque preguntamos de otra manera y con un timbre de voz más bajo, hasta la calle con su hostigamiento típicamente machista y casi que te podría aportar también como una forma de discriminación machista los propios compañeros que hacen

cámaras, que todo el tiempo te hacen correr o te dicen como tenés que manejarte y son siempre varones. Hay todo un tema así que si, la padeces desde un sinnúmero de lugares.

Y el colmo de esas expresiones machistas fue una noche en una fiesta, en una cena de prensa de periodistas, en una mesa redonda donde éramos todos colegas, yo hice un comentario de fútbol y un periodista deportivo dijo y cito: “Las mujeres no son consideradas cuando hablan de fútbol”. Te podría dar nombre y apellido porque es un renombrado periodista de canal tres el que dijo esa expresión que por supuesto estaba siendo piso y en esos pensamientos se llega más fácil a esos lugares. Con todo esto me doy cuenta de que los hombres se cuidan más en la exposición pública por temor a un escrache, entonces solo hay un cuidado en la forma en que se verbalizan algunas cosas pero no hay cambios de fondo en lo actitudinal. Los hombres siguen siendo enormes mayorías en los medios, el techo de cristal está desde siempre, estaba hace 20 años y sigue intacto. Creo que solo se cuidan en las formas verbales que tienen de dirigirse hacia nosotras y en los modos de expresarse al aire pero no hay otra cosa”.

Evelyn Arach comentó: “He vivido situaciones incómodas claro, como todas las hemos vivido. Lamentablemente con el tiempo uno aprende a resolver esas situaciones siempre partiendo desde el respeto y la cordialidad, lo que al otro le falta. Y creo que la cosa pasa por ahí y siempre intentar ser solidario, solidaria con aquel que no la está pasando bien o sufre un destrato. Me parece que estas situaciones se dan en todos los ambientes, no solo en el periodismo. Lo que puedo decir es qué hay que caminar con respeto y exigir que el resto tenga el mismo respeto es la manera de combatir. Recién ahora empieza a haber un espacio para las mujeres en la toma de decisiones a nivel periodístico y eso es muy positivo pero sigue habiendo desigualdad. Son siempre muchos más los hombres que deciden y las mujeres que acatan, eso sigue pasando y de poquito lo iremos transformando, espero”.

Evelyn Machain afirmó: “No es fácil para la mujer y yo he sentido en general y no hago ningún detalle en particular ni hablo en nombre de la empresa de trabajo claramente pero yo he sentido que en la medida en que vos como mujer vas avanzando en algunos lugares que tienen un peso diferente, muchas veces los varones te hacen sentir de una manera u otra que vos estás ocupando ese lugar, pero te lo hacen sentir no todos desde el lugar de “mira qué bueno, que buen lugar que estás ocupando o que piola que una mujer se ocupe y diga tal cosa” sino que muchas veces te lo hacen sentir de una manera que pesa mucho más, con lo cual abrirse camino es muy difícil para las mujeres, el de ocupar esos espacios de poder, de opinión o de decisión sigue siendo una situación muy complicada y de hecho si vos haces un

paneo, un panorama de los medios más importantes o hegemónicos nacionales locales etcétera, vas a ver que muchas veces la mujer tiene asignado un rol muy particular y un rol más limitado y es el varón el que tiene la conducción, es el varón el que tiene la opinión, es el varón el que tiene la palabra final y eso creo que todavía se sigue observando más allá que hay por supuesto reiteró una tendencia, un caminito hecho para poder ir esté cambiando esta situación”.

Natalí Tovares también relató sus experiencias: “Claro que sufrí machismo dentro de un medio de comunicación, en varios. Lo que podemos llamarle micromachismo que son pequeñas formas de expresar la violencia de género en el ambiente laboral empezando porque sos mujer. En principio yo siempre trabaje a honores y tenía que aguantar maltratos ya sea por algo estrictamente laboral o por una cuestión de género. Siempre había algún comentario machista y que era totalmente naturalizado en ese momento, 2016, pero con el paso de los años hay cosas que ya no permito y como mujer no deberíamos permitir las nunca.

Recuerdo que una vez estaba haciendo un móvil desde un bar a una concejala que en ese momento había presentado una ordenanza para que las madres puedan amamantar en público y el conductor del programa donde yo trabajaba, al finalizar la nota hizo un comentario machista donde hablaba de mi cuerpo en relación a esas madres que estaban amamantando y obviamente fue una situación súper incómoda no solo para mí si no también para los oyentes que luego se solidarizaron conmigo. Ese comentario me hizo sentir insignificante y poco valorada. Como si mi cuerpo fuera el protagonista de una historia que es muy importante y mis palabras, mis opiniones fueran nada. Así me hizo sentir el comentario de ese hombre”.

Conclusiones finales

A pesar de que la situación de las mujeres en el mundo laboral en general y en el periodismo en particular sea diametralmente opuesta a la de hace unas décadas, lo cierto es que este sector sigue sufriendo desigualdades a la hora de ejercer su trabajo. Aunque se han registrado avances, un número significativo de mujeres siguen enfrentando barreras basadas en sesgos de género para acceder a los medios de comunicación.

El verdadero cambio comienza en la educación. Sería muy bueno agregar a la currícula una materia relacionada al género. Las nuevas generaciones tienen que conocer acerca de los sucesos pasados en cuestiones de género en el periodismo. Hay muchas historias que vale la pena contar, muchos testimonios que pueden ser primordiales a la hora de formarse como

profesionales periodistas. También es fundamental la capacitación tanto de las y los docentes en materia de perspectiva de géneros y derechos humanos, como de las autoridades que son quienes en última instancia toman las decisiones sobre las políticas institucionales. Más allá del compromiso aislado que pueda tener parte del cuerpo docentes de las Universidades e institutos de formación docentes con la incorporación de bibliografía y perspectivas diferentes para conseguir resultados de impacto en la formación de las y los profesionales de la comunicación se necesitan instituciones comprometidas con tales cambios que garanticen la transversalidad de los mismos.

Es momento de visibilizar a las mujeres en cargos directivos, pero no solo para que se las vea, sino para que se las escuche, que se convierta en una normalidad, tanto el que lo hagan bien como el que lo hagan mal. Que deje de ser un hito, un logro, algo histórico e impensado que una mujer acceda a determinados cargos de responsabilidad en los medios de comunicación.

BIBLIOGRAFÍA:

Instraw (2005). Women and the Media: New Challenges. Review and Appraisal of the Implementation of the Beijing Declaration and Platform for Action. Consultado el 29 de julio de 2005 en <http://www.un-instraw.org/en/images/stories/Beijing/womenandthemedial.pdf>

Ortiz, Marta (2001). “Igualdad de sexos en los medios de comunicación”, en Mujeres en medio: repaso crítico a los medios de comunicación y su lenguaje, Asociación de Mujeres Profesionales de la Comunicación (AMECO), España, pp. 97-116

Menéndez, M. Isabel (2001). “Una representación invisible: imagen actual de las mujeres en la información”, en Mujeres en medio: repaso crítico a los medios de comunicación y su lenguaje, Asociación de Mujeres Profesionales de la Comunicación (AMECO), España, pp. 77-96

Burkle B., Martha (1997). “La post-televisión y la construcción de la sexualidad de la mujer”, en Razón y Palabra, julio de 1997, edición especial. Consultada el 28 de julio de 2005 en <http://www.razonypalabra.org.mx/mcluhan/post.htm>

Carmen Torres,” PERIODISMO Y GÉNERO Reflexiones de intervención desde el género”

Instituto Nacional de las Mujeres (www.inmujeres.gob.mx), octubre, 2005. “Las mujeres y los medios de comunicación”

Pedro Vaca Villarreal, Relator Especial para la Libertad de Expresión, octubre 2022. “Mujeres periodistas y salas de redacción”, recuperado de <http://www.oas.org/es/cidh/expresion/informes/Mujeres22-es.pdf>

Foro de Periodismo Argentino (FOPEA) (2018). Mujeres periodistas en la Argentina, estudio cuantitativo a nivel nacional

Mujeres y medios de comunicación. Avances y perspectivas en la Argentina del siglo XXI. (2021) Millcayac, vol. IX, núm. 17, p. 257, 2022. Universidad Nacional de Cuyo

Silvina Ghiselli, Primeras Periodistas Argentinas, Un Puñado De Valientes. Obtenido de <https://elcafediarario.com/primeras-periodistas-argentinas-valientes/>

María Angulo Egea para Jot Down, “El papel de las mujeres en el periodismo y los medios de comunicación”

WIRTH, L. (2002) “Romper el techo de cristal. Las mujeres en puestos de dirección”. Madrid. Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.

Paula Navarro, Universidad Nacional de Villa María. “La mujer en los medios de comunicación: ¿un modo androcéntrico de entender el trabajo periodístico?”.

Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual e Instituto Nacional de las Mujeres (2019) Primera etapa: Monitoreo Género y Política. Campaña electoral 2019: Representación y paridad en los noticieros televisivos.

Ministerio de las Mujeres, Géneros y Diversidad (2021). Perspectiva de género y diversidad. Editorial Mingeneros

Índice

Universidad abierta interamericana.....	1
Resumen.....	2
Introducción.....	3
La pregunta que se desea responder a esta investigación es.....	3
Hipotesis.....	3
Objetivo general.....	3

Objetivos específicos.....	4
Metodología.....	4
Marco teórico.....	4
Periodismo actual.....	4
La mujer en los medios de comunicación.....	9
Géneros y medios	14
¿Cómo fue evolucionando el rol de la mujer en la profesión?	22
¿Se evidencian situaciones incómodas en el ámbito laboral?.....	31
Conclusiones finales.....	35
Bibliografía.....	37
Índice.....	38
Anexos.....	39
Entrevista a Laura Vilche, periodista de La capital	
Entrevista a Beatriz Protti, Licenciada en comunicación social	
Entrevista a Pablo Mihal, periodista de La capital	
Entrevista a Evelyn Arach, periodista de Canal 5 de Rosario	
Entrevista a Evelyn Machain, periodista de Canal 3 de Rosario	
Entrevista a Gonzalo Segger, periodista de Radio Boing	
Entrevista a Alicia Fernandez, primera periodista deportiva de la ciudad de Rosario	
Entrevista a Natalí Tovaes, periodista	

