

UNIVERSIDAD DE LA REPUBLICA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGIA
Tesis Licenciatura en Sociología

**Una mirada de género en la TV:
continuidades y rupturas en las relaciones de género**

María Goñi Mazzitelli

2007

TABLA DE CONTENIDOS.

1- Introducción	4
2- Desarrollo conceptual del problema de investigación	7
A- Antecedentes teóricos ¿Qué entendemos cuando hablamos de género y estereotipos de género?	
La televisión: cambios y permanencias desde una mirada de género	9
División sexual del trabajo; ¿mayor y mejor participación para las mujeres?	13
B- Preguntas de investigación Focalizando: Las relaciones de género dentro del ámbito televisivo	17
C- Objetivos: General y Específicos	18
3- Análisis de los Datos	19
A- Participación de la mujer en la T.V según las y los periodistas. 1. Mayor participación de las periodistas en el ámbito televisivo; Avances y retrocesos en las relaciones de género.	
2. ¿La búsqueda de la igualdad o de la diferencia?	22
3. Capacitación vs. Roles tradicionales	26
4. Rompiendo barreras en los espacios públicos	27
B- Las relaciones laborales en el ámbito televisivo. 1. Cambios y permanencias.	31
2. Una estrategia que se desarrolla de manera individual	36
C- Percepción de nuevos roles de la mujer en la T.V 1. Luchando contra las estructuras estructurantes	39
4- Reflexiones Finales	43
ANEXO METODOLOGICO	47
Bibliografía	53

“Tenemos el derecho de ser iguales cuando las diferencias nos inferiorizan, y tenemos el derecho de ser diferentes cuando las igualdades nos esclavizan” (Santos, 1995)

1. Introducción

¿Por qué realizar un análisis acerca de la percepción que poseen los y las periodistas sobre la participación de estas últimas en el ámbito televisivo montevideano?¹

No podemos negar la importancia que en la actualidad poseen los medios de comunicación, y más aun la televisión como medio masivo, en cuanto a los valores y estereotipos de género que transmiten, perpetuando o rompiendo con determinados comportamientos, dentro del ámbito social, cultural y económico. Los medios son considerados un poderoso instrumento de creación de opinión pública, de tal manera que las personas construyen parte de su percepción del mundo a través de lo que ellos ofrecen. Los modelos de referencia que construyen, así como las pautas de comportamiento que proyectan contribuyen a perpetuar y reforzar el orden social.

“El desarrollo tecnológico de las industrias del mensaje y de los medios de comunicación se ha transformado en uno de los fenómenos más significativos en el ámbito de las relaciones sociales, acelerando y cambiando rápidamente las formas colectivas de informarse, comunicarse y vivir.”
(Silva, 2003)

Uno de los motivos por lo que me llevo a realizar un estudio de estas características fue precisamente por esta razón, la importancia que en la actualidad poseen los medios de comunicación, y la televisión particularmente como medio masivo, sobre la reproducción de estereotipos de género que a través de la misma se perpetúan. Sin lugar a dudas, a partir del siglo XX, se comenzó a forjar lo que hoy, en el siglo XXI, se consolidara como la gran revolución de las comunicaciones. Existe un reconocimiento hacia los medios de comunicación de masas en el análisis intelectual de la construcción social moderna; por lo que son un fuerte marco de referencia en todas las esferas de la sociedad.

A partir del surgimiento y desarrollo del movimiento feminista, uno de los grandes acontecimientos del siglo XX, que ha tenido un impacto notable en el mundo entero y en la producción del conocimiento en los diferentes ámbitos, se comenzó a forjar una mayor conciencia frente a los problemas de discriminación social de que las mujeres son objeto en la mayoría de los ámbitos que comparten con los hombres en las diversas sociedades. Como resultado derivado de esta situación, han surgido numerosos e importantes estudios que se centran en el análisis del trabajo femenino, en el trabajo fuera del hogar, ya que éste ha aumentado como consecuencia de los cambios ocurridos en la esfera económica a nivel mundial. A partir de diferentes análisis se da cuenta de la situación de desventaja de las

¹ La inquietud por realizar un estudio con estas características, surge y es estimulado en el Taller “Sociología de la Comunicación de Masas” llevado a cabo durante el periodo 2003-2004, por el Soc. François Graña. En aquella oportunidad la elección del tema, que se acotaba únicamente a la opinión de las periodistas, era aún casi inexplorado hasta el momento, por lo que estimuló más la realización de este estudio. Si bien existen investigaciones acerca de la participación de las mujeres en los medios de comunicación en toda América Latina, poco había hasta el momento que hiciera referencia a la situación y a la percepción que las periodistas tenían de su participación, específicamente en Montevideo-Uruguay. Luego de esta aproximación, a la situación de las mujeres periodistas en el ámbito televisivo, y para poder llevar adelante un estudio de género en esta esfera fue necesario integrar la visión masculina para, de esta manera, obtener un análisis más completo de la percepción de los y las periodistas en el ámbito televisivo.

mujeres respecto de los hombres, manifiesta en las más diversas esferas de la vida social, reconocida ésta como una de las modalidades de desigualdad entre los seres humanos de las sociedades contemporáneas. Muchos de los esfuerzos, logros y fracasos conseguidos en los años 70 para mejorar el estatus de la mujer sirven de base para el alcance y la perspectiva de la década actual. El movimiento feminista ha insistido desde sus inicios en la centralidad de los medios de comunicación de masas como agentes de producción tanto de las representaciones como de las prácticas definitorias del género, intentando modificar las estructuras patriarcales de comportamiento.

Sin lugar a dudas el avance de la mujer en los diferentes mercados laborales ha significado diversas modificaciones, o no, en las estructuras de dichos mercados. En la actualidad, podemos dar cuenta de la mayor participación de las periodistas en el ámbito televisivo, ya que como espectadores/as no podemos negar la presencia de cada vez más mujeres en esta esfera. Por lo que ha esta mayor participación nos preguntamos si la misma se encuentra acompañada de una transformación significativa dentro de este ámbito, desde el punto de vista de las relaciones de género planteadas en la sociedad.

Lo cierto es que, a pesar del aumento en la participación de la mujer en los diversos mercados laborales y del incremento del nivel de escolaridad de las mismas, las mujeres siguen concentrándose en un número restringido de áreas y ocupaciones que tienden a conceder menores remuneraciones y prestigio social. Como podemos dar cuenta, y analizare a lo largo del presente trabajo, aún continúan siendo más fuertes determinadas normas y estereotipos de género que no permiten un pleno desarrollo profesional de la mujer, en este caso específico en dicho mercado laboral. Incluso, se observa que el proceso de reestructuración económica les ha abierto nuevas oportunidades, pero también han obtenido como resultado una precarización de ciertos empleos y un aumento de ocupaciones de mala calidad. Esto es, con características tales como ser inestables, temporales, de bajos salarios, con baja protección de sus derechos laborales, con baja capacidad de negociación, etc.

Las grandes transformaciones sociales como cambios de roles entre hombre y mujeres han dado paso a una reordenación de los indicadores objetivos de la organización social, y también de los factores subjetivos de las construcciones simbólicas de los nuevos parámetros de género. Los medios de comunicación son uno de los principales constructores de subjetividad actuales y por tanto influyen en los diversos tipos de comportamiento en tanto que conforman el pensamiento. Uno de los impactos más importantes que adquieren los medios de comunicación es la primacía de estos sobre otros referentes de carácter público, instalándose en la sociedad como "*los espacios de conversación colectiva*". De esta forma los medios de comunicación, y en especial la televisión, han conseguido transformarse en el principal constructor de productos simbólicos de la vida cotidiana de la sociedad.

Sin embargo, se puede apreciar en la investigación teórica realizada que los medios de comunicación, a pesar de las transformaciones significativas que se han generado en las relaciones de género, no han incorporado de manera significativa dichas transformaciones en la representación del orden socialmente establecido en dichas relaciones.

Para Uca Silva (2003), comunicadora chilena, si bien no se puede negar que los medios permiten el acceso a nuevos y variados discursos culturales y sentidos simbólicos, también no hay que negar que en el caso de los contenidos transmitidos, concretamente en la representación de las mujeres, no se hayan podido visualizar grandes transformaciones. Resulta, por tanto, incongruente que los medios de comunicación no puedan asumir el tema de la desigualdad y la discriminación entre hombres y mujeres, y que éste se presente de manera “*superficial*”.

Por esto, intentaré observar cual es el papel que las y los periodistas poseen en este ámbito, como trabajadores/as dentro de los mismos y cuales son sus percepciones acerca de las relaciones de género que se plantean en la actualidad en el medio. Por lo tanto, es necesario tener en cuenta que el género, además de describir un sistema de relaciones sociales jerárquicas, basadas en las diferencias sexuales y construidas a través del parentesco o de la distribución del trabajo, también funciona como un sistema simbólico que asigna significados, valor, prestigio, desprestigio, etc., a los individuos dentro de una sociedad. Los roles sexuales tienen también su representación simbólica; lo masculino ha estado tradicionalmente del lado de lo positivo, el prestigio, etc.; mientras que lo femenino tendría una connotación negativa, de poco valor, etc.

Es, entonces, en este contexto que nace la iniciativa por generar un nuevo conocimiento en los estudios uruguayos, ya que dentro del ámbito televisivo no existen casi referencias que apunten a esta temática, acerca de la evolución que ha tenido este mercado laboral a partir de la mayor participación femenina, así como también observar como las y los periodistas perciben la participación de las primeras en este medio. El continuar con esta línea de investigación, iniciada en el 2004, y ampliarla para poder realizar un estudio de género nos permitirá tener una primera visión desde una perspectiva de género sobre el desarrollo y el avance, o no, que se han producido en los medios a partir de la mayor participación de las mujeres en los mismos. De esta manera intentare observar como en dicho medio ocurren estas transformaciones, o no, y cómo continúan las permanencias en cuanto a las relaciones de género.

2. Desarrollo conceptual del problema de investigación.

A. Antecedentes Teóricos.

¿Qué entendemos cuando hablamos de género y estereotipos de género?

Hasta los años setenta, el objeto de investigación del feminismo eran las mujeres, más que el género. Si bien la idea que subyace a la noción de género estaba implícita en la mayoría de los estudios sobre la opresión de la mujer, es sólo en el decenio de los años ochenta cuando se generaliza el uso de esta categoría, como algo distinto del sexo, para referirse claramente a un sistema de dominación. Durante las distintas fases de la modernidad el movimiento de mujeres ha resultado ser una importante fuerza modernizadora que cuestiona la exclusión de las mujeres de la vida pública y a partir de la segunda mitad del siglo XX se ha convertido en una fuerza de carácter globalizante; que contribuyen a ampliar las ideas de la modernidad, en sus dimensiones de libertad y de reconocimiento de la autonomía individual y de justicia social para las mujeres y otros grupos excluidos. Ahora bien, podemos dar cuenta de que el propio concepto de género se ha venido construyendo sobre una diferencia abismal entre discurso y práctica, entre cultura y natura, entre lo simbólico y lo real.

Scott, citado por Marta Lamas (1995) en su artículo *“Usos y dificultades de la categoría analítica de género”*, propone una definición de género dividida en dos partes analíticamente interrelacionadas; por un lado plantea que el género es un elemento constitutivo de las relaciones sociales basadas en las diferencias que distinguen los sexos y, por otro lado, el género es una forma primaria de relaciones significantes de poder. Todos los sistemas de estratificación son, por definición, sistemas de injusticia de poder y por definición, un sistema de estratificación de los sexos implica el poder superior de los hombres frente a las mujeres.

Para la Socióloga uruguaya Rosario Aguirre (1998), el concepto género *“... se utiliza para aludir a las formas históricas y socioculturales en que los hombres y las mujeres interactúan y dividen sus funciones.”* Esta conceptualización plantea que: *“ las mujeres no son un grupo separado en la sociedad, sino que mantienen relaciones con los hombres, los que son determinados, influidos y modificados por las normas sociales y culturales (...) el sistema de sexo/género es el conjunto de actitudes mediante las cuales la sociedad transforma la sexualidad biológica en productos de actividad humana y a través de las cuales se satisfacen estas necesidades (...) las relaciones sociales, las diferencias entre los géneros, están basadas, formadas y desarrolladas a partir del ejercicio del poder entre ellos(...)Por lo tanto, el concepto de género no sólo comprende las relaciones sociales entre hombre y mujer, sino que es un elemento constitutivo de las relaciones sociales en general y que se expresa, en un tejido de relaciones e instituciones sociales, en símbolos, normas, organización política y social, y en las subjetividades personales y sociales”*

Esta construcción social, que tiene un carácter de relación social, posee una historicidad propia y es cambiante y mutable por la intervención consciente del ser humano. Esta construcción permea las esferas micro y macrosociales a través de las instituciones y las relaciones interpersonales. Encierra siempre una jerarquización, de manera tal que aquellos rasgos y actividades asociadas con el hombre gozan normalmente de mayor valorización y reconocimiento. El resultado y el proceso de esta construcción son el acceso y el control desigual e institucionalmente estructurado de los sexos a los recursos y beneficios sociales y familiares, asimetría que genera privilegio en el hombre y subordinación en la mujer.

Ahora bien, es importante tener en claro que es lo que queremos decir cuando hablamos de estereotipos de género. Para esto tomamos la definición que lleva a cabo la investigadora Psic. M^a Eugenia Domínguez Orozco, (2001). Esta toma el concepto de estereotipo como, “... un conjunto de creencias populares sobre los atributos que caracterizan a un grupo social y sobre los que hay un acuerdo básico.” Los estereotipos de género son un subtipo de los estereotipos en general definidos como creencias consensuadas sobre las diferentes características de los hombres y las mujeres en nuestra sociedad. Tales características surgen de la “confusión” de que, los roles que los hombres y las mujeres desempeñan en la sociedad son “naturales” y no que se llevan a cabo a partir de una tradición estereotipada.

Así, la mayoría de los ámbitos de la sociedad tienden a reproducir estos estereotipos de género, no representando la diversidad de papeles que las mujeres cumplen en la sociedad. Más bien están orientados a crear y a retroalimentar los patrones de comportamiento que refuerzan de esta forma la exclusión y las desigualdades de las mujeres en la mayoría de los espacios que comparte con los hombres.

Como dice Beauvoir, citada por María Luisa Femeninas (2000), “la mujer” constantemente es “lo otro”, “el otro”; se afirme de tal objeto lo que se afirme, siempre cabe resumirlo en “otredad”. La mayor parte de los rasgos que definen la propia situación de las mujeres dependen de su “ser una mujer”. Sobre esta marca, en principio biológico, se acumulan muchas más que, justificándose por vías muy diferentes, la consolidan. “La mujer” esta construida, el cómo, el porqué y el para que de esa construcción son importantes, porque esa figura es un molde que a ninguna mujer se le permite rechazar y, por lo tanto, tampoco verdaderamente elegir.

Para Caballero (1996), en su artículo “Género y estereotipos.”, “Los estereotipos podrían llegar a cumplir (...) una función socialmente perversa, ya que tienden a producir la devaluación de un grupo en beneficio de otro.” Los estereotipos de género indican las formas de cómo se perciben a las mujeres y a los hombres, no son reglas y normas, pero pueden tener un efecto normativo, por la fuerza de la presión social que ellos mismos ejercen. Estas normas, son expectativas socialmente creadas sobre el comportamiento masculino y femenino, son construcciones sociales que contienen conceptos del sí mismo, rasgos psicológicos y roles familiares, ocupacionales y políticas asignadas dicotómicamente a los miembros de cada sexo. Estos involucran actitudes, valores y normas que la sociedad asigna como masculino y femenino, conformando un sistema de estratificación basado en la disimilitud, en la apropiación-distribución del poder.

Pero, es necesario tomar en cuenta que, los hombres y las mujeres no están sólo definidos por su género sino también por su posición social y por otras cualidades que le son asignadas dentro de esta organización social compleja. La multiplicidad de la organización social y su complejidad irrumpen dentro del análisis de género dejando vislumbrar los estrechos lazos con la etnia y la clase social. Para Marta Lamas (1995), una perspectiva de género impacta a mujeres y hombres, y beneficia al conjunto de la sociedad, al levantar obstáculos y discriminaciones, al establecer condiciones más equitativas para la participación de la mitad de la sociedad y al revelar a los hombres de muchos supuestos de género que son también un peso y una injusticia para ellos. Una perspectiva de género identifica y se propone eliminar las

discriminaciones reales de que son objeto las mujeres y los hombres. Podemos afirmar que, esta, supone revisar hasta las creencias más enraizadas.

Por esto, a partir de la forma en que se conceptualice la igualdad entre los seres humanos, se establecerán los pasos que conduzcan a un cambio en el estatuto de las mujeres. Es importante señalar que el género afecta tanto a hombres como a mujeres, la definición de femineidad se hace en contraste con la de masculinidad, por lo que género se refiere a aquéllas áreas, tanto estructurales como ideológicas, que comprenden las relaciones entre ambos sexos.

La televisión: cambios y permanencias desde una mirada de género

A partir de los cambios que se han venido suscitando en el área de la comunicación, podemos dar cuenta de que los medios de comunicación poseen un enorme potencial, ya sea positivo o negativo, para empujar o impedir un orden más justo y equitativo de relaciones entre los géneros, según un informe presentado por el Área de Mujeres de la Agencia Latinoamericana de Comunicación, (2000). *“En el mundo actual, la comunicación y la información ejercen una influencia decisiva en la orientación social, política y cultural de la sociedad”*, así como en la vida cotidiana de las personas. La sociedad actual, caracterizada como la sociedad de la comunicación e información, tiene un "espejo" peculiar, como es el de los medios de comunicación de masas. Por lo tanto, se advierte la importancia que la comunicación y la información tienen para que pueda existir una participación ciudadana plena en la toma de decisiones de interés común.

“La comunicación a través de los mass-media tiene una expresión de singular importancia en la televisión, por su valor, no sólo de reproducción social, sino modulador e identificador.” (Loscertates, 1993) Por otro lado, la información sirve a los miembros de la sociedad para manejar la realidad, apropiándose de las circunstancias del entorno, según Bueno Abad (1996), en su libro *Estudio longitudinal de la presencia de la mujer en los medios de comunicación de prensa escrita*. Sin embargo, esta información no sólo tiene un único contenido de uso, también puede tener un contenido ideológico, de movilización y de organización, según este autor. Es más, el mensaje de la comunicación social no va destinado a un individuo concreto, sino a un público heterogéneo, y por tanto, los mass-media, intentan crear una uniformidad que genera la aparición de valores, modelos y pautas culturales estándar, en detrimento de la diversidad cultural de los receptores de la información.

Para Lucas Marín, García Galera y Ruiz San Román (1999) *“...la aparición y extensión de la comunicación social, de los medios de comunicación de masas... y su creciente importancia es lo que ha hecho detonante para que, desde distintas disciplinas, se abordara cada vez más el tema de la comunicación.”* Así, podemos definir la comunicación como: *“el proceso a través del cual un conjunto de significados que han tomado cuerpo en un mensaje es trasladado a una o varias personas de tal manera que el significado percibido sea equivalente a lo que los iniciadores del mensaje intentaron”*

Estos autores consideran que un acto de comunicación no debe entenderse solamente como una simple transmisión de información sobre algo a otra persona, sino que también lo que se transmite es el sentido, tanto real como simbólico, que solo puede darse a base de un conjunto elaborado y complejo de elementos de información. Siguiendo esta línea, afirman que, los medios son vistos “... como grandes manipuladores de la conciencia, al dar lugar a un aumento de entalpía o movilidad interior de la persona, permitiendo una inusitada ampliación del repertorio de roles y, en definitiva, al hacer posible un gran enriquecimiento de la experiencia de todos los miembros de la sociedad.” (Marín, García, San Román; 1999) Aquí radica su importancia en las distintas esferas sociales, incidiendo sin duda, también en las relaciones de género.

A su vez podemos decir que las comunicaciones colectivas sirven como clave de interpretación y comprensión de la realidad, tanto de las grandes transformaciones sociales, como de los pequeños fenómenos cotidianos.

Es tan grande la magnitud que han adquirido los medios de comunicación masivos en nuestras sociedades que hasta la transmisión de valores culturales, que tradicionalmente se centraba en su totalidad en la enseñanza formal, parece ahora que los medios de comunicación también poseen una incidencia en la formación de los individuos. De esta manera se puede observar que la mayoría de los ciudadanos recibe buena parte de su bagaje cultural a través de los medios de comunicación masivos. Estos son vistos como un agente socializador que compite con la familia y la escuela en el proceso de educar a los individuos en la formación de su subjetividad y también otorgándole a cada persona un modelo para convivir en la sociedad a la cual pertenece. Más recientemente puede considerarse que los medios contribuyen a la construcción de nuestra realidad social, alimentándose de paradigmas y estereotipos. Por lo tanto, es así que, la realidad “*mediatizada*” que se construye logra ser sumamente estereotipada en cuanto a clases sociales, culturas, raza y género. De esta manera se mantiene el paradigma tradicional de los roles de género, otorgándoles un carácter “*natural*”, subsistiendo a pesar de las transformaciones ideológicas, tecnológicas y culturales que se han dado en las últimas décadas. Lo cierto es que se hace cada vez más necesaria una deconstrucción del sólido discurso social que opera sobre el supuesto de “*naturalidad*” de que un hecho biológico sea traducido como inequidad social entre los individuos de diferente sexo, y que genera condiciones de participación social desiguales. Es preciso, por lo tanto, cuestionar la realidad construida por los medios, y así reformulándola en todas sus dimensiones, entre ellas la de género. Por lo tanto, podemos afirmar que, la relación entre los sexos no es un hecho “*natural*” sino una interacción social construida e incesantemente remodelada, consecuencia y al mismo tiempo motor de la dinámica social.

Los Medios de Comunicación, y más específicamente la televisión, ocupan un lugar privilegiado, tanto para la modificación de los estereotipos sociales de género, como para su reforzamiento. Estos actúan como agentes que refuerzan y divulgan determinadas creencias y valores tradicionales, como reflejo de las normas sociales dominantes. El papel que pueda ejercer la mujer periodista y comunicadora en dichos medios es fundamental para poder modificar, de manera paulatina, todos aquellos estereotipos que la encasillan en determinados lugares dentro de la sociedad. El poder real de la televisión de modelar en el público la percepción de la realidad social consiste en la representación simbólica de las normas y de los valores socioculturales. “...los mass media producen modelos simbólicos, los cuales crean el entramado invisible de la sociedad a nivel cultural.” (Wolf, 1992) Se puede apreciar, a su vez, como la

televisión reproduce las situaciones cotidianas; representándolas. Ésta las transforma en momentos ejemplares, por llamarlos de alguna manera, y los dota así de una canonicidad propia; así estos momentos ejemplares convertidos en cánones, se asumen a su vez como guía de la actuación cotidiana, según Wolf.

Según los antecedentes relevados por ALAI (2000), las mujeres son presentadas desde los medios masivos de comunicación de forma selectiva y estereotipada. De esta manera, según Zambrano (2002), los medios de comunicación continúan generando una lógica de mercado que los convierte en un terreno fértil para continuar promoviendo los estereotipos y desigualdades entre sexos. En la medida en que estos estereotipan a las mujeres, en esa misma medida contribuyen a su desigual participación en la sociedad y, a su vez, en los propios medios de comunicación.

Varios estudios relevados nos demuestran que la mujer ha sido “invisibilizada” a lo largo de la historia, así como también en la agenda mediática. Hoy por hoy, esto ha tenido efectos tan privativos como otras formas de discriminación. Así, la estructura de los medios de comunicación no permite representar la diversidad de papeles que las mujeres cumplen en las sociedades y sus contribuciones a éstas. Más bien están orientados a crear patrones de comportamiento que refuerzan la marginación, la exclusión y las desigualdades entre géneros.

Según Zambrano (2002), la identidad de género viene predeterminada por una serie de roles sociales creados históricamente, los roles de género. La historia nos ha enseñado que estos no son roles estáticos. Lo que ocurre es que en las diferentes culturas esos ajustes se producen a distintas velocidades. Un factor que condiciona estos cambios es el mundo de las representaciones sociales de género, y es aquí donde intervienen los medios de comunicación, ya que son los mayores difusores y propagadores de las representaciones que una sociedad hace de sí misma.

En la última década se ha producido una irrupción significativa de las mujeres en las carreras de Periodismo y Ciencias de la Comunicación en el ámbito universitario. *“Esta mayor capacitación de las mujeres en el área de las comunicaciones facilitó su ingreso a los medios privados y estatales de comunicación, sobre todo radio y televisión, ya no sólo como presentadoras, sino también como conductoras, entrevistadoras, periodistas, columnistas y analistas de información. También aumentó su participación como productoras de programación periodística en radio y TV, como la de columnistas en los periódicos nacionales.”*(ALAI, APC, 2000)

Es importante destacar, también, que para ALAI Mujeres (2000), la presencia de mujeres en las esferas de dirección, de propiedad y de decisión en los medios es casi nula o nula, a pesar de la mayor participación de las mujeres en la carrera de Periodismo y Comunicación, y a pesar del mayor ingreso de la misma en los diferentes medios. En nuestro país, según los Indicadores de Género 2001-2004 del Instituto Nacional de Estadística (INE) y el Instituto Nacional de las Mujeres, con el apoyo del Sistema de las Naciones Unidas en Uruguay (2006), las diferencias más claras se observan en la distribución porcentual de los ocupados por tipo de ocupación según sexo en el país urbano en la categoría Personal directivo, los hombres suman una cifra de 7.3%, mientras que las mujeres ocupan en estas posiciones un 5.5%.

Para poder alcanzar este estado de "igualdad" es necesario romper con aquellos estereotipos tradicionales de género impuestos por cada sociedad en particular. Uno de los primeros fines de la perspectiva de género es participar en la construcción de una nueva configuración de la historia, la sociedad, la cultura y la política desde las mujeres y con las mujeres. Desde luego, revelar esta nueva configuración de la realidad nos obliga a plantearnos nuevos problemas y alternativas. Todo esto afecta el esfuerzo de reformar una cultura, lo que exige un cambio de mentalidad entre las mujeres y los hombres, y pone en evidencia las desigualdades que permanecen debido a cierta construcción del estado y ejercicio de poder.

A pesar de este mayor ingreso de las mujeres a los medios de comunicación los mismos, en general, han permanecido ajenos a este avance social. El papel de los medios ha sido precisamente la reproducción del sistema de ideas y valores manteniendo, en muchos aspectos, casi inalterables los roles sexuales tradicionales asignados a las mujeres y los hombres en nuestra sociedad. *"Esta situación demuestra que las mujeres deben seguir abriéndose caminos en los medios de comunicación. Pero no imitando la forma masculina de comunicación y de proceder, un camino que resulta peligroso y que genera más rechazo que aceptación. Aunque el lenguaje femenino resulte menos convincente, lo cierto es que en ese estilo de comunicarse hay una actitud humilde y de respeto hacia el interlocutor."* (Santesteban, 1995)

Por otra parte, para Giddens (1991), *"A medida que las mujeres "salen fuera" cada vez más, contribuyen al desarrollo de los procesos emancipadores. Sin embargo, las feministas llegaron a ver pronto que para la mujer emancipada la cuestión de la identidad adquiere una importancia preeminente. En efecto, al liberarse del hogar y de la domesticidad, las mujeres se enfrentaron a un entorno social cerrado para ellas. La identidad de la mujer estaba tan estrechamente definida por el hogar y la familia que su "salida afuera" las llevo a ámbitos sociales donde las únicas identidades disponibles eran las que les ofrecían estereotipos masculinos."* Podemos decir, por lo tanto, que es necesario un balance de género en todos los niveles de decisión en la industria de los medios, *"comunicación con enfoque de género"*: o sea, una comunicación que sea incluyente de las mujeres, y las considere como sujetos, antes que como objetos de la comunicación. Veremos por lo tanto, que posibilidades poseen las periodistas en la actualidad, según sus propias percepciones y las de sus compañeros, para poder desarrollarse de manera integral en dicho ámbito, a su vez tomando en cuenta los obstáculos que se les presenta por parte de este mercado laboral.

Intentando llegar a una conclusión con relación a este tema, podemos dar cuenta que para McQuail (1995), dos ideas propenden a dominar las primeras teorías sobre las funciones sociales de los medios de comunicación, *el cambio y la integración*. Así, este autor, citando a Tarde y Clark, *"... subraya la función de los medios de comunicación para acelerar el cambio al difundir los nuevos sistemas de hacer las cosas (...)."*

División sexual del trabajo; ¿mayor y mejor participación para las mujeres?

El diseño del mundo laboral es de fundamental trascendencia para la calidad de vida de una sociedad y las relaciones sociales en su conjunto. Cómo se compatibiliza trabajo remunerado y otras necesidades vitales, qué tipo de relaciones de género y como se establecen entre las generaciones, etc., de esto depende la calidad de la regulación de las relaciones laborales en cada mercado específicamente. La modernización o re-regulación del mundo laboral, problemática que ha sido retomada con fuerza en los debates sobre la flexibilidad, tendrá que orientarse no sólo en los imperativos que plantean las reestructuraciones productivas, sino también en las exigencias del cambio sociocultural; y conceptos que apuntan a una re-regulación de las relaciones laborales tendrían que tener, en todo caso, un enfoque interdisciplinario.

En el mercado laboral específico en el que estamos indagando, según el primer y único Censo de Periodistas en Montevideo, en 1997 el total de las periodistas era del 29%, mientras que los periodistas constituían el 79% del medio, prensa radial, televisiva y escrita. Si bien del año 1997 a esta parte, el número de mujeres y hombres puede haberse modificado, seguramente, también es cierto que los hombres deben seguir siendo mayoría, a pesar del avance femenino. Pero, *¿Cuál es la discriminación² a la cual se enfrentan las periodistas en este medio a nivel laboral?* Esta será una de las interrogantes que intentare investigar y analizar en dicho estudio a través de las entrevistas realizadas a los y las periodistas.

El trabajo es uno de los espacios vitales diferenciados por género, a partir de características sexuales. Pero lo más importante radica en el hecho de que hombres y mujeres se definen de manera decisiva frente al trabajo. Más aún, las formas históricas de la masculinidad y la feminidad se constituyen en torno al trabajo.

De gran relevancia para una re-regulación de las relaciones laborales es la incorporación de una política de género que tiene probabilidades de calar los tradicionales esquemas de roles genéricos dentro y fuera del hogar y disminuir, de este modo, las discriminaciones existentes, a mediano plazo no tan solo para mujeres sino también para hombres. Pese a avances en la aprobación de una política de igualdad de oportunidades, la discriminación de las mujeres dentro y fuera del mundo laboral evidentemente no ha sido superada, por lo cual la búsqueda de nuevos mecanismos esta lejos de terminar. En este mercado continúan, no tan marcadamente como antes, prevaleciendo ciertos estereotipos en cuanto al lugar que deben ocupar las periodistas frente a la pantalla; los temas que se abordan por parte de hombres y mujeres, etc.

Los diversos estudios realizados sobre el tema del empleo muestran que las mujeres en los últimos años han aumentado notablemente su presencia en el mundo laboral, pero aún siguen siendo fuertemente discriminadas. La segregación sexual del trabajo que implica un

² "Discriminar en el empleo y la ocupación consiste en dispensar a las personas un trato diferente y menos favorable debido a determinados criterios, como el sexo, el color de su piel, la religión, las ideas políticas o el origen social, sin tomar en consideración los méritos ni las calificaciones necesarias para el puesto de trabajo de que se trate. La discriminación coarta la libertad de las personas para conseguir la clase de trabajo a la que aspiran. Merma las oportunidades de los hombres y las mujeres para desarrollar su potencial, sus aptitudes y cualidades, y para ser remunerados en función de sus méritos. La discriminación en el trabajo genera desigualdades en los resultados del mercado de trabajo y coloca en una situación de desventaja a los miembros de determinados colectivos" (OIT; 2003)

acceso diferencial entre hombres y mujeres a ocupaciones y puestos de trabajo, ramas y categorías ocupacionales, no ha sido alterada sustancialmente y constituye un factor determinante de la calidad del empleo femenino y de su evolución.

Entre 1990 y 2004, 33 millones de mujeres entraron a formar parte del mercado del trabajo de América Latina. Las mujeres representan ahora un 40 % de la población económicamente activa en las áreas urbanas de la región del país, según datos del Centro Interamericano de Investigación y Documentación sobre Formación Profesional (CINTERFOR). La tendencia de largo plazo muestra que esta incorporación de las mujeres al trabajo se realiza a un ritmo alto, mientras que la masculina ha permanecido en niveles estables en las últimas dos décadas. Aún cuando este fenómeno ha contribuido a la reducción de la brecha laboral entre ambos sexos, la tasa de actividad masculina continua en niveles significativamente superiores a la femenina, en nuestro país en Enero del 2007 la primera se situó en 73,4% mientras que la femenina fue de 51,9% para el total del país urbano, según el INE.

A su vez, en rasgos generales los niveles salariales de las mujeres son significativamente inferiores a la de los hombres. Las diferencias salariales son mayores en el sector privado que en el público y se acentúa en los niveles de calificación mayor: las profesiones técnicas, y personal directivo promedialmente percibieron el 49.5% que sus pares masculinos. Ello estaría evidenciado que si bien las mujeres acceden a ocupar rangos profesionales más bajos que los hombres, existe una depreciación del rango/salario de puesto de trabajo al ser ocupado por una mujer.

En septiembre del 2006 se firmo por parte de ANDEBU, APU y el Sindicato de Trabajadores de los Canales de Televisión abierta de Montevideo el Convenio Colectivo que regulará las relaciones de trabajo; enmarcado en los Consejos de Salario, Grupo N° 18/ Servicios Culturales, de Esparcimiento y Comunicaciones, Sub grupo N°4 "Televisión abierta y TV por abonados y sus ediciones periodísticas digitales"; capítulo "Televisión abierta de Montevideo". Este busca, precisamente, igualar las condiciones laborales entre todos los y las trabajadoras de los medios, implicando la igualación en la remuneración percibida por ambos sexos dentro del medio, a través del Convenio que realiza una descripción de funciones y salarios mínimos por categoría y en el que se deberán basar los involucrados. Justamente, intentando romper con las diferencias que las relaciones de género han marcado en el terreno laboral.

Uno de los temas por abordar en este contexto es que la relación laboral tradicional "normal", en la cual se orienta la actual normativa legal de protección de los trabajadores, presupone para su funcionar la uniformidad de las situaciones de vida y laborales de las personas. De este modo, la relación laboral normal sanciona situaciones vitales, proyectos laborales y formas de trabajo fuera de esta normalidad, los que están siendo marginados de la protección.

Hoy en día, este tipo de relaciones laborales esta cuestionado, no tan solo por los cambios paradigmáticos en la producción, sino que también crecientemente por los procesos socioculturales de individualización y cambios en las relaciones de género vinculados a una creciente inserción de las mujeres al trabajo remunerado, tendencias que se encaminan a reemplazar la uniformidad de las condiciones de los trabajadores por una creciente diferenciación de las mismas. Si bien es cierto, que la relación laboral normal ha tenido desde siempre ciertos rasgos ficticios, en el sentido que empíricamente nunca ha tenido validez en

términos generales o universales, existiendo siempre formas de empleo que “escapaban” del estándar de una relación laboral “típica” y porque en primea línea un gran contingente de mujeres que trabajan remuneradamente nunca participaron en esta supuesta normalidad, la expansión del empleo atípico durante los últimos años ha aumentado esta brecha entre ficción y realidad, disminuyendo o eliminando, a la vez, la protección laboral y social de grupos importantes de trabajadores.

La explicación para la persistencia de las diferencias genéricas en el mundo laboral, sin embargo, no puede restringirse al sistema de empleo; las razones para la discriminación laboral sexual están radicadas en ambos sistemas: el de la producción de bienes y servicios y el de la reproducción de la fuerza de trabajo. Las estructuras del modelo social actual determinan una relación laboral “normal” basada en la normalidad de un trabajador normal de sexo masculino, con biografía masculina normal (centrada en el trabajo remunerado) y trayectoria laboral normal masculina; para el cual se determina una jornada laboral normal y condiciones de trabajo normales. Este paradigma funciona sobre la base de la “normalidad” de una familia caracterizada por la actividad profesional del hombre (de por vida y a tiempo completo) y la iniciativa y/o parcial actividad laboral de la mujer, que es contemplada como fuerza de trabajo “secundaria” y que está a cargo de la mayor parte del trabajo reproductivo. Esto, en parte, se refleja en el papel que indirectamente, o directamente, se les asigna a las periodistas a la hora de realizar su trabajo “frente a cámaras”.

De este modo, las mujeres, al entrar al sistema laboral, están confrontadas con una estructura orientada a normalidades masculinas que dificultan compatibilizar el trabajo remunerado con la vida personal y comunitaria; mientras los hombres, a la vez, están sumergidos a un rígido sistema de regulaciones laborales que les impide vivir una vida integrada no solamente laboral. La actual regulación laboral orientada al empleo tradicional masculino se evidencia de este modo como demasiado rígida para compatibilizar el trabajo productivo con el trabajo reproductivo (o de cuidado) en condiciones aceptables tanto para mujeres como para hombres.

Desde esta perspectiva, el paradigma contemporáneo de las relaciones laborales no es extensible a ambos sexos. El empleo típico y las trayectorias laborales de hombres por un lado, y la inactividad económica de mujeres, la discontinuidad de sus trayectorias laborales, así como su empleo en condiciones atípicas, menos valorado socialmente y poco protegido, por otro lado, son dos polos de la realidad que se condicionan mutuamente. Ninguno de los dos lados es alterable sin cambios en el otro lado. Para lograr que las mujeres se incorporen plenamente al trabajo remunerado y asegurar una participación paritaria de los sexos en el trabajo reproductivo (tareas de cuidado), mujeres y hombres tendrían que tener las herramientas para flexibilizar sus roles tanto en el ámbito laboral como el doméstico.

La articulación de una flexibilidad laboral que responda a este desafío supondría desarrollar, por un lado, todas aquellas formas de flexibilidad laboral empresarial que contengan convergencias con los intereses de la parte trabajadora, extendiendo la protección social a formas atípicas de empleo. Por otro lado, una re-regulación de las relaciones laborales tendría que tomar en cuenta cambios socioculturales y valoricos que, lejos de eliminar la dimensión colectiva de los intereses de los trabajadores, realcen las diferenciaciones y necesidades individuales.

La segregación ocupacional a la que están sometidas las mujeres implica una sobre-demanda de los puestos de trabajo tipificados como "*femeninos*". Por segregación ocupacional se entiende el confinamiento de ciertas personas que trabajan en una ocupación específica, un caso particular es la segregación ocupacional por sexo. La división sexual del trabajo sólo se puede entender en toda su amplitud cuando se integran en el análisis elementos ligados a las funciones reproductivas y a las construcciones sociales que distinguen culturalmente a hombres y mujeres. La segregación surge por efecto de la discriminación.

La existencia de un "ejército" de reserva permite que los criterios raciales o de género sean utilizados como elementos de exclusión laboral. En este modelo los mecanismos de la acumulación que inciden en la formación y persistencia del "ejército" de reserva se unen a la noción capitalista jerárquica del trabajo para crear los límites donde existe y actúa la discriminación laboral. La situación de las mujeres varía significativamente según el sitio que ocupan en la escala social allí existente (clase social y estrato de clase, raza o etnia cuando estos son elementos de diferenciación social). En particular, esto comprueba que la idea de que el género es más importante que la clase social para entender la situación de la mujer es un equívoco.

El mayor acceso de las mujeres a la educación es otro de los factores que explica su creciente incorporación al mercado de trabajo. La educación es considerada como uno de los principales mecanismos para mejorar la situación de las mujeres, pues se ha comprobado que las que cuentan con mayor escolaridad son quienes registran las tasas de participación en la fuerza de trabajo más elevadas, se casan más tarde y tienen menos hijos. Hay también evidencias de que conforme aumenta el nivel de escolaridad de las poblaciones tiende a disminuir la diferencia entre sexos en cuanto su participación en la actividad económica. En general los hombres y las mujeres eligen carreras distintas. Si bien existen profesiones que son desempeñadas, casi indistintamente, por personas de cualquier sexo, muchas otras siguen siendo consideradas como "*masculinas*" o como "*femeninas*", expresando así la segregación ocupacional por sexo en el nivel profesional. En los últimos tiempos en la carrera de Comunicación y Periodismo de la UDELAR se ha registrado más población femenina que masculina. En el último Censo realizado en el 2001 la cantidad de matriculados hombres para cursar esta carrera era de 750, mientras que las mujeres los superaban en 1119; cifra que no se ve reflejada en el mercado laboral a la hora de poder ejercer su profesión.

Según De Paiva Abreu (1995), si bien la participación femenina aumentó a fines de los 80 y 90, como resultado de la implementación de diferentes programas de ajuste estructural en los países de la región, lo hizo en forma desigual: esta participación se incrementó en las formas del empleo más precario, en los sectores formal e informal, dentro del modelo de flexibilización de la producción actual.

Por su parte, Guzmán y Todaro (1995) aclaran que "*la posibilidad de las mujeres de trazar perfiles propios está condicionada por su ubicación en el sistema económico y social, por las modalidades con que una sociedad aborda la reproducción biológica y social, por las modificaciones en los padrones reproductivos, que se traducen en una mayor o menor demanda de la fuerza de trabajo femenina*".

B. Preguntas de Investigación.

Focalizando

Las relaciones de género dentro del ámbito televisivo

A partir de lo anteriormente expuesto se puede plantear una problemática concreta con relación a este tema. Frente a la progresiva participación de las mujeres en los medios de comunicación uruguayos, que se ha producido en los últimos años, más específicamente en el ámbito televisivo, *¿Pueden las periodistas incidir en el contenido de los mensajes que los medios de comunicación transmiten?; ¿Cuál es la percepción que los y las periodistas poseen sobre la participación de estas últimas en el ámbito televisivo?; ¿Las periodistas desarrollan una perspectiva de género incorporada a su hacer periodístico?.*

Para poder alcanzar una respuesta, o varias, a estas interrogantes analizare la información recabada a través de las entrevistas realizadas, a partir de tres dimensiones que me guiaran a lo largo del trabajo. Las mismas son; 1) Participación de la mujer en la TV, según los y las periodistas, esto tomando en cuenta el aumento en la participación en este mercado por parte de las mujeres, intentando analizar si esto a incidido en la transformación de las relaciones de género dentro del mismo; 2) Las relaciones laborales dentro de este ámbito; analizando las relaciones de poder que se presentan, o no, así como también en busca de posibles cambios o permanencias y por último, 3) La percepción de nuevos roles de la mujer en la TV.

En Uruguay, este es un tema que aún permanece casi inexplorado y el realizar una investigación acerca del mismo intentará contribuir a una mayor difusión y toma de conciencia por la sociedad en general. Nuestro país, en relación con otros países de Latinoamérica, aún no posee políticas claras, con respecto a los medios de comunicación y la relación de la mujer con los mismos, y esto se debe en parte por la falta de estudios con relación a este tema específico.

A pesar de que la mayor participación de las periodistas en los medios, como presentadoras, reporteras o conductoras de programas, de acuerdo con el último Monitoreo Mundial en el 2000 realizado por WACC e ISIS³, la región mostró los datos más bajos de mujeres periodistas en los medios, comparados con los datos mundiales. Mientras que en los niveles mundiales, las mujeres que trabajan en los medios llegan al 41% de todos los trabajadores, las cifras en América Latina llegaron al 29% de todas las presentadoras en los noticieros y el 27% de las periodistas, mientras que en el Caribe, fueron el 43% de las presentadoras y el 39% de las periodistas. Indudablemente luego de relevadas estas cifras, que no han variado significativamente, se plantea la necesidad de abordad más a fondo intentando generar una mayor participación de las periodistas, no solo cuantitativamente sino también que dicha participación incida en el contenido que los medios de comunicación transmiten al resto de la sociedad.

³ WACC; Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana.
ISIS; Servicio de Información y Comunicación de las Mujeres.

C. OBJETIVOS

Objetivo General

- Este proyecto tiene como objetivo general comprender el tipo de participación que las periodistas pueden desarrollar en los medios comunicación, en este caso específico dentro del ámbito televisivo. A su vez, intentare visualizar si ha partir de la mayor participación de las mismas se han modificado, o no, las relaciones de género que se plantean dentro del medio pudiendo generar nuevos modelos femeninos.

Objetivos específicos

- Cual es la percepción que poseen las y los periodistas con respecto a la mayor participación de las mujeres en este medio.
- Rastrear, según la percepción de las y los periodistas, cuales han sido los cambios, o permanencias, en cuanto a las relaciones laborales dentro del medio a partir de la masiva incorporación femenina en este mercado.
- Constatar si las y los periodistas utilizan estrategias comunicacionales a la hora de ejercer su profesión, o no, y si las mismas se dirigen a la modificación de los estereotipos tradicionales de género.

3. Análisis de los datos.

A. Participación de la mujer en la TV. según las y los periodistas

1. Mayor participación de las periodistas en el ámbito televisivo; avances y retrocesos en las relaciones de género.

Dentro de las opiniones acumuladas en las entrevistas, muy pocas son las periodistas que reconocen las diferencias existentes en el medio a causa del género, debido justamente a la internalización de las estructuras patriarcales⁴ y también a que en este medio dichas estructuras aún están muy presentes. Por lo tanto, se continúan reproduciendo, en la mayoría de los casos, una manera “masculina” de comportarse. Lamentablemente, en el ámbito televisivo persisten ciertas estructuras masculinas, que a pesar del avance de la mujer en el medio, no se han transformado lo suficiente para lograr los equilibrios deseados intentando generar una igualdad de oportunidades. Lo cierto es, que para poder modificar las relaciones de género, específicamente dentro de este mercado, las periodistas deben dejar de considerar que hay una forma universal de ser mujeres, he intentar romper con estos estereotipos tradicionalmente fundamentados por la sociedad y reforzados por el medio. Son pocas las periodistas que ya han comenzado con estas transformaciones en comparación con el resto de las periodistas que participan en esta esfera. Por lo que podemos vislumbrar que la transformación y la desestructuración interna que deben desarrollar las periodistas, y las mujeres en general, es un proceso más largo que no ha acompañado la mayor participación de las mismas en el medio.

Lo cierto, es que en muchas oportunidades los periodistas resaltan que la participación de las mujeres en los medios reproduce los valores masculinos tradicionales, tales como; fuerza, decisión, confrontación, etc; por lo que pierden su feminidad, o mejor dicho la feminidad que los periodistas desean ver reflejada en sus colegas mujeres, que no es precisamente la feminidad que rompe los tradicionales estereotipos de género. Para muchas periodistas esta es la única manera que poseen de poder participar activamente en este mercado laboral, sin que por el simple hecho de ser mujeres sean encasilladas en los estereotipos tradicionales que deben llevar adelante las mujeres y ser relegadas a un segundo plano. Pero también se percibe que este comportamiento no es “*aceptado*” por sus compañeros periodistas, ya que para los mismos, en su discurso sobre la participación de las periodistas, es necesario que exista un equilibrio dentro del medio y el mismo se llevará a cabo a partir de la participación plena de las periodistas, desde su identidad femenina. Pero, los periodistas no se cuestionan sobre *¿Por qué las periodistas deben, en algunas oportunidades, adoptar pautas de comportamiento masculinas?*

⁴ Por patriarcado se entiende; la organización jerárquica masculina de la sociedad y, aunque su base legal institucional aparecía de manera mucho más explícita en el pasado, las relaciones básicas de poder han permanecido intactas hasta nuestros días. El sistema patriarcal se mantiene, a través del matrimonio y la familia, mediante la división sexual del trabajo y de la sociedad. El patriarcado tiene sus raíces en la biología más que en la economía o la historia. La definición de la mujer en esta estructura de poder no se define en términos de la estructura económica de clase no en términos de la organización patriarcal de la sociedad

“(...) Es muy divertido como, para llamarlo de alguna forma, ver como nosotras cumplimos el rol de madre, el rol de mujer y de amiga, de contención muchas veces, y llegas acá y tenés que vestirme tal cual un caballero y demostrar que tenés una opinión en torno a algo importante, que puedes estar a la par de algunos de tus compañeros más destacados. Aunque no lo hagas conscientemente es la impronte que se te marca para poder avanzar en tu trabajo.”(Entrevista IX)

Es la forma de poder desarrollarse, sin que ello implique que no serán igualmente segregadas a un segundo plano, ya que como decía, también existen las opiniones contrarias a este comportamiento que las periodistas adquieren en el medio. Por otra parte, también se encuentran aquellas periodistas que desarrollan, únicamente, los estereotipos tradicionales de género que encasillan a la mujer para poder desenvolverse en el medio que las rodea. Uno u otro comportamiento solo lleva a reforzar más estos estereotipos, tanto masculinos como femeninos, impidiendo el desarrollo y limitando la participación de las mujeres, y de los hombres, dentro de su profesión.

Ahora bien, repasando cuales han sido entonces los avances que podemos vislumbrar a partir de esta mayor participación de las periodistas en el ámbito televisivo, podemos dar cuenta de que el mayor avance, sin lugar a dudas, ha sido precisamente la mayor participación a nivel cuantitativo. Ha sido significativa esta mayor participación para poder vislumbrar una mayor presencia de las mujeres en los medios de comunicación, y la televisión como medio masivo aún. Si bien como percibimos a través de los discursos planteados por los periodistas y por las periodistas, y nosotros/as como espectadores/as podemos observar, estos avances no han ido acompañado de cambios significativos en cuanto a los roles que llevan adelante las periodistas. Esto quizás pueda verse como un retroceso importante, ya que lo ideal sería que ambos procesos fueran de la mano, pero como pudimos observar sin lugar a dudas los cambios culturales, en cuanto a las relaciones de género nos referimos, son cambios más “lentos” y de largo plazo.

“En un futuro espero llegar a cambiar y romper con las diferencias. Los que toman las decisiones hoy por hoy en los medios son hombres, también eso influye muchísimo. No quiero decir que ellos sean discriminadores, pero tienen un marco mental que los lleva a tener un poquito más confianza en los hombres. Creo que eso está cambiando, de a poco, porque las mujeres están demostrando que son muy eficientes y buenas en lo que hacen. Obviamente es necesaria una apertura mental, desde la sociedad sobre todo. (...) Yo espero que en los noticieros haya una mayor inclusión de mujeres, que tengan un papel, las conductoras, idéntico al que tienen los hombres en cuanto a presentar noticias, que tipo de noticias.(...)Creo que es fundamental además establecer un equilibrio de género, me parece interesante por el punto de vista que se les puede dar a los productos que uno elabora. Creo que debemos ir apuntando a ese camino.”(Entrevista VIII)

Este pensamiento de acción se encuentra presente en algunas de las periodistas entrevistadas, pero lo cierto es que a la hora de intentar “apuntar a ese camino”, un “camino” que las coloque a la par de sus compañeros, este se encuentra “frenado”/“trancado”, por una estructura jerárquica del propio medio, que reproduce pautas “masculinas” de comportamiento como las naturalmente posibles. Sin lugar a dudas, el medio aún no se ha visto transformado, en sus estructuras más cerradas, a partir de esta mayor participación de las periodistas. Por lo que es un desafío, para las mismas como protagonistas de este cambio, poder paulatinamente generar estos quiebres que permitan una mejor participación.

El género ha sido, y es, un fuerte marco regulatorio o normativo que como discurso hegemónico permea toda la vida social, política y cultural. Por lo que este marco regulatorio, que lleva a que hombres y mujeres se comporten de determinada manera como algo naturalmente adquirido ha sido y es difícil de modificar, ya que estos roles adquiridos por hombres y mujeres han sido desarrollados durante siglos como comportamientos naturales de cada sexo, dejando de lado su carácter cultural. Por lo que la presión social ejercida a través de estos estereotipos lleva a que cualquier cuestionamiento o cambio de actitud, que rompa precisamente con este conjunto de creencias que encasillan a hombres y mujeres a determinadas actitudes y comportamientos, sea cuestionado y no sea aceptado con facilidad.

“(...) en este medio, como en muchos otros, continúa dependiendo mucho el sexo al cual pertenezcas para poder desarrollarte. Y esto ha limitado, lamentablemente a muchas mujeres. Depende del contexto de trabajo, el canal, muchas cosas, no solo hacen falta las ganas.”(Entrevista VIII)

Las empresas, que conforman estos canales, si bien no pueden dejar de percibir el avance que ha tenido la mujer en el ámbito público de la sociedad y en los diferentes mercados laborales, continúan marcando desde sus estructuras jerárquicas una determinada participación para cada uno, varones y mujeres, en los medios. Esto puede verse reflejado directamente en las estructuras jerárquicas de cada medio, en donde las mujeres casi no participan en los altos cargos de poder y responsabilidad en comparación con sus compañeros varones. A su vez, que las mujeres participen en puestos de alta responsabilidad tampoco es garantía de una mayor apertura en esta temática, ni tampoco una transformación en cuanto a las decisiones a tomar en relación al rol que cumple cada periodista en el medio.

Lo cierto es que en este medio, las mujeres reclaman poco o reclaman mal, estas continúan así reproduciendo los estereotipos de género, y en muchas oportunidades como dicen sus compañeros auto- discriminándose impidiendo una transformación en su ámbito laboral. Desde el avance de la mujer en los diferentes mercados laborales a llevado a que la misma se vea obligada a competir desde un punto de vista desventajoso.

“(...) existe cierta pasividad por parte de muchas mujeres a no defender su posición, entonces la mayor participación ha ayudado pero hasta cierto punto. (...) obviamente que la unión hace a la fuerza, pero en determinados ámbitos bastaría con que simplemente la conductora, presentadora, periodista reclamara por lo menos sus derechos. Eso muchas veces uno no lo ve, no sé si por temores o que. (...)”
(Entrevista V).

Podemos dar cuenta, como señala Sen, que los usos prácticos de las teorías de justicia son de particular importancia a largo plazo, pues facilitan el cambio social gracias a la comprensión más clara de las tensiones entre lo que sucede y lo que debe aceptarse. Esto se vincula estrechamente con la situación de las mujeres en general y de las periodistas en particular porque nuestra sociedad se comporta de manera tradicional con respecto a ellas, y al “solucionar” conflictos que las involucran apela a la propia percepción que ellas tienen de sí mismas para negociar. Es decir, directa o indirectamente se las culpabiliza por los mandatos tradicionales incumplidos, profundizándose la tradicional inequidad de género que la ideología patriarcal encubre con la complicidad de las propias mujeres.

La teoría de género como vertiente teórica y el feminismo como su faz práctica no hacen sino mostrar la tensión de la que son objeto las mujeres, en este ámbito específico y en el resto de la sociedad. Las actuales reestructuraciones económicas que se están produciendo a partir de su masiva participación en los diferentes mercados laborales, enfrentan a los varones en el campo laboral y doméstico, donde las marcas estereotipadas de género, que nunca perdieron su vigencia, definen, en buena medida, los términos del *enfrentamiento* que se produce, de alguna manera, peligrando la dominación masculina en este espacio.

Por lo que la transformación en cuanto a una mejor participación de las mujeres en los medios, representando y desarrollándose según su propia identidad femenina y no aquella que tradicionalmente se continúa alimentando y perpetuando, es un proceso que debe comenzarse a partir de esta mayor participación, pero como vimos no necesariamente a la par de la misma. Es un proceso que debe desarrollarse, en primer lugar, a la interna de las propias periodistas y luego extenderse a todo el medio en general, permitiendo realmente una participación equilibrada en cuanto a igualdad nos referimos.

2. ¿La búsqueda de la igualdad o de la diferencia?

“Es sólo a través de la distinción de su sexo que la mujer puede ser autónoma. Tiene pues que aceptar y aplicar el punto de vista de que su naturaleza condiciona la producción de formas culturales propias...”

(De Miguel, J; 2000)

Como hice referencia en el apartado anterior, he intentando analizar más la participación de las periodistas en el medio, en la mayoría de los casos las periodistas desarrollan pautas de comportamiento que se encuentran enmarcadas dentro de los valores y de los tradicionales estereotipos de género asociado a lo masculino. La utilización y desarrollo de estos valores puede ser visto como una forma de “facilitar” la participación de las mismas en el medio, intentando de esta manera no romper, o hacerlo lo menos posible, con aquellas estructuras que continúan perpetuándose en este ámbito.

Lo cierto es que también existen periodistas que para desarrollar su participación en el medio optan por adoptar y continuar perpetuando los tradicionales estereotipos de género que les son asignados a las mujeres. Por lo que veíamos, ambos comportamientos van en detrimento a una transformación de las relaciones de género que tradicionalmente se plantean entre hombres y mujeres. Muy pocas son las periodistas que destacan la importancia de marcar, para poder desarrollar una participación des-estereotipada, las diferencias existentes y construir una línea propia que distinga a ambos sexos dentro de su profesión escapando de los tradicionales estereotipos patriarcales.

Una de las dificultades más grandes que pueden apreciarse, por parte de los y las periodistas, para poder comenzar y lograr una plena y real transformación de estos estereotipos es precisamente la internalización de estos roles, culturalmente apropiados, como naturalmente creados y recreados. Lo que, sin lugar a duda, confunde y reproduce constantemente comportamientos que continúan encasillando a varones y mujeres a la hora de desarrollarse en su profesión. O sea, podemos dar cuenta de que son, en la mayoría de las

oportunidades, las periodistas las que resaltan características que de antemano son identificadas con el sexo femenino por la sociedad patriarcal.

Esto ha servido para fomentar y perpetuar en el medio aquellas categorías dicotómicas del pensamiento moderno tales como; *naturaleza-cultura, pasión-razón, cuerpo-mente, privado-público, objeto-sujeto*, donde un conjunto representa al discurso racional y al conocimiento científico y el otro conjunto se define respecto a éste como su opuesto. Si bien estas dicotomías interactúan entre sí de modo complejo, lo masculino se asocia a la razón y a la objetividad, unidas a la posibilidad de participación en la esfera pública, el gobierno, la economía, el comercio y la ciencia. La feminidad, en cambio, se asocia con la subjetividad y la participación en la vida privada, lo doméstico, la crianza de los niños y el cuidado de los enfermos.

Los roles que las y los periodistas deben llevar adelante en su profesión, de alguna manera, continúan guiándose a partir de estas categorías que lo que hacen es encasillar el comportamiento de ambos sexos dentro del medio. Lo femenino es asociado a la sensibilidad, la maternidad, la naturaleza, etc.; mientras que lo masculino es asociado a todo aquello que haga referencia a la fortaleza, la razón, etc.

“(...) la sensibilidad que tienen las mujeres, hay temas que los hombres, será cultural o no será cultural, no nos interesa tanto y también a las mujeres les pasa lo mismo. En el gran porcentaje si vos hablas con honestidad con las mujeres, digamos que hay deportes que a las mujeres no les gusta, lo mismo pasa, por ejemplo, el ballet clásico, te pongo un estereotipo, pero a los hombres no nos gusta tampoco. Lo digo con honestidad. Pasa un poco eso, que hay funciones que se hacen mejor, también puede darse cruzadas.” (Entrevista II)

Esta concepción hace cada vez más difícil, para las propias periodistas, romper con aquellos estereotipos tradicionales que las encasillan y las llevan a actuar de determinadas maneras a la hora de llevar adelante su participación. Por lo que la participación que se piensa y se imagina desde el medio, y desde sus compañeros, para las periodistas la limitan a una participación secundaria que la posiciona por debajo de sus colegas.

“Si, igual a mí me queda mal decirlo pero no tengo porque negarlo. Siempre he tenido una mirada hacia las mujeres de admiración y respeto. Son las mujeres capaces de hacer... de transmitir por caminos que a los hombres se les hace más difícil y muchas veces son mucho más fuerte que los hombres en determinados momentos y circunstancias. (...)” (Entrevista III)

Todos estos atributos que se les adjudican a las periodistas no hacen más que fomentar y perpetuar las tradicionales relaciones de género, tanto al interior del medio como también fomentando una imagen de la mujer que no se corresponde con el avance social, cultural y económico que ha tenido la misma. Es necesario resaltar, que hasta que no se produzca por parte de las periodistas y los periodistas un cambio en su postura dichos estereotipos continuarán reproduciéndose inevitablemente dentro del ámbito televisivo, reproduciendo desigualdades en las relaciones de género, que a su vez serán reflejadas por la pantalla televisiva retroalimentando los estereotipos existentes en la sociedad. Claro esta, que no podemos evitar estar inmersos en esta sociedad en donde dichos valores nos son inculcados desde pequeños, desde la enseñanza hasta en nuestros propios hogares. Los contenidos educativos que se transmiten diferencian explícita o implícitamente actividades entre los sexos. Pero, hoy por hoy, el avance de la mujer en la sociedad permite y deja abierta una puerta para

poder comenzar a transformar estas pautas culturales que generan relaciones desiguales entre hombres y mujeres.

En esta búsqueda por parte de las periodistas, dentro del medio, a una mayor igualdad, según el discurso que llevan adelante, lo que más nos puede sorprender es que en muchas oportunidades son las propias periodistas quienes llevan adelante estas distinciones genéricas, reproduciendo este tipo de pensamiento y auto encasillándose en actitudes que las posicionan en un nivel desigual en relación a sus colegas.

"(...) obviamente la visión femenina aporta otra forma de ver, sin duda que sí. (...) " (...) Pero muchas veces esa diferenciación de la propia mujer, hay una autodiscriminación. (...)"

(Entrevista I).

"(...) en determinadas partes de la cultura mandan las mujeres, ya sea por la sensibilidad. No somos iguales hombres y mujeres, somos distintos y quizás en algunas áreas las mujeres tienen más sensibilidad y los hombres menos sensibilidad, funciona en la vida cotidiana y creo que a veces pasa a la hora de rendir más en el trabajo." (Entrevista II)

Tomando a Foucault, en su libro *El Orden del Discurso*, podemos dar cuenta de que el carácter excluyente del discurso, que en la mayoría de los casos ponen de manifiesto los periodistas, se desarrolla para argumentar la superioridad de un grupo con respecto a otro y justificar las acciones de dominio en la relación entre ambos. Este discurso, a su vez, argumenta estar fundamentado en una "verdad". Esta idea de "verdad" es utilizada como un fundamento de un sistema de exclusión que se "... apoya en una base y una distribución institucional, (que) tiende a ejercer sobre los otros discursos, (...) una especie de presión y de poder de coacción." (Foucault, 1999) Esta "verdad" da origen a un sistema de "conocimiento" encaminado a reforzarla, el entrelazar a las mujeres con características sensibles, intuitivas, etc.; como si los hombres no pudieran generar estos estados y sentimientos. Por ello, podemos dar cuenta de que aún persisten situaciones que las mujeres deben "soportar", con relación a las diferencias sexuales y culturales existentes, para poder ejercer su profesión en dicho ámbito laboral.

Ahora bien, es debido a como es que se plantea, a nivel estructural y laboral, la situación en dicho ámbito que las mujeres debieron apostar a diferentes posturas para poder desarrollarse en su profesión. Así debieron adoptar herramientas predominantemente masculinas para poder "sobrevivir" en dicho ámbito laboral. Estas herramientas son puestas en práctica por algunas periodistas, a veces de forma consciente y otras veces no, intentando de esta manera acercarse más a este medio. En algunas oportunidades, las mujeres intentan despojarse de todo aquello que las identifica con sus rasgos femeninos, rasgos que sus compañeros rescatan permanentemente a la hora de hablar de la participación de las periodistas.

De esta manera se siguen recreando formas de dominación basadas en el sexo de las personas. Al ser el sexismo uno de los pilares más sólidos de la cultura patriarcal y al encontrarse arraigado en nuestra cultura es difícil de poder modificar dichas conductas de un día para el otro, eso está claro para los y las periodistas por igual.

“Yo creo que todavía para las mujeres es un desafío, pero depende de lo que pretendan. Es decir, si una mujer pretende hacer periodismo en televisión tiene que enfrentarse a algunas trabas subyacentes que son básicamente el hecho de que es mujer y que seguramente, más allá de que esto no guste mucho a las colegas, que muchas veces deba demostrar dos veces lo mismo que un hombre una. Pero de todas formas creo que se ha avanzado a pasos gigantes en esto. La mujer tiene mayor poder de decisión, de hecho nosotros acá en el informativo tenemos a una gerente como mujer, en ningún otro informativo de televisión lo hay. Y las mujeres, si bien todavía somos las que damos el tiempo y la moneda y en ningún informativo lo da un hombre, si bien todavía tenemos una impronta de florero, hemos empezado a marcar nuestra presencia mediante la inflexión, mediante el cambio en el contenido, hemos avanzado. Yo creo que en estos años hemos avanzado mucho más que en las últimas dos décadas, en estos cuatro y cinco años hemos avanzado más que en las últimas dos décadas.”(Entrevista IX)

Pero este avance, que se manifiesta tanto por varones como por mujeres, no ha permitido aún un reconocimiento pleno y un desarrollo pleno de la profesión por parte de las periodistas. Lo cierto es que aún la “igualdad” se juzga tomando por medida un patrón masculino de conducta. Si las mujeres lo imitan acríticamente, además de auto obligarse a realizar un esfuerzo considerable, en contra de su propia naturaleza, están reforzando esa supuesta superioridad del comportamiento masculino y reforzando estereotipos que las discriminan como persona y trabajadoras. Ello conllevaría a la legitimación del sexismo social que otorga mayor valor, autoridad y credibilidad a uno de los sexos, el masculino. Pero resulta fundamental el hecho de que una vez que la propia mujer sé de cuenta de la capacidad que puede desarrollar, al igual que el hombre, no pierda su forma femenina de ser.

Es importante que para llegar a un estado de igualdad y equidad las periodistas deben darse “cuenta” de que son capaces de hacer abarcar todo tipo de temas dentro de su profesión, y a través de esta transformación poco a poco servirá para modificar los actuales estereotipos de género. No solamente se deben cargar las tintas sobre los periodistas con relación a la falta de igualdad en algunas situaciones que las periodistas debe afrontar, sino que también estas, como hemos visto, promueven este tipo de comportamientos reforzando las clásicas relaciones de género entre ambos sexos. Las periodistas deben abrir sus perspectivas, en cuanto a los roles que pueden ejercer dentro de su profesión, dejar un tanto de lado los estereotipos pautados de antemano, mujer –madre–esposa, y comenzar a incorporar otros roles en los que puede desarrollarse. Tomar en cuenta que la mujer no debe *renunciar* a sus aspiraciones profesionales, sino que por el contrario posee los mismos derechos que el hombre a ejercer su profesión. Si bien, no todas las periodistas expresan esta necesaria transformación por parte de ellas mismas, sino que dejan implícito que a partir de una mayor participación este proceso se va comenzar a forjar en el medio de manera “natural”. Precisamente, lo que hace falta para que esta transformación sea más rápida y efectiva es una participación activa de las periodistas, siendo protagonistas de estos cambios, e incidiendo activamente en la re-estructuración del medio.

3. Capacitación vs. Roles tradicionales.

En cuanto al tema de la capacitación, tradicionalmente existe la visión de que si las periodistas se capacitan más que sus colegas varones tendrán más oportunidades de ingresar a este medio, o no. Lo cierto es que en la actualidad, en relación a la carrera de periodismo y comunicación varones y mujeres se forman de igual manera. Es más, son más las mujeres que se matriculan en estas carreras por lo que podemos pensar que en un futuro, no muy lejano, la oferta de periodistas y comunicadoras sea mayor en relación a sus colegas varones.

“(...) Creo que es lo mismo para ambos, el estar capacitados e informados es importante para ambos, hombres y mujeres. Capaz que tenés que demostrar más por ser mujer, no sé. En el caso de las mujeres, si creo que los hijos pueden ser un impedimento para dedicarse full time al trabajo. Que diga, para este trabajo no servís porque no puede viajar, no sé. Las mujeres periodistas han demostrado que son buenas laboradoras, quizás allá diferencias en esa área.” (Entrevista XI)

Como vemos reflejada en esta opinión, el tema de la capacitación dentro de este mercado ya no es algo que “marque” tantas diferencias entre los géneros, sino que por el contrario los temas más tradicionales y que estereotipan a la mujer a determinadas actitudes, como la maternidad, son los que continúan reforzando y limitando la participación femenina.

Son las mujeres y las periodistas, en particular, las que se enfrentan a la hora de capacitarse y también de participar en esta profesión frente a la disyuntiva de cuanto tiempo invertir frente al rol que tradicionalmente se le ha adjudicado de madre y ama de casa y cuanto tiempo adjudicarle al rol que ella decide llevar a cabo como vocación. El doble papel que la mujer realiza como madre y trabajadora debe hacer reflexionar a toda la sociedad para ir en la búsqueda y ampliación de medidas de protección, fuentes de trabajo, mayor participación social y política. Por esto, la mejor forma de medir el avance de una sociedad es analizando la condición de las mujeres.

El sexo constituye un estatus maestro para las periodistas, pero no es así para los periodistas. En la medida que la mujer fue vista solo en su dimensión de madre y reproductora, con este tipo de acciones se exacerbo las desigualdades entre varones y mujeres al enfatizar en la división genérica del trabajo y su valoración diferencial entre el ámbito productivo y reproductivo. Pero a su vez en el medio, si bien se asocia el rol *mujer = madre*, no es visto con buenos ojos que las mujeres soliciten una discriminación positiva en cuanto a este tema, más aún si los niños son pequeños.

“(...) si no se le permiten a las mujeres algunos mecanismos de flexibilidad para que puedan desempeñar su tarea esto se hace imposible porque ellas tienen otras cosas que hacer. En la mayoría de los casos cuando asumen la maternidad y lo que ello significa, la atención en la casa, de los niños. (...)” (Entrevista III)

“(...) Lo que si es un hecho de que las mujeres en cualquier trabajo, sobre todo con hijos, se te complica mucho más y tenés que laburar lo mismo que cualquier hombre y demostrar incluso que los chicos no intervienen en el trabajo. Eso si sigue siendo una discriminación implícita. Yo siempre dije que es la mujer la que tiene los hijos, así es el mundo, no me parecería una discriminación positiva tenerlo en cuenta a la hora de repartir horas de trabajo, una hora menos, ¿Por qué no?, si tu cargas con la mayoría

de la responsabilidad hoy en día, a pesar que los padres ayudan y todo lo demás. Eso no se tiene en cuenta en los ámbitos laborales, las mujeres estamos bastante presionadas con este tema."

(Entrevista VIII)

Pero lo cierto es que, en la mayoría de los casos, las periodistas no aceptan este tipo de discriminación positiva, cuando por tener niños los horarios laborales son otros. Las mismas consideran que esta discriminación aumentaría las diferencias laborales entre ellas y sus compañeros, y que a partir de las mismas, en vez de avanzar a una mejor participación, esto produciría un retroceso en cuanto a las relaciones entre los y las periodistas. Pero también es cierto que hasta que en la familia no se transformen estos roles, que son mucho más cerrados, es necesario que la mujer se vea apoyada por leyes que favorezcan su participación, sin que las mismas perciban que esto es una forma de discriminación.

4. Rompiendo barreras en los espacios públicos.

"La apertura de los medios es hoy evidente, porque en cualquier medio puedes encontrar un importante número de mujeres trabajando y haciendo diferentes cosas. En diferentes productos de cada medio (...) cuando yo comencé ya hace 23 años, no había nadie, las mujeres que había las contábamos con los dedos de las manos y el avance que vos ves ahora es muy importante. Así que el avance, sin lugar a dudas, ha sido muy positivo en este medio."(Entrevista XI)

Quizás la evolución más notoria, en cuanto a una mayor participación en diversos temas, se ha desarrollado en la esfera del periodismo callejero por parte de las periodistas. En la actualidad, esta participación es ampliamente reconocida no solo por ellas mismas sino que también por sus colegas varones. Este ha sido un sector en donde las periodistas, y sobre todo los y las jóvenes periodistas, han encontrado un lugar para poder desarrollarse en su profesión, siendo la presencia femenina mayoritaria en el mismo. Es importante destacar que esto ha significado la posibilidad y la visibilidad de que las periodistas aborden diferentes temas, ya sean políticos, económicos y también sociales indistintamente. Este avance en el medio es reconocido no solo por las periodistas sino que también por sus compañeros de trabajo, destacando la buena participación de las mismas en esta esfera, pudiendo así "demostrar" que son capaces de abarcar una gama variada de temas y no únicamente los sociales, en donde generalmente son encasilladas.

"(...) Tengo la percepción que las mujeres periodistas que hoy están en la calle van para adelante no tienen esa cuestión, a veces vinculada al género, de la timidez, de quedar en un plano apartado. Hoy el protagonismo muchas veces de las preguntas a los dirigentes políticos, etc, son encabezados por las mujeres y hay algunas veces momentos de interpelación. Acá hay un ejercicio del periodismo de las mujeres que sé esta destacando, por lo menos yo noto el cambio y hay además cuantitativamente muchas más mujeres en la calle."(Entrevista III)

Por lo tanto, podemos dar cuenta de que en este espacio específico que comparten varones y mujeres, de alguna manera por ser mayoría estas últimas, se ha dado cierta primacía a su participación. De esta manera, como destacaba anteriormente, no existe tan marcadamente una división de los temas a tratar en este espacio, lo que permite a las periodistas adquirir un mayor protagonismo en temas que tradicionalmente son asignados a

sus colegas varones. Pero a pesar de este mayor protagonismo en dicha esfera, esto no ha repercutido en otros espacios del periodismo dentro del ámbito televisivo.

Lo cierto es que, en la mayoría de los casos, la identidad femenina está definida, tomando el concepto utilizado por Marcela Lagarde, en torno al problema de la completud humana. La autora construye esta categoría antropológica que le permite hacer referencia a la valoración cultural de la mujer como ser genéricamente incompleto, inacabado e imperfecto. Así, la incompletad de la mujer se funda en la realidad social de las mujeres y en las concepciones dominantes sobre las mujeres en la sociedad y en la cultura patriarcal, y las periodistas no dejan de caer en esta identidad femenina reconocida por la sociedad toda. *“La valoración de las mujeres no ocurre a partir de ellas mismas, ni son contrastadas con sus cualidades: disminuidas en una sociedad que las interioriza, son evaluadas con el estereotipo social e ideológico del hombre y se concluye que son seres incompletos. La identidad femenina, a más de ser incompleta, es cautiva en relación a la libertad.”* (Lagarde, M; 2005)

La feminidad de las mujeres, es decir el contenido cultural de su ser humanas, siempre está a prueba, este hecho se conjuga dialécticamente con las características naturales que se les asignan. Así de manera contradictoria con la definición dogmática de la feminidad como atributo natural, las mujeres deben probar en cada momento de sus vidas su feminidad; si dejan algunos de sus rasgos pierden grados en la valoración social y cultural, de hecho política, sobre su existencia. Pero a su vez, y como hice referencia anteriormente, se presenta esta contradicción en el medio en cuanto al papel que deben desarrollar las periodistas y lo que son, en relación con su identidad femenina. El encontrarse, frente a este mercado laboral, en esta disyuntiva de lo que deben ser y lo que son, sin lugar a dudas dificulta mucho más el papel y la participación de las periodistas en el medio.

Es por este motivo que dicho avance, el del periodismo callejero, es visto por las protagonistas con gran entusiasmo, no solo por el hecho de que es una forma de participación más directa, ya que se encuentran en contacto con la noticia y a su vez son responsables de transmitirla, sino que también es un avance para la mujer y no solo para la profesional, dentro de la sociedad. El hecho de que sea, casi en su mayoría, la mujer quien se encargue de la tarea de recabar información en la calle, resulta un tanto paradójico si nos guiáramos por los tradicionales estereotipos de género. El ámbito público, más específicamente en este caso me refiero al periodismo callejero, es visto por la sociedad tradicional como un ámbito exclusivamente masculino. Por lo tanto, el desarrollo en este sector por parte de las periodistas posee, de alguna manera, un valor agregado en el sentido de que no solo comienzan a tener una participación más activa dentro de los medios sino que también comienzan a romper, gradualmente, con estereotipos tradicionalmente impuestos por nuestra sociedad.

El avance de las periodistas en dicha esfera podría ser interpretado como la necesidad que la sociedad se transforme hacia las nuevas necesidades de la población y por lo tanto deje de lado aquellos estereotipos que encasillan a los individuos dentro de determinados roles.

A su vez, también demuestra la necesidad que tiene el medio televisivo de ampliar sus miradas hacia una mayor amplitud de la sociedad. Tanto los y las periodistas están de acuerdo en asegurar que es necesaria una participación equitativa de hombres y mujeres en este medio, ya que ambos son parte de la sociedad y es preciso poder abarcar las dos miradas, tanto

femenina como masculina, para abordar los diferentes temas que por el ámbito televisivo transcurren.

Lo cierto es que este grado de “exposición” de las periodistas es importante para intentar modificar el pensamiento que posee la sociedad, y por ende sus compañeros, del papel que debe cumplir la mujer, rompiendo poco a poco los prejuicios que se tienen en torno a cada sexo. Pero, más allá de que se perciben cambios en la participación de las periodistas, podemos pensar que uno de los motivos por los cuales los periodistas ejercen cierta “resistencia” para que determinados estereotipos se mantengan vigentes se debe a la “pérdida” de un modo de vida que se reproduce en la masculinidad. A partir de este pensamiento deviene, inconscientemente, el desarrollo de los mismos dentro del medio, “impidiendo” la plena participación de las periodistas aplicando y reproduciendo día a día los estereotipos laborales de género. Más allá, en la sociedad, en la masculinidad y en la feminidad la ideología genérica patriarcal parece inalterada y vigente. Las relaciones de poder son las que priman en este espacio, en donde la competencia por ocupar un lugar a desplazado, inconscientemente, todo espacio de igualdad y equilibrio entre ambos sexos.

Es la concepción a partir de la cual los grupos sociales y los particulares estructuran su identidad; se conciben a sí mismos, a sus actos, a sus sentirse, a sus hechos y a los otros. Es una ideología firmemente establecida porque expresa y sintetiza separaciones sociales inmutables, se caracteriza porque cada género es irreductible en el otro; sus diferencias sociales son elaboradas subjetivamente como excluyentes y antagónicas por su naturaleza. De esta manera surge la contradicción en el discurso que los periodistas realizan acerca de la participación de sus compañeras, ya que por un lado no pueden dejar de obviar el avance de la mujer, y también como periodistas no pueden estar en contra de la igualdad y de un equilibrio en el ámbito al que pertenecen. Pero por otro lado, en su discurso continúan percibiendo a las mujeres dentro de los márgenes de los estereotipos de género que la sociedad y la cultura a fijado para cada sexo.

A raíz de esta mayor participación de las periodistas en la esfera callejera, lo que se puede vislumbrar es que cada vez son menos los hombres que cumplen con esta tarea, la del periodismo callejero, delegando esta actividad casi exclusivamente a las mujeres y los jóvenes periodistas. Reforzándose, sin intención de las periodistas, la división de tareas en el ámbito laboral y de alguna manera separando la labor de hombres y mujeres. Un punto central dentro de la óptica de género es la noción de la “*división sexual del trabajo*”⁵, la segregación de funciones sociales sobre la base de pertenencia a uno u otro sexo. Esta división no se limita a la separación de las funciones en las esferas públicas y privadas, sino que también tiene lugar en el interior de estas esferas, y se asocia, en ambos casos, con relación al poder. Este punto lo desarrollare en profundidad más adelante.

⁵ La división sexual del trabajo es un fenómeno fácilmente observable, que se expresa en la concentración de las mujeres en las tareas de la reproducción en el ámbito doméstico y también en determinadas actividades y puestos dentro del trabajo remunerado, produciendo sistemáticamente diferencias salariales en detrimento de las mujeres.

“(...) si presiento que se espera de las mujeres que trabajen más en las áreas sociales cuando comienzan a incursionar en esta carrera. Que no trabajen tanto en las áreas políticas o económicas, si bien acá adentro no es tan así, y como la crisis económica ha hecho que los medios tengan poca gente especializada en temas específicos todos nos hemos tenido que hacer sabiondos de todo y hemos intentado hacer de todo un poco, eso de alguna forma jugo a nuestro favor. Si mañana hay que hacerle una nota a Astori pueden mandar a cualquiera de nosotras, pero como no hay especificación porque no existe mucho personal, todos cubrimos todo, un poco de todo. Pero creo que la gente espera que de las mujeres vengan las notas de sociedad y cultura y de los hombres los temas que en Uruguay se entienden como serios.”(Entrevista IX)

A través del discurso que se plantea, sigue persistiendo, la “necesidad” de reconocimiento y de “aprobación” por parte del otro sexo, del sexo masculino, de sus compañeros, que es el que detenta el poder aún y el que lo ejerce.

El mercado laboral que estamos analizando continúa siendo muy competitivo, como tantos otros, y el ingreso de nuevos periodistas cada vez es más reducido. Las periodistas perciben, a través de lo reflejado en su discurso, una sensación de encontrarse constantemente a prueba, de que son observadas y juzgadas por sus tareas más que sus compañeros, ya sea dentro de su entorno y también por parte del público, lo que hace más difícil su labor en el medio.

“(...) A mí hay veces que cuando termina el programa me dicen: “que linda que estabas”, y esa no es la opinión que yo quiero y me interesa después de hacer un programa periodístico. Me interesa que me diga: “que bueno que estaba el informe” (...)” (Entrevista XI)

¿Pero que es lo que impide que el discurso de Igualdad que plantean las y los periodistas se vea reflejado en la realidad? Sin lugar a dudas, todos estos factores que veníamos analizando han impedido que las periodistas puedan participar plenamente de su profesión. Pero para que esto pueda llevarse adelante, no solo hace falta una mayor educación en cuanto a las relaciones de género, en especial en la carrera de Periodismo y Comunicación, intentando generar desde la formación misma una mayor conciencia en cuanto a estos temas, sino que también, y quizás sea lo más importante, que los directivos de las empresas que son los medios de televisión, y el Estado como responsable de uno de ellos, no solo lleven a cabo una apertura de los mismos a la entrada de las mujeres sino que también su participación se haga ver, protagonicamente, a la par que sus compañeros hombres generando de esta manera otra imagen de la mujer participando activamente en esta esfera pública, lo que desarrollara una visión distinta de su rol en la sociedad.

1. Cambios y Permanencias...

La creciente participación de las mujeres en el mercado de trabajo es uno de los fenómenos más ilustrativos de los cambios ocurridos en la condición femenina en las sociedades latinoamericanas en las últimas cuatro décadas. En este marco, cada vez son más las mujeres que buscan activamente acceder e instalarse en el mercado de trabajo, en parte, como medio para paliar el deterioro de los ingresos familiares, hacer frente a la crianza de sus hijos en los casos de jefas de hogar y, simultáneamente, satisfacer intereses y deseos de desarrollo personal y social.

El trabajo es uno de los espacios vitales diferenciados por género, a partir de características sexuales. Pero lo más importante radica en el hecho de que hombres y mujeres se definen de manera decisiva frente al trabajo. El ámbito laboral es el espacio más revelador para visualizar la significación de la dimensión de género en la comprensión de la problemática de la desigualdad y la exclusión social desde que en él confluyen e interactúan los aspectos socioculturales, educativos y económicos que condicionan y enmarcan las interrelaciones sociales. Las concepciones culturales acerca del valor de las actividades y capacidades femeninas, ante todo sobre lo que les corresponde ser y hacer a hombres y mujeres, se trasladan al ámbito laboral e, interactúan con las exigencias y condicionantes productivas y económicas.

Ambos factores determinan la división sexual del trabajo y contribuyen a explicar que el mercado de trabajo haya reservado a la mujer los puestos más alejados del poder de decisión, prolongue los hábitos hogareños adjudicándole las tareas asimilables y las más rutinarias, menos creativas y escasamente valoradas, alejándolas de los empleos técnicos, con alto contenido tecnológico o con las mejores perspectivas de desarrollo de carrera. A su vez, el ingreso tardío de la mujer al mercado laboral se ha efectuado en condiciones de desigualdad y a partir de peculiaridades y sobreexigencias notorias.

Por lo tanto, la situación laboral de los y las periodistas presenta características diferentes en este medio. Los periodistas tienen más posibilidades de ocupar cargos clave, específicamente en la mayoría de los medios son quienes ocupan los cargos altamente jerárquicos, como también los de mayor responsabilidad y mejor remunerados, mientras que las periodistas suelen ocupar puestos periféricos, inseguros y menos prestigiosos. Estas quedan excluidas o "segregadas", en la mayoría de las oportunidades, de ciertas clases de trabajos a causa de unas prácticas de contratación favorables a los hombres, de obstáculos para obtener ascensos o progresar profesionalmente. Esto puede observarse, en que las mismas no ocupan aquellos cargos con mayor responsabilidad y en la mayoría de las oportunidades sus superiores son hombres.

Otra discriminación que deben enfrentar las periodistas, y las mujeres en general en la mayoría de los casos, es la *segregación en la ocupación*⁶ que suele considerarse como una prueba de desigualdad, ya que incluye aspectos de la estratificación social en cuanto al poder, las cualificaciones y las ganancias. Todos estos factores están relacionados entre sí y pueden tomarse como indicadores de las ventajas o desventajas sociales. La segregación en la ocupación por razón de sexo ha sido más perjudicial para las mujeres que para los hombres, los puestos de trabajo femeninos generalmente son menos atractivos, tienden a ser menos remuneradas, tener categorías inferiores y menos posibilidades de ascenso. En los medios esto se refleja en que son más las periodistas que ocupan los puestos de “*noteras*”, presentadoras con menores responsabilidades y participación, y claro esta que aún no han alcanzado los puestos jerárquicos de decisión.

“(...) todo es algún tipo de discriminación que sea consciente o no es diferente. Yo dudo que un jefe de un diario o un canal diga no quiero mujeres. Las cosas se van dando así, pero bueno implican una discriminación social, interna que existe sin duda. En los medios de comunicación, sobre todo, yo creo que en la televisión fue lo más difícil. (...)” (Entrevista VIII)

“Hay mayor número de mujeres, eso si ha crecido, pero siempre en las mismas posiciones. (...) Pero con lo que tiene que ver con el esquema de noticias, (...), bueno lamentablemente el papel de las conductoras, presentadoras y demás es un papel decorativo, figurativo en donde hay una pareja de presentadores, en este canal no pasa en todos los canales, donde hay un presentador que tiene un papel preponderante. Pero el que esta al lado lo acompaña y, digo, es mucho menos decorativo que antes pero sigue siendo decorativo. (...)” (Entrevista VII)

Es claro, tanto para las periodistas como para los periodistas, que continúa existiendo una segregación laboral en relación al sexo dentro de los medios, todo esto por pautas de género firmemente arraigadas. Lo cierto es que, dentro de un discurso políticamente correcto de la mayoría de los periodistas, este hecho no es reconocido de esta manera. Si es claro que existe una mayor participación pero esto no ha significado romper las barreras de las jerarquías, lo que continúa impidiendo el ascenso de las periodistas.

“No, no tienen un libre acceso. El trabajo lo hacen, han demostrado ser capaces a la par del hombre para ocupar los mismos puestos. Ahí esta el viejo tema de la cuotas y la polémica que se forma en torno a eso. Pero también lo que sucede es que son muchas menos las mujeres que están en la batalla, en consecuencia debería resolverse algún tipo de estímulo porque en el hombre es muy frecuente que haya una dedicación plena a la tarea. La mujer se ocupa de otras cosas típicas de la mujer, y no es un comentario machista, atender a los chicos sigue siendo un tema que predominantemente sigue manejado por mujeres. Lo que sí creo es que debería haber un mecanismo, no sé si la cuota, pero que advirtiera que las mujeres además en cualquier tarea ponen tanto empeño que en alguna medida hay que observarlo. (...)” (Entrevista III)

⁶ La segregación ocupacional por sexo es la tendencia a que hombres y mujeres se empleen en diferentes ocupaciones, separados unos de otros en la estructura ocupacional. Esta separación significa exclusión social de las mujeres porque se ubican, en términos generales, en ocupaciones con menor status y condiciones de trabajo desfavorable.

La reproducción de los estereotipos de género dentro del medio pueden ser vistos, y lo es en la mayoría de los casos, como la reproducción de las relaciones de poder entre varones y mujeres, la reproducción entre lo público y lo privado. A su vez esta relación de poder puede estar íntimamente relacionada con el prestigio que el poder genera, o se piensa que genera. Si el poder depende de la ubicación en una estructura social, sobre todo en una relación jerárquica, el prestigio en cambio es algo otorgado como reconocimiento por parte de otros sujetos. El ocupar una posición de poder se encuentra estrechamente relacionado con una posición de prestigio, el ocupar un puesto más importante dentro de los medios puede ser igual a ocupar una posición de mayor prestigio social dentro de esta esfera. La profesión de periodista posee determinado prestigio social frente a la sociedad, ya que esta profesión significa el estar informados y el ser los y las responsables de transmitir esta información al resto de la sociedad. Por lo que los temas “importantes” y los puestos “importantes” aún son esferas exclusivas de los periodistas, en la mayoría de los casos, los que detentan este poder y el prestigio que esto implica dentro de los medios.

Por otra parte, cuando se afirma que las mujeres manejan el poder doméstico, o se resaltan los estereotipos tradicionales de género que las mujeres deben desarrollar, o el poder de la maternidad o de los espacios privados en las decisiones, se omite que ese tipo de poder no tiene reconocimiento ni prestigio ninguno: tal señalamiento es un modo de fortalecer la asignación diferencial por género del espacio privado para las mujeres y el público para los varones.

En este sentido, podemos observar la permanencia de una discriminación vertical, en cuanto a la posibilidad de ascenso al que pueden aspirar las periodistas a los cargos jerárquicos y de poder existentes en los medios. Por otro lado, la discriminación horizontal puede verse reflejada en la participación de las mujeres en aquellos puestos de menores responsabilidades y decisiones.

Para variar las relaciones de poder de la sociedad actual es necesario romper con las relaciones como se han definido y desarrollado y que corresponden a la sociedad patriarcal capitalista. Para ello se retoma la propuesta feminista de construir una sociedad con igualdad de derechos, con equidad para todas y todos sus integrantes y con reconocimiento y respeto de las diferencias. Intentando, de esta manera, construir un espacio verdaderamente común entre hombres y mujeres. Esta igualdad debe entenderse como igualdad de derechos, no como igualdad de identidades, que por lo demás, se hará en provecho de la identidad masculina ya existente. Debe dejar lugar al juego de las diferencias, individuales o colectivas, sin por ello predefinirlas y prejuzgarlas, calificándolas o descalificándolas.

Según Scott (1992) “... la ideología de las dos esferas separadas las ha definido (a las mujeres) como seres exclusivamente **privados**, negando así su capacidad de participar en la vida pública, política. Tan grande ha sido el poder de la ideología que aun cuando trabajen o tengan una actuación política, sus actividades son definidas como **extraordinarias** o **anormales** y, por ello, ajenas al ámbito de la política **auténtica** o seria. La devaluación de las actividades de la mujer (como fuente de mano de obra barata en el mercado y de trabajo no remunerado en el hogar) devaluó también la visión de las mujeres como sujetos históricos y como agentes de cambio”. La falta de reconocimiento de su trabajo, por parte

de su grupo social, otorga a las periodistas, en su mundo cotidiano, un sentido de anulación de su condición de sujeto.

A tal punto se llega, en cuanto a la división sexual del trabajo y la labor que las periodistas pueden llevar a cabo, que existe una percepción por parte de sus compañeros de “protección” a determinadas tareas que un periodista debe llevar adelante y que debido a las fuertes estructuras patriarcales que aún se mantienen en el medio, cuando son las periodistas las que las deben llevar adelante estas tareas “masculinas” se tiene una concepción paternal del trabajo que realicen las mismas. Es el caso cuando se deben realizar notas de carácter policial, en donde en esta área aun siguen subsistiendo fuertes estructuras masculinas que limitan la entrada femenina en dicho sector de las noticias.

“(…) Después hay un concepto, (…) de preservar la integridad de las compañeras. Entonces evidentemente hay circunstancias en las que uno se pregunta si es bueno que fulana vaya a cubrir tal cosa, pero con él ánimo de protección. Reitero, no sé si esta bien o mal el planteo porque en el mundo existen mujeres con grandísima valentía que han enfrentado todas las circunstancias y seguramente a ellas les hubiera ofendido que les preguntasen si están capacitadas para enfrentar x situación, o por una cuestión de protección le hubiera dicho que no hace tal cobertura porque sos mujer y te “queremos cuidar”, parece ofensivo para la mujer. Pero acá lo que sí de pronto se procura muchas veces es una mirada femenina por el hecho de la sensibilidad, se tiene la idea de que la mujer tiene más sensibilidad para enfrentar algunos temas. Entonces ahí entraríamos en la otra discriminación, los hombres acaso no? Pero es verdad que a veces una mirada de mujer, de una madre tiene otro concepto de la vida, otros códigos que los hombres no tenemos. Pero a la hora de elegir los temas no hay una selección de decir esto lo cubre fulana, no lo veo así.”(Entrevista III)

Este tipo de comportamientos hacen dar cuenta de la necesaria y urgente transformación que deben existir en los medios en vías de una apertura más igualitaria hacia las oportunidades de las mujeres, intentando romper con dichos estereotipos que aun siguen colocando barreras hacia una plena participación femenina y que la encasillan con determinados roles y actitudes.

Pero, ¿que significa el *proteger* a las mujeres de ciertas tareas dentro del medio?; significa él continuar perpetuando dentro de su trabajo remunerado las actividades con que tradicionalmente se asocian a las mujeres, como ama de casa, madre, roles que imposibilitan el desarrollo pleno de la ciudadanía. Es así, que en muchas oportunidades, les es difícil a los periodistas asociar la imagen de sus compañeras desarrollando todo tipo de actividades, propias de los periodistas.

De alguna manera, podemos plantear en esta concepción que poseen algunos de los periodistas de protección sobre sus compañeras, otra de las facetas que poseen el poder⁷, que no es solo económico sino que también es social y cultural. Los poderes de dominio son sociales, grupales y personales, permiten explotar y oprimir a personas, grupos y todo tipo de colectividades. Estas se concretan en procesos concatenados de formas de intervenir en la vida de otras/os desde un rango y una posición de superioridad- valor, jerarquía, poderío.

⁷ Las relaciones de poder que se desarrollan en la sociedad patriarcal capitalista son de dominación/subordinación entre los géneros

Las relaciones de poder dominación/subordinación se materializan en la división vida privada/vida pública, y en la asignación de estos espacios a las personas según su sexo.

Por ello el que mujeres crucen el umbral de sus hogares para incorporarse al trabajo remunerado es un fenómeno que replantea el poder que tradicionalmente los hombres poseen en el ámbito público, intentando modificar las relaciones sociales de género.

La división del trabajo por sexos puede ser vista como un “tabú”, un tabú contra la igualdad de hombres y mujeres que dividen los sexos en dos categorías mutuamente exclusivas y que exacerba las diferencias biológicas y, así, crea el género. *“La división de los sexos tiene el efecto de reprimir algunas de las características de personalidad de prácticamente todos, hombres y mujeres. El mismo sistema social que oprime a las mujeres en sus relaciones de intercambio, oprime a todos por su insistencia en una división rígida de la personalidad.”* (Rubin, 1998)

“(…) Si hay algunas particularidades en televisión como por ejemplo programas para la mujer que a veces son el estereotipo de la mujer tonta, la inútilísima casi diríamos. Esta es una faceta que se le busca a la mujer que son estereotipos, que siguen estando en la televisión porque hay de todo en la televisión. Como también se entiende y como contrapartida hay programas deportivos en donde son los hombres los que polemizan sobre el deporte y no hay una gran cantidad de mujeres que estén en esa, si hay mujeres periodistas en el deporte pero no sé si tanto polemizando y a la hora de tomar como referentes en la polémica se prefieren hombres. (...)” (Entrevista II)

Podemos dar cuenta que esta diferenciación sexual del trabajo, siguiendo a Parsons como uno de sus más importantes teóricos, se basa en la especialización de cada género en una serie de roles que se configuran por sus características diferenciadas. A los hombres les corresponde el rol instrumental y a las mujeres el rol expresivo y ambos, en función de dicha diferenciación, se han de ir especializando en el desempeño de unas y otras tareas sociales. Durante mucho tiempo este fenómeno recibió poca atención por parte de quienes se dedican a estudiar las ciencias sociales. Esto se explica por el hecho de que tal división del trabajo era vista como algo “*natural*” y por lo tanto irremediable.

La eliminación de la discriminación en la remuneración, que anteriormente existían más comúnmente en este ámbito y que hoy por hoy son cada vez menos los casos, pero siguen existiendo, es fundamental para alcanzar una igualdad de género genuina y fomentar la equidad social y el trabajo decente.

Si bien puede ocurrir que en un mismo lugar de trabajo se pague menos a las mujeres que a los hombres cuando desempeñan las mismas tareas, tal práctica es cada vez menos común debido a que la disposición legal que establece el “*pago igual a trabajo igual*”, que se tiende a generalizar en el medio. A partir del Consejo de Salarios⁸ en este mercado se insta a las empresas a promover la equidad de género en todos los aspectos de la relación laboral. Por lo que se respetara el principio de igual remuneración a tarea de igual valor y se obliga a no realizar ningún tipo de discriminación a la hora de decidir ascensos o adjudicación de tareas.

⁸ Consejo de Salario, Grupo N°18/ Servicios Culturales, de Esparcimiento y Comunicaciones. Sub- grupo N°4 “Televisión Abierta y TV por abonados y sus ediciones periodísticas digitales”. Capítulo: “Televisión abierta en Montevideo”.

“Por suerte en el tema salarial hubo un cambio sustancial con los consejos de salarios, por decirte una de las cosas que hacían falta para llegar a esa paridad. Y se implementa por ley, pero no por decisión de los medios. A pesar de que como ya había una diferencia marcada ahora, los consejos de salarios, lo que estipulan es el mínimo que se le puede pagar a un individuo no importa el género, por determinada función. Entonces, no los máximos, que pasa, los hombres en general siempre ganaron mucho más que las mujeres en, por ejemplo, en conducción de informativos, mucho más y cuando te hablo de mucho más, te hablo de dos o tres veces más, o cuatro o cinco, y no te estoy exagerando. Entonces que pasa, con los consejos de salarios lo que se llegó es que a la mujer en definitiva no este por debajo del límite de la pobreza, pero en la realidad los hombres siguen ganando más porque ya era algo que estaba estipulado y como por ley no se puede bajar el sueldo, y además no correspondería, seguimos ganando menos. Entonces es un trabajo que hay que seguir avanzando para poder llegar a una paridad plena, si bien los consejos ayudan, hay que buscar otros mecanismos también.”(Entrevista IX)

Adentro y afuera; mundos distintos y separados, privado y público, interior y exterior son realidades construidas en torno a la profunda división de la sociedad, de la cultura y de la vida de los seres humanos basada en la adscripción genérica que segrega. El principio rector de esta división en compartimentos casi estancos es que permite la reproducción de las diferencias genéricas no intercambiables, ser hombre es no ser mujer y ser mujer es no ser hombre.

2. Una estrategia que se desarrolla de manera individual

Con relación a esta dimensión, a la hora de desarrollar su profesión y de llevar a cabo su participación las periodistas que trabajan en los canales televisivos optan por trabajar individualmente para conseguir lo que desean. O sea, para ellas el unirse en pro de una lucha a favor de los derechos de participación de las mismas es visto como una forma de separarse más del medio al cual desean pertenecer. Todo aquello que pueda resultar reivindicativo para el resto de las personas que las rodean en dicho medio es visto como algo negativo para las mismas. La mayoría de las periodistas que trabajan en el ámbito televisivo han desarrollado una ideología de la competencia individual. Cualquier búsqueda o cambio debe pasar por esta condición ineludible de conquista del progreso. Este es visto como el mejor camino para superar las desigualdades de género que se presentan en la profesión.

“(...) las propias mujeres entienden que claramente ejercer ese feminismo tan exacerbado es negativo, porque las instala también en una posición tan radical que cuando emiten una opinión uno ni siquiera las escucha porque presume que por detrás hay una cuestión vinculada al género, así que también es un rol importante el de las mujeres saber que la mirada debe ser universal.” (Entrevista III)

“No sé hasta que punto el trabajar en conjunto te pueda ayudar. En general es muy mal visto, lo cual no quiere decir que este bien o mal, que las mujeres se unan para hacer ciertas cosas porque empiezan a decir que son feministas, no necesariamente. Yo, me parece que la principal defensa es tu trabajo y hacer valerlo, no siempre puedes lograrlo obviamente. (...)” (Entrevista VIII)

El trabajar individualmente es visto como una estrategia a la hora de sortear todas las dificultades que se le presentan en el medio con relación a la temática de género. De esta manera es como también, poco a poco, intentarán modificar los estereotipos tradicionales de

género impuestos en el ámbito televisivo. Los periodistas consideran, al igual que sus compañeras, que no es necesario que las mujeres trabajen en conjunto para modificar las pautas estereotipadas dentro de cada canal.

Para los periodistas estas pautas ya se están comenzando a modificarse en la medida de que cada vez son más las mujeres que participan en el mismo, por lo tanto no es visto como necesario que las periodistas se unan en pro de una mayor participación laboral. Además no es una estrategia que se considere válida para realizar algún tipo de acción o reclamo.

No hay afirmaciones que indiquen la presencia y necesidad de comportamientos solidarios entre mujeres. Más bien, en algunas oportunidades se resalta la competencia entre las mismas periodistas, sobre todo por lo competitivo que es este medio en particular. Por lo tanto, no se encuentra implementada una lucha contra las estructuras patriarcales existente en este mercado, en diferentes situaciones, son las propias periodistas las que colocan cortapisas para desarrollar su conciencia de género, sin detenerse a mirar el problema de fondo. Esto lleva a que, por momentos, se resistan a verse y sentirse, en la mayoría de los casos, discriminadas en su ámbito laboral.

“Es más fácil que los hombres periodistas se unan con las mujeres periodistas, que las mujeres entre sí solas. No las veo, hay mucha competencia entre nosotras, no hay un sentimiento de que tenemos las mismas problemáticas, y también hay mucho individualismo en el medio como para trabajar en conjunto. (...)” (Entrevista XI)

Las mujeres adquieren la conciencia de lo que son mediante la ideología patriarcal, también en ella adquieren conciencia de su opresión, y sólo después incorporan elementos de otras ideologías contrarias al patriarcalismo. Sin embargo, la concientización de la opresión les ocurre a todas las mujeres sin que se autodefinan feministas, en algún momento o situación se manifiestan desconformes a los tradicionales estereotipos de género que las limitan. O dicho de otra manera, la mayoría de las mujeres desarrollan aspectos del feminismo por sí mismas. Lo hacen en la cotidianidad al confrontar por un lado el modelo de mujer que de acuerdo con su círculo particular deben ser, con la mujer que realmente son. Estas contradicciones se hacen evidentes porque en la conciencia de las mujeres siempre funciona el modelo estereotipado de mujer con que las signo su cultura.

A pesar de esto, las periodistas en la mayoría de los casos intentan alejarse de cualquier concepto o actitud que las acerque, o las haga verse y sentirse asociadas al pensamiento feminista. Para las mismas, la mujer debe dejar de lado cualquier tipo de discurso panfletario que retome antiguas posturas. De esta manera lo que pretenden es justamente que su participación sea valorada por su capacidad de actuar frente a diversas situaciones y no por el hecho de reivindicar derechos propios. Además el sentir el rechazo de su entorno frente al movimiento feminista, también ayuda a alejarse y apartarse del pensamiento del mismo. También es cierto que el unirse en grupos en busca de un mayor desarrollo profesional no sólo puede ser mal visto por sus compañeros y tildado de feminista, sino que también puede no ser aprobado por los dueños de los canales. Y en definitiva ellas trabajan en una empresa en donde deben llevar a cabo la función acordada en los términos acordados y en muchas oportunidades se deben dejar de lado determinados valores en busca de un trabajo.

“Es difícil, según en el lugar en el que estés. (...) si sos empleado, tenés otro relacionamiento, entonces no se si tampoco sos tan libre, quizás más para los periodistas que recién comienzan y que bueno, no tienen experiencia y deben acotarse a la producción. (...) Esa diferencia marca una dependencia en lo que dice. No quiere decir que los periodistas sean dominados, pero tienen menos margen de zafarse, menos margen de opinión, menos margen de decir lo que se te cante.”

(Entrevista XI)

“Depende de cada periodista, de su estilo, y también por supuesto que del medio. Los medios son empresas y vos sos un empleado, entonces también tenés un margen de acción. No es que estas totalmente limitado a dar tu opinión, no, pero también tenés que respetar las reglas de la producción, del programa, del canal. También depende del lugar en el que estés. No todos tienen esa conciencia, pero hay muchos que si la tienen.”(Entrevista XI)

Por lo que el lugar que ocupan las periodistas dentro de las estructuras de los medios influye sobremanera en el comportamiento que las mismas puedan ejercer en su profesión. Por lo tanto, esto influirá en la postura que las mismas adoptan sobre el deseo de no identificación con el movimiento feminista, como afirmamos anteriormente.

En muchas ocasiones podemos vislumbrar un discurso que resulta un tanto contradictorio entre algunas colegas. Ya que, por un lado estas desean llegar a una igualdad, en el ámbito económico como a nivel de una mayor participación, pero también estas saben que es necesario adaptarse a un ámbito predominantemente masculino. En este espacio las reglas ya están pautadas, lo que no significa que no puedan modificarse y de hecho, poco a poco, ese es el esfuerzo de muchas. Pero también se reconoce, por parte de las periodistas, que para poder trabajar y participar, en lo que ellas optaron como forma de vida, deben moldearse con esas reglas y pautas anteriormente impuestas. Y esto, de alguna manera, es echar tierra sobre el camino ya trazado. El evitar cualquier tipo de diferencia para no perjudicar el desarrollo profesional, el eliminar sus rasgos femeninos que las distinguen de los demás, es un paso en donde aun cuesta avanzar en esta búsqueda por una igualdad. De ahí la importancia de comprender que la discriminación de las mujeres se produce de manera individual y colectiva, deliberada e inconsciente pues está tejida en las costumbres y la tradición.

“No creo que serviría tener una posición corporativista y plantear los reclamos y así se iniciaría un punto de debate en la empresa. Creo que por más que las mujeres se nuclearán o algo similar en el ámbito periodístico no cambiaría nada, no ayudaría a modificar estas cosas. Creo que lo que hay que cambiar es la cabeza, quizás eso lo que haría es generar un debate más allá del medio. Pero igualmente no creo que eso contribuya en un cambio a favor de las mujeres. Las estructuras acá, y en otros medios en general, están clavadas. (...)” (Entrevista VII)

La concepción patriarcal del mundo y de la vida interiorizada y hecha propia por las mujeres, y la ideología de la femineidad hecha identidad, son trabas históricas en la consecución de los fines particulares de cada mujer, y en los generales del género y de la sociedad que se transforman. La confrontación ideológica de concepciones, ya sea en el sentido común o en niveles culturales diversos, depende de la concepción base en la conciencia de cada mujer y de cada grupo de mujeres, y del interés o de la tolerancia hacia ideas desconocidas, pero siempre pasa por la persona, por el individuo que lo representa. La mujer, y en este caso la periodista, que vive esto es entonces protagonista de un *combate*

ideológico interno y tiene la posibilidad de realizar una síntesis ideológica que pasa por sus emociones, sus necesidades, sus deseos, sus pensamientos y que trastoca su ser y su entorno.

“Sin saberlo, ni quererlo las/los dominados/las incorporan la visión del mundo de los dominadores y se hacen cómplices involuntarios del orden social existente del cual son víctimas. El funcionamiento social (...) está organizado sobre la base de una serie de “homólogos” fundados en la distinción entre lo masculino y lo femenino (...) Estas oposiciones que atraviesan el conjunto del mundo social conllevan un sistema de valores implícito en el que lo masculino le gana a lo femenino... y como arte de magia, la dominación masculina parece algo natural, dado, a-histórico, dentro del “orden de las cosas”. (Bourdieu; 1999). Por lo que muchas periodistas adquieren esta “visión” para llevar a cabo su profesión.

Teniendo en cuenta la realidad planteada se requiere de un proceso de “concienciación” que incida en la formación profesional y las actitudes de todas las personas responsables, directa o indirectamente, de producir, educar o informar en los medios acerca de una imagen balanceada de la mujer y de los hombres, sin deformaciones sexistas, ni estereotipos que promueven y perpetúan la desigualdad que se opone a la aspiración de una sociedad plena de derechos humanos iguales para mujeres y hombres. Ya que como hicimos referencia anteriormente los medios de comunicación y en especial la televisión se han convertido en un poderoso agente de socializador.

C. Percepción de nuevos roles de la mujer en la TV.

1. Luchando contra las estructuras estructurantes.

Las importantes transformaciones que han ocurrido en dicho mercado laboral, como hemos desarrollado anteriormente, y el supuesto debilitamiento de algunas viejas convenciones institucionales bien podría llevar a pensar que ha significado mayores márgenes de libertad y menor grado de sometimiento para las periodistas en este medio, avanzando así en procesos de individuación personal y ganar en autonomía en las relaciones inmediatas. Sin embargo, como hemos visto, los márgenes para la libertad y la creatividad personal están desigualmente distribuidos aún y solo es posible acceder a ellos si se cuenta con recursos institucionales que atenúen los efectos de las diferencias de poder y las desigualdades en el acceso a los recursos, entre hombres y mujeres y entre las mismas mujeres.

El orden social funciona como una “*inmensa maquinaria simbólica*”, que construye una realidad sexuada al depositar unos principios de visión y de división sexuanes sobre los cuerpos. El poder continúa siendo el término clave a la hora de referirse a la masculinidad hegemónica. Los periodistas interiorizan estas concepciones, la equiparación de la masculinidad con el poder, en el proceso de desarrollo de sus personalidades ya que, nacidos en este contexto, aprender a experimentar su poder como la capacidad de ejercer el control. Así las estructuras jerárquicas que permanecen en los medios son, mayoritariamente masculinas, sin que aún las mujeres puedan incidir en las mismas.

“(...) quizás también sea culpa de la propia mujer que empezó en la televisión siendo únicamente una cara bonita, la mujer si era linda podía ser presentadora de algo y luego no se ocupaba de más nada. También pasa cuando tenés que tomar un puesto más de decisión en la producción de algún programa. Eso ha creado un vicio de que los hombres van adquiriendo más poder, son más ejecutivos y las mujeres no. (...)” (Entrevista XI)

“(...) Sin lugar a dudas, y lamentablemente las mujeres se encuentran más limitadas a la hora de desarrollarse.”(Entrevista IX)

Este tipo de justificación, por parte de los y las periodistas acerca de las desigualdades de la mujer en los medios, se da comúnmente y es aceptada por todos, lo que lleva a reforzar la imagen de *mujer=belleza* antes que las capacidades profesionales que pueden desarrollar las periodistas. Como dimos cuenta anteriormente, el hecho de que la periodista ingresara más tardíamente a este espacio laboral, sirve como justificativo para comprender porque aún no ha podido alcanzar una igualdad plena, en cuanto a participación se refiere. A su vez, a partir de estas concepciones se continúan reproduciéndose en algunos de los discursos recogidos por los y las periodistas la noción de que, más allá de las transformaciones, muchos de los roles y características designados a cada género es estático. Esto se encuentra íntimamente relacionado con la televisión, ya que la imagen sigue siendo un factor fundamental, para las mujeres, a la hora de participar, aunque en la mayoría de los discursos que son “políticamente correcto”, este factor pasa como irrelevante a la hora de que las periodistas participen más.

Las periodistas poseen, en la mayoría de los discursos, la percepción de que su labor no es reconocida plenamente por los directivos de los medios y también por sus compañeros. Persiste, aún, cierta resistencia hacia una participación más plena de las mismas por parte de los decididores de los medios en general, continuando aún con ciertos encasillamientos hacia la mujer en determinados temas. Por lo tanto, para que esta situación pueda modificarse a favor de las mujeres se hace necesario, como lo resaltan muchas periodistas y sus compañeros, una apertura en las distintas directivas y estructura relacionadas a este ámbito. Aunque la participación de las periodistas es limitada en la mayoría de los casos, sus compañeros tienden a minimizar esto resaltando la gran participación, en número, que las periodistas han logrado en el medio. Pero también ocurre, que para el público en general y para muchos de sus compañeros, a partir de los estereotipos de género internalizados, les es difícil visualizar el desempeño de las periodistas como profesionales, por lo que esto continúa estimulando al círculo que fomenta y reproduce los mismos estereotipos.

“Es muy diferente la percepción que tiene el público de lo que pueda hacer una mujer de lo que pueda hacer un hombre. La misma pregunta la hago yo, la misma pregunta agresiva, y muchas veces te dicen que sos una maleducada. La misma pregunta la hace un compañero y es una pregunta más. Eso a mí me sorprendió, no lo tenía, no lo había experimentado (...) Pero también hay una percepción muy diferente según las edades, la gente joven me transmitió que les encantaba cierto estilo, o no sé. Y la gente grande se está acostumbrando. Pero al principio era muy criticado que lo mismo que puede hacer un hombre lo hiciera una mujer. Hay un componente de género en eso también.”(Entrevista VIII)

Por lo tanto, podemos vislumbrar que no solo existen estructuras que limitan a las periodistas dentro del medio específico, que provienen de las diferentes directivas de los canales, de su entorno laboral más inmediato, sino que también de un sector más conservador de la sociedad y que en muchas periodistas estas estructuras son reproducidas por las propias mujeres impidiendo de esta manera una apertura a una mejor participación de las mismas.

“Mira, yo estaba en canal X cuando estaba G, la productora del noticiero, creo que fue todo un cambio que una mujer ingresara a la gerencia de un noticiero como era X, fue todo un sacudón. Yo no se si a ella la dejaron trabajar todo lo que quería, hoy en día estoy afuera y te diría que no, que no la dejaron, sobrevivió bastante en esa selva. (...)” (Entrevista V)

Seguramente hasta que los ámbitos de poder no sean abiertos, de manera igualitaria, al sexo femenino, el equilibrio que se pretende obtener en dicho medio, se encontrara sesgado de antemano y con ello una plena participación por parte de las mujeres. Al mantenerse esta situación incambiada la mujer, inevitablemente debido al tipo de estructura de los medios, se sentirá subordinada frente a dicho relacionamiento, ya que las diferencias se hacen notar. Por lo tanto, se hace necesario, hoy por hoy, un equilibrio en las pirámides de poder existentes en el ámbito televisivo en especial, ya que es imprescindible que exista una participación equitativa por parte de ambos sexos.

“(...) para lograrlo es necesaria una apertura mayor de las directivas. (...) Para llegar a algo igualitario todavía falta mucho y eso se ve en la diferencia con el extranjero en comparación con un noticiero nuestro, por ejemplo. (...) Yo creo que nosotras las mujeres también aceptamos eso, yo no me lo cuestiono, quizás desde adentro uno empieza a analizar otras cosas y te das cuenta como en algunas cosas sigue siendo muy machista, Uruguay es muy machista. (...)” (Entrevista X)

“(...) Va a ser posible romper con aquellas diferencias cuando también en los puestos de decisión la repartición de cargos sea equitativa entre hombres y mujeres, que existan las dos miradas. (...)” (Entrevista XI)

Por lo que esta renovación de las estructuras de poder en el ámbito laboral podrían generar nuevas oportunidades para las periodistas, compartiendo estos espacios a la par de sus colegas varones. Se reconoce que este no es un camino fácil de recorrer debido a las estructuras masculinas que han predominado durante siglos en el medio y del papel de la mujer como sujeto marginal del proceso laboral, pero es necesario, poco a poco, poder abrirse camino hacia los nuevos roles que la mujer viene y debe cumplir en este ámbito. Sin embargo, a pesar de estos nuevos roles, muchos periodistas continúan pensando que existen estructuras que no se “pueden” modificar, porque las mismas son innatas. Este sin lugar a dudas uno de los desafíos de las periodistas, luchar contra las estructuras que las limitan, que son retroalimentadas por ellas mismas en muchas oportunidades pero también por sus compañeros.

“(...) Si se pueden romper las diferencias, pero (...) hay diferencias que son innatas de hombres y mujeres y con esas no se puede romper porque nos acompañan toda la vida” (Entrevista II)

Pero, *¿Cuales son esas diferencias innatas a las que se aluden que existen entre hombres y mujeres?* Claro esta, y como ya he hecho referencia, no podemos dejar de reconocer las diferencias que existen entre *hombres y mujeres*. Pero es necesario reconocer y distinguir que dichas diferencias no son aquellas que se encuentran enmarcadas dentro de los estereotipos de género. Si existen diferencias biológicas, sexuales, pero acaso *¿Las mujeres deben ser innatamente más sensibles a los hombres?* Aun continúa existiendo esta concepción entre los periodistas y que las propias periodistas, en algunas oportunidades, continúan alimentando estimulando y resaltando estas características en su labor. Esto, sin lugar a dudas, debe ser replanteado desde los y las propias protagonistas, reflexionado y articulando de manera adecuada una mirada de género sobre los medios, pudiendo de esta manera comenzar a andar un camino cada vez más necesario de igualdad y equidad entre ambos sexos.

Con relación al tema de interés planteado en esta investigación: las continuidades y rupturas que se plantean en este ámbito a partir de la incorporación masiva de la mujer, desde la mirada de las y los periodistas, podemos decir que, la realidad de las mujeres en el campo de la comunicación se encuentra aún determinada por los estereotipos de género que permanecen en todos los niveles de la sociedad.

Sin lugar a dudas, con el flujo de más periodistas en la profesión trabajando como guionistas, escritoras, productoras, directoras; y con muchas más que comienzan a salir ya de los confines del periodismo de hogar y eventos sociales, moda y cocina, educación e interés general se comienza ya a percibir un cambio. Pero resta aún un largo camino por recorrer, ya que como observamos una mayor participación no es garantía de una participación con mayor calidad de contenido, incidiendo en los programas en los que participan las periodistas. Para ello el análisis feminista de los últimos tiempos incluye no solo a las mujeres, sino que comienza a hablar del rol de los hombres en temas de derechos de la mujer. Por lo tanto, no solo las periodistas sino también los periodistas en los medios de comunicación tendrían que repensar sus enfoques y caracterizaciones comunes. Este ejercicio de tomar cierta distancia, de los actuales estereotipos de género, para descubrir los mensajes a menudo no explícitos acerca del papel de la mujer y el hombre en la sociedad sería una tarea para ambos, pero sobre todo de aquellos encargados de construir los modelos de referencia de las grandes masas.

La asimilación de la mujer a contenidos determinados e inamovibles ocurre de manera independiente e inadvertida por la voluntad consciente de los individuos, y es resultado de asignar en la concepción dominante primero y de atribuir después, características domésticas a las mujeres, de manera genérica, esencial y estereotipada. De esta manera, se continúa perpetuando en los medios, en el ambiente laboral, los estereotipos que encasillan a uno y otro sexo con los roles tradicionales de género. Las periodistas no han podido desarrollarse plenamente en la profesión debido a estos estereotipos, que en la mayoría de los medios se mantienen vigentes, ya sea en sus estructuras jerárquicas, como también en los roles que les son designados a cada uno de los profesionales en el ambiente. Lo cierto es, que las periodistas, en la mayoría de los casos, encuentran un espacio en los medios a partir, y principalmente, de su rol tradicional de mujeres, asociando este con la mayor sensibilidad que pueden tener, así como también su ingreso implica un *apoyo*, ya sea a un conductor, dentro de la producción de un programa, etc. Intentando de esta manera, por parte de los medios, brindar un "*equilibrio*" dentro de los mismos en cuanto a participación y no en cuanto a la *calidad* de la participación.

En la conciencia social, colectiva e individual, los atributos asignados a la mujer tiene un sentido *natural*, al mismo tiempo que de ella se esperan reacciones, actitudes, comportamientos, sentimientos y formas de ser ligados a esas características. Por lo que, a esa naturalidad de lo femenino en la mujer, que es proyectada a una parte del universo, se debe la dificultad para asimilar y aceptar, tanto por las mujeres como por los hombres, cambios en las actividades, en los comportamientos, en las formas de hablar, de sentir, en las aspiraciones y papeles que las mujeres deben llevar adelante. Quizás justamente esto es lo más difícil de modificar, los roles y estereotipos que muchas periodistas, y claro esta sus colegas varones,

siguen reproduciendo en el medio, y que dentro de las relaciones de género se siguen alimentando, haciendo más difícil la transformación de estos para llegar a una paridad en cuanto a la participación.

Si bien los nuevos roles de las periodistas son reconocidos por sus compañeros, no son asimilados del todo permitiendo esa transformación en cuanto a las relaciones laborales más equitativas e igualitarias en este mercado laboral. Por lo que, por parte de algunas periodistas y los periodistas, sobretodo de las primeras, se plantea una necesidad imperante en que se comience a vislumbrar un verdadero cambio y transformación desde las directivas de los medios, lo que permitiría una igualdad en cuanto a la participación de las mismas.

A mi entender, este tipo de estudios puede ayudar en la concientización, de los y las periodistas, acerca de la existencia de una discriminación en el medio que, en muchas ocasiones, se encuentra en niveles no-conscientes en ellos mismos. También puede ser útil a la construcción de políticas de no-discriminación o de *"respeto de las diferencias"*, tomando en cuenta la variada gama de sutiles piezas que hacen del rompecabezas de la discriminación de género un puzzle que se debe afrontar en su complejidad para combatirlo. Para cumplir con uno de los objetivos del *1º Plan Nacional de Igualdad de Oportunidades (2007-2011)*, dentro de una de las LEI (Líneas Estratégicas de Igualdad), propuestas para promover el acceso a la igualdad, se destaca la promoción de prácticas comunicativas no discriminatorias que respondan a intereses y necesidades de hombres y mujeres y promuevan imágenes no estereotipadas y libres de prejuicios. (Lei 11).

Existen en los medios diferentes visiones por parte de las y los periodistas acerca de la categoría de género. A través de las entrevistas realizadas uno de los resultados más interesantes de la investigación deriva del análisis de los discursos, por el cual se puede demostrar que; *no todas las mujeres ven el mundo de manera distinta a los hombres*. La mayor parte de las mujeres comparten perspectivas culturales comunes con los hombres, estereotipos, luego de haber sido educados por los mismos mecanismos e instituciones. **Por lo tanto, el reto no consiste simplemente en traer más mujeres a los medios de comunicación, sino en trabajar las percepciones, tanto de hombres como de mujeres sobre la forma en que se comunica para no discriminar a las mujeres y sus intereses.**

Es cierto, también, y no hay que dejar de ver que en la actualidad existen medios en donde las mujeres periodistas han podido desarrollarse plenamente en su profesión, pero también es cierto que estas son las menos en comparación con los hombres. En la actualidad la mayoría de las periodistas que participan en los programas televisivos se desarrollan en la producción de estos programas. Esto ha significado un avance para las mismas, ya que en algunos casos esto les permite participar activamente en su lugar de trabajo, involucrarse, brindando opiniones sobre el producto en el cual participan. También vale destacar de que, si bien muchas periodistas trabajan en las producciones de los programas, no se ve reflejada en los mismos una mirada con perspectiva de género, o una mayor participación de las mujeres cuando los programas son compartidos. No todas las periodistas, (y no todas las mujeres), conocen y desarrollan una perspectiva de género en su profesión. Por lo tanto, no todas las periodistas intentan igualar su situación en dicho mercado laboral y en la mayoría de los casos

los periodistas poseen la concepción de que la temática de género es una cuestión puramente femenina.

De esta manera, *¿Dónde veríamos vislumbrados los caminos para generar una mayor apertura de participación, cualitativamente hablando, de las periodistas en los medios de comunicación?* Si bien, muchas periodistas, poseen una conciencia hacia la igualación de los derechos de ambos trabajadores en este medio, así como también a una mayor participación femenina, aún persisten muchas “barreras” que no pueden derribar con su simple presencia.

En los tiempos en que vivimos el derecho a la comunicación se perfila como uno de los ejes centrales de las luchas ciudadanas por venir. Si alguna corroboración fuere necesaria bastaría con constatar la importancia que está adquiriendo la comunicación en todas las esferas del quehacer humano, incluida su calidad como eje de poder económico y participe esencial en disputas de poder político, no pocas de cuyas manifestaciones se ventilan, justamente, por vía mediática. Entonces, podríamos proponer la existencia de una tensión entre ambas posiciones, *la apocalíptica y la integrada*, al decir de Eco, o sea la que advierte acerca de la amenaza que significa la TV., que propone modelos negativos del género mujer, y la que apuesta a la capacidad de discernimiento de las mujeres para juzgar lo que le muestran.

O quizás, una vuelta más optimista como ser la capacidad de las mujeres periodistas de concienciar el importante modelo que son para el resto de las mujeres, y cuidadosamente seleccionar pasajes y actitudes a desarrollar en los medios que cambie los comportamientos en la vida cotidiana que son el verdadero secreto del éxito del movimiento social feminista.

La escasez de debates respecto a dicha problemática dificulta la creación de criterios personales para insertarse en temas que precisamos debatir intra e inter-género. Sería necesario, por lo tanto, plantear un debate que involucre a todos/as las periodistas, no solo del ámbito televisivo, sino que también del resto de las esferas de los medios, intentando construir una “imagen partitaria”, no solo de las mujeres sino que también de los hombres, y también de estos últimos hacia sus colegas mujeres y entre ellos mismos.

Es necesario destacar, que si bien, como mencionamos, las políticas que se mantienen en las diversas estructuras jerárquicas de los medios, no han desarrollado plenamente la capacidad y los nuevos roles que las mujeres vienen llevando adelante, los medios han debido acogerse al ritmo de los nuevos tiempos; y poco a poco estos comienzan a equilibrar los programas con la presencia de mujeres, capaces de plantear alternativas y ofrecer un modelo pluralista y por momentos trasgresor. *¿Pero la mayor participación de las periodistas ha llevado a una mayor calidad de esa participación?* Según las opiniones de las periodistas, en la mayoría de los casos, esto no se ha dado. Mientras tanto, sus compañeros vislumbran esta apertura relacionada a una mayor igualación del medio en sí. Lo cierto es que, al no existir una estrategia compartida entre las periodistas que trabajan en este medio, en cuanto a generar una mayor participación y accionar en conjunto para lograr una mayor igualdad, las mismas actúan de manera individual. De esta manera, en muchas oportunidades, se continúa con la lógica que no contradice al *status quo*, desarrollada en estas estructuras jerárquicas. **Existe, si, de parte de las periodistas un optimismo de cambio y esperanza modernizadora que confía en las transformaciones espontáneas de género sin construir estrategias al respecto.** Esto es, las periodistas perciben que van a haber transformaciones al nivel de

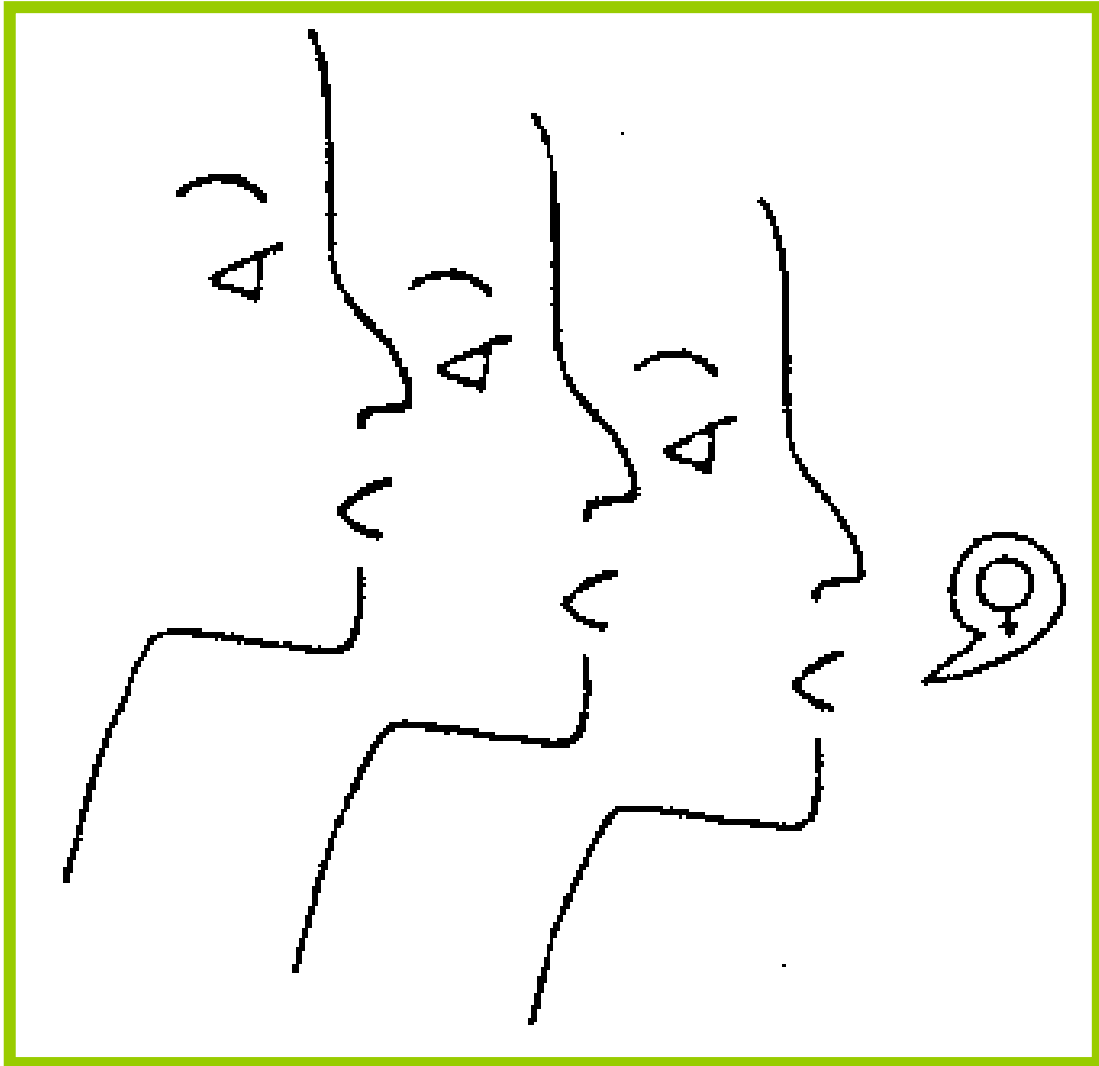
relacionamiento entre ambos sexos en los medios y también a escala profesional. Además, para algunos/as periodistas, es visible que cada vez más la temática de género se comienza a instaurar en la sociedad en general, lo que permite vislumbrar un cambio sobre el papel que debe llevar adelante, en este caso las periodistas, y también una mayor concientización en el medio acerca del tratamiento de esta temática.

Podemos dar cuenta de que, en este caso en particular, el mundo profesional conquistando reproduce, en muchas oportunidades, roles culturalmente asignados a la mujer, de complementariedad al varón en el mundo público, construyéndolas como comunicadoras especialistas de la perspectiva femenina moderna. Es más bien el mundo privado que se transforma en público y se moderniza sin producir grandes mutaciones en su origen y sentido, de las que probablemente habría que protegerse.

Lo cierto es que, cada mujer, en particular las periodistas, han sido constituidas culturalmente a partir de la feminidad dominante, cada una la ha internalizado y constituye una necesidad para sí misma. Seguramente, esta puede ser vista como una de las fuertes razones por las cuales les es difícil a las periodistas el incidir y marcar nuevos modelos de feminidad dentro de un mercado que aún no se ha transformado. La posibilidad de enfrentar el conflicto depende de la capacidad creativa de cada mujer para transformarse socialmente, y a su vez, en este medio específico, la capacidad colectiva de las periodistas para modificar los estereotipos de género dentro del medio y elaborar una subjetividad que integre positivamente la capacidad de las mujeres.

Para Silva, (2000) *"... las mujeres debemos modificar nuestra relación con los medios y alejarnos de la tentación de utilizar el espacio medial con la misma lógica tradicional, es decir, una aproximación instrumental y formal, compitiendo con los miles de actores que desean estar en la escena medial. ... El mercado, que en este momento es el que con mayor voluntad asume los cambios, neutraliza los discursos y los vacía de sentido. En cambio, el reconocimiento nos da un lugar en el habla colectivo y modifica la imagen que se ha construido con relación al feminismo y a los grupos de mujeres. Esta es una tarea pendiente especialmente con los medios de comunicación."*

Por último, es necesario dar cuenta que los estudios de género son una manera de comprender a los hombres y a las mujeres no como un aspecto aislado de la sociedad sino como una parte integral de ella. Estos a su vez permiten una visión interior de los sistemas culturales y sociales en los cuales nos encontramos insertos. Las fronteras de género, como las de clase, existen para servir a una variedad de funciones políticas, económicas y sociales. Estas fronteras a menudo son movibles y negociables.



**ANEXO
METODOLOGICO**

A. Objeto de Estudio.

POBLACIÓN; La población o universo en que se enfocara la investigación son las y los periodistas que participen en la televisión uruguaya, más específicamente en los cuatro canales de aire de Montevideo, en el año 2006. Tomar a todos los canales nos permitirá poder alcanzar una visión más amplia del papel de las y los periodistas y de su comportamiento hacia el tema de género dentro de su profesión y en especial en Montevideo.

DOMINIO EMPÍRICO; *Periodistas, hombres y mujeres, sin realizar una discriminación por edad, que participen activamente en cualquiera de los cuatro canales de aire de Montevideo. Dentro de estos periodistas se tomará en cuenta a las presentadoras/es y noteras/os de diferentes programas.*

UNIDAD DE ANÁLISIS; Mujeres y hombres que participan en el medio televisivo y que incluyan, o no, una perspectiva de género al desarrollar su profesión.

MUESTRA

Con relación a la muestra podemos dar cuenta de que en una investigación cualitativa las unidades de la muestra se seleccionan con criterios diferentes a los usados en las muestras aleatorias. Al contrario de lo que se recomienda para las muestras probabilísticas, se elige intencionadamente un subconjunto de la población en el que están presentes las características que se pretende estudiar. Nuestra población está definida por aquellas/os periodistas que participan en la actualidad en el ámbito televisivo, y dentro de esta población tomaremos en cuenta a las y los presentadores y noteros de diferentes programas que sean emitidos en los cuatro canales de aire de Montevideo.

En nuestras sociedades ningún individuo se estructura en relación directa con toda la sociedad. Esta es una totalidad sumamente compleja y sumamente segmentada. Y es con relación a alguna específica combinación de esos círculos sociales que el individuo se organiza y de ellos es solo un testimonio. Cada entrevistado/a sería representativo/a de ese particular nudo del entretejido social.

La orientación básica de la metodología cualitativa es que para comprender los fenómenos sociales, el investigador necesita descubrir la "definición de la situación" del actor, esto es, su percepción e interpretación de la realidad y la forma en que éstas se relacionan con su comportamiento. Además, la percepción de la realidad del actor gira sobre su interpretación actual de las interacciones sociales en que él y otros participan, lo cual, a su vez, se apoya en su uso de los símbolos en general y del lenguaje en particular.

Al principio de la investigación se deben conocer cuáles son los cruces más significativos que se producen entre los determinantes de la conducta individual típicos (país, región, cultura, épocas vividas, especialización funcional, etc.) lo que permitirá elaborar una primera predicción de cuáles serán los entrevistados necesarios y sus características. En un segundo momento, esa primera selección será modificada seguramente, a raíz de la información que se esté adquiriendo. La muestra definitiva será una parte de los resultados de la investigación.

Entonces, se elegirá intencionadamente un subconjunto de la población en el que están presentes las características que se pretende estudiar. El total de número de casos que elegiré, y creo que es pertinente para poder obtener conclusiones de dicho tema, es de 20. El número óptimo de entrevistados/as será aquel en el que se logre la saturación de la muestra. Es decir, cuando al agregar nuevos entrevistados sólo se agrega información de carácter secundario con relación al objeto de estudio.

Por otra parte, es necesario tener en cuenta que los datos suministrados por informantes variarán en función de su rol y status particular. Los sentidos propios de los actores, que el investigador busca reconocer-identificar - construir, también recorren la delimitación de subgrupos no evidentes en una primera delimitación de la institución.

Por lo tanto, la característica fundamental que debe cumplir la población que será elegida es que cumplan el requerimiento de ser periodistas, varones y mujeres, que trabajen en la actualidad en los canales de televisión de Montevideo, tanto los privados como el estatal. Dentro de estas/os periodistas optaré por escoger a aquellas/os que cumplan la función de presentadoras/es, noteras/os y, también, presentadoras/es- productoras/es de diferentes programas en diferentes rubros. Creo pertinente elegir a este sector dentro de las/os periodistas debido a que son la cara visible de varones y mujeres en este ámbito y por lo tanto es de suma importancia lo que puedan llegar a transmitir a la audiencia en general.

OBJETIVOS

Objetivo General

- Este proyecto tiene como objetivo general comprender el tipo de participación que las periodistas pueden desarrollar en los medios comunicación, en este caso específico dentro del ámbito televisivo. A su vez, intentare visualizar si ha partir de la mayor participación de las mismas se han modificado, o no, las relaciones de género que se plantean dentro del medio pudiendo generar nuevos modelos femeninos.

Objetivos específicos

- Cual es la percepción que poseen las y los periodistas con respecto a la mayor participación de las mujeres en este medio.
- Rastrear, según la percepción de las y los periodistas, cuales han sido los cambios, o permanencias, en cuanto a las relaciones laborales dentro del medio a partir de la masiva incorporación femenina en este mercado.
- Constatar si las y los periodistas utilizan estrategias comunicacionales a la hora de ejercer su profesión, o no, y si las mismas se dirigen a la modificación de los estereotipos tradicionales de género.

Estrategia de análisis de los datos.

La perspectiva cualitativa parece ser la más idónea, ya que la misma nos permite rescatar los procesos por los cuales los distintos sujetos dan ciertas significaciones y sentido a sus conductas y valoraciones. Su objetivo es la captación y reconstrucción de significados, su lenguaje es básicamente conceptual y metafórico, su método de captar información es flexible y no estructurado, su procedimiento es más inductivo que deductivo y su orientación es holística y concretizadora.

La metodología cualitativa: *"...constituye un intercambio dinámico entre la teoría, los conceptos y los datos con retroinformación y modificaciones constantes de la teoría y de los conceptos.."*

⁹ Esta metodología cualitativa capta la vida social como una creatividad compartida entre sujetos, es decir, una realidad intersubjetiva. Se interesa en comprender las situaciones desde la propia óptica de los sujetos involucrados, y este es un elemento clave para nuestra investigación. Debido a los supuestos de la realidad social que subyacen a nuestra investigación, dicha metodología se presenta como la única capaz de proporcionar el contexto dentro del cual "dar sentido" y comprender las situaciones desde la propia perspectiva de los individuos, y por tanto, es capaz de dar significado a las interacciones y a los procesos sociales que están en estudio. El enfoque cualitativo enfatiza en la obtención de datos "reales", "ricos" y "profundos", en otras palabras, datos que provienen de la propia perspectiva de los actores en contextos específicos. Con las técnicas cualitativas se puede acceder a los significados sociales, intenciones, actitudes, creencias, sensaciones, etc, se actúa sobre contextos reales con participación directa del investigador.

Es por todo esto que creo, que dicha metodología, es la más apropiada para dar luz al contexto y al proceso bajo el cual los y las periodistas dan cierta interpretación al discurso que poseen acerca de su participación en los medios de comunicación masivos.

Frente a los objetivos planteados creo que la entrevista en profundidad a diversas/os periodistas aportará los elementos precisos para captar las diferentes conceptualizaciones que los y las periodistas elaboran sobre la participación de estas últimas en los medios de comunicación masivos y de la realización, o no, de diversas estrategias comunicacionales, y sobre los procesos sociales que entran en juego en estas interpretaciones. Mediante esta técnica creo preliminarmente que podré recabar los elementos adecuados para poder analizar estas interpretaciones subjetivas y sus correspondientes canalizaciones. La base de toda la estrategia metodológica se resumirá en el intento de comprender "un mundo de sentido", es decir, comprender el cómo y el porqué de determinada interpretación subjetiva acerca del rol que cumple la mujer en determinado contexto social, que conducirá a cierta canalización institucional.

La información que brindaran los y las entrevistadas tendrá una orientación e interpretación propia del sujeto, y será significativa por que parte de la experiencia del mismo, permite dar cuenta de los contextos sociales en que se inserta. Creo que la entrevista da la posibilidad de captar la interpretación subjetiva de la concepción de la mujer acerca de los estereotipos tradicionalmente impuestos a los cuales debe enfrentarse a la hora de ejercer su profesión en los medios de comunicación masivos, en este caso específico la televisión.

⁹ Cook y Reichardt, *Métodos cualitativos y cuantitativos en la investigación evaluativa*, Madrid, Morata, 1988

Por lo tanto, el primer paso metodológico a seguir consistiría en la realización de entrevistas en profundidad a los propios sujetos en cuestión. La entrevista a la población de análisis concreta aportará los elementos para explicar y comprender las distintas conceptualizaciones que poseen las protagonistas del problema acerca de su papel en los medios de comunicación.

Como segundo paso consideraré el análisis y el relacionamiento de la información recaudada, a partir de su categorización en tres dimensiones. Las mismas son; 1) Participación de la mujer en la TV, según los y las periodistas, esto tomando en cuenta el aumento en la participación en este mercado por parte de las mujeres, intentando analizar si esto a incidido en la transformación de las relaciones de género dentro del mismo; 2) Las relaciones laborales dentro de este ámbito; analizando las relaciones de poder que se presentan, o no, así como también en busca de posibles cambios o permanencias y por último, 3) La percepción de nuevos roles de la mujer en la TV.

Ésta clasificación de información se realizará en retroalimentación con el marco teórico, estos dos niveles de análisis se apoyaran mutuamente.

Tabla de Entrevistas

Puesto de Trabajo	Mujer	Hombre
1. Conductor/ Periodista		X
2. Presentador/ Productor		X
3. Conductor/Periodista		X
4. Conductor/ Coordinación		X
5. Presentador/Periodista		X
6. Periodista	X	
7. Periodista/Productor		X
8. Co-Conductora/Periodista	X	
9. Periodista/Notera	X	
10. Presentadora	X	
11. Periodista/Productora	X	
12. Productora/Conductora/ Comunicadora Social	X	
13. Gerente Contenidos Noticiero/Conductora/Periodista	X	
14. Presentador		X
15. Periodista callejero		X
16. Periodista Callejero		X
17. Periodista/Conductor		X
18. Periodista/Notera	X	
19. Periodista/Notera	X	
20. Periodista/Co-Conductora	X	

- **Aguirre, Rosario;** *Sociología y género. Las relaciones entre hombres y mujeres bajo sospecha*, Montevideo, Doble Clic, 1998, pp. 19
- **ALAI, Mujeres,** “*La comunicación global y el acceso a las nuevas tecnologías, como un derecho democrático para las mujeres.*” Documento para la “IV Conferencia Mundial de la Mujer” (Beijing 1995)
- **Alfaro, R; Pinilla García, H** *Mujeres en los medios: ¿presencia o protagonismo?* Asociación de Comunicadores Sociales Calandria. Perú, 1997
- **Amado, Ana Maria; Hiriart, Berta; Valle, Norma** *Espacio para la igualdad. El abc de un periodismo no sexista.* Santiago, Fempress, 1996
- **Arostegui, J** *La investigación histórica: Teoría y Método*, Barcelona, Crimca, 1995
- **Balletbó, Anna** “La mujer en los medios de comunicación social” *Revista Leviatán*, 1984, Madrid
- **Beltrán, M** “Las cinco vías de acceso a la realidad social” Primera parte, alianza, 1986, Madrid
- **Blalock, Hubert M.** “*Estadística Social*”, Barcelona, Fondo de Cultura Económica, 1986
- **Bonder, Gloria,** “*Iniciativas y enlaces mundiales de las comunicadoras.*”, resumen de ponencia para el Panel del Foro AWID, convocado por ALAI, 1996
- **Bueno Abad, J.R** “*Estudio longitudinal de la presencia de la mujer en los medios de comunicación de prensa escrita.*” Cuadernos de Psicología Comunitaria, Universidad de Valencia, España, 1996
- **Burch, Sally,** “*Un espacio de disputa de poder*”, resumen de ponencia para el Panel del Foro AWID, convocado por ALAI, 1996
- **Caballero, Zulma** “*Género y Estereotipo*”. *Revista Zona Franca*. Año IV, N°5, set/96
- **Censo 2000, Universidad de la Republica Oriental del Uruguay,** servicio Web de la UDELAR.
- **Censo de Periodistas.** Asociación de la Prensa Uruguaya. Facultad de Ciencias Sociales. 1997
- **CEPAL,** “*Mujeres en el proceso de toma de decisiones en América Latina*”, FLACSO, 1995, Cuaderno de Ciencias Sociales N° 70
- **CIMAC, Tejedoras de la palabra,** México DF, CIMAC, 2000
- **Cook y Reichardt,** *Métodos cualitativos y cuantitativos en la investigación evaluativa*, Madrid, Morata, 1988
- **Cruz Muñoz, Alejandra,** “*Mujer y Medios de Comunicación en Centroamérica*” Anuario de estudios centroamericanos. Universidad de Costa Rica, 1997
- **De los Ríos, Rebecca** “*Género, Salud y Desarrollo: Un enfoque en construcción*”. En “*Género, Mujer y Salud en las Américas*”, Organización Panamericana de la Salud, Publicación Científica N°541, Washington, 1993.
- **De Paiva Abreu, Alice** “*América Latina: Globalización, género y trabajo*” ISIS INTERNACIONAL. Edición de las Mujeres N° 22. 1995
- **De Sierra, Gerónimo,** “*La triade amistad, amor y erotismo. Lugar privilegiado de la creciente transformación democrático/igualitaria entre los sexos.*” En *Revista de Ciencias Sociales* N° 11, Facultad de Ciencias Sociales/Fundación de Cultura Universitaria, Montevideo, mayo 1996.

- **Declaración a la UNGASS del Caucus de ONGs sobre Mujeres y Medios de Comunicación.** “Mujeres y Medios de Comunicación”,
- **Domínguez Orozco, María Eugenia** “El valor de la palabra. La mujer dicha” en: “El telar de Ulises” N° 1, 2001, publicación Internet, Sevilla
- **Duby, G; Perrot, M,** *Historia de las Mujeres, El Siglo XX. Guerras, entreguerras y posguerra.* Tomo 9. Ed. Taurus, Madrid, 1993
- **Elementos indispensables para la igualdad de género.** En: *Revista del Sur* N°49. Publicación de la Red del Tercer Mundo. Montevideo, 1995
- **Femenías, María Luisa** “Sobre sujeto y género. (Lecturas feministas desde Beauvoir a Butler)” Ed. Catalogos, Argentina, 1999.
- **Gan Rendón, Teresa.** “Trabajo de Hombres y Trabajo de Mujeres. En el México del siglo XX” PUEG, México. 2003
- **Giberti, Eva** Espejo roto. Mujeres en televisión. *Revista Feminaria.* N°20 Buenos Aires, Ed. Tejpalabras, 1997
- **Giddens, Anthony** *Modernidad e identidad del yo,* Cap, 7 “Aparición de la política de la vida”. Barcelona, Península, 1991.
- **Gobbi, Carina;** “Una estrategia para el Cono Sur. Estudio sobre la incorporación de la perspectiva de género a las políticas comunicacionales de la región.”, Montevideo, CIID, 1997
- **Graña, François** *El género como objeto de las Ciencias Sociales,* Papeles de trabajo. Departamento de Sociología y Economía de la Educación. Mayo 2004, UDELAR, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación.

- **Guzmán, Virginia y Todaro, Rosalba:** “La discriminación laboral ingresa a la agenda pública” En: Todaro, R. y Rodríguez, R. (editoras), *El trabajo de las mujeres en el tiempo global.* Ediciones de Mujeres N° 22, Isis Internacional-Centro de Estudios de la Mujer. Santiago. 1995

- **Instituto Nacional de Estadística y UNICEF,** “Mujeres uruguayas en cifras. Un aporte para la Conferencia Mundial de la Mujer de Beijing 1995”, agosto 1995.
- **Isis Internacional- Manila,** Documentos Internet
- **Jiménez Martínez, Verónica** “La condición de la mujer en la sociedad” “La Tarea”, *Revista de educación y Cultura,* N° 47, Publicación Internet.
- **Kaufman, Michael,** “Las experiencias contradictorias del poder entre los hombres.”, en Teresa Valdés y José Olavaria (eds.): *Masculinidad/es. Poder y crisis.* Chile, Ediciones de las Mujeres N°24, ISIS /FLACSO, 1997
- **Kerlinger, Fred N.** *Investigación del comportamiento,* México, McGraw –Hill, 1992
- **Lagarde y de los Ríos, Marcela** “Los cautiverios de las mujeres: madresposas, monjas, putas, presas y locas.”UNAM, PUEG, México. 2005
- **Lamas, Marta** “La perspectiva de género”, “La Tarea” *Revista de Educación y Cultura,* N° 47, Publicación Internet.
- **Lamas, Marta,** “Usos y dificultades de la categoría analítica de género.” En *La Ventana,* Guadalajara 1995
- **Lazaesfeld, Paul; Merton, Robert** “Comunicación de masas, gustos populares y acción social organizada”, en **de Moragas, Miquel,** *Sociología de la comunicación de masas* vol.II, Barcelona, GG Mass Media, 1985, pp.22-49
- **Llorach Boladeras, Nuria** “Superar la discriminación en la vida cotidiana” en Gloria Bonder (comp..) *Mujer y comunicación. Una alianza posible.* Buenos Aires, WACC y CEM, 1995

- **Loscertates, F** "El rol de la mujer en la sociedad actual. Perspectivas y problemas." En: *INFAD*, Universidad de León, España, 1993
- **Lucas Marín, A; García Galera, C; Ruiz San Román, J** *Sociología de la Comunicación*, Madrid, Trotta, 1999
- **Matta, M^a Pía** Las Mujeres y los Medios, En: *Encuentro Interregional para el desarrollo de estrategias comunicacionales para las mujeres a través de las nuevas tecnologías y las radios comunitarias*. Santiago de Chile, 2004
- **McQuail, Denis** *Introducción a la teoría de la comunicación*, México, Paidós, 1995
- **Ministerio de Asuntos Sociales de España y Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales**, (Investig: Rosario Aguirre) "Mujeres latinoamericanas en cifras. Uruguay.", agosto 1993
- **Muñoz, Blanca** *Cultura y Comunicación. Introducción a las teorías contemporáneas*, Barcelona, Barcanova, 1989
- **Murillo, Soledad** "El mito de la vida privada. De la entrega al tiempo propio", Ed. Siglo Veintiuno, España. 1996
- **Navarro, M; Stimpson, C;** compiladoras *¿Qué son los estudios de mujeres?*, Fondo de cultura económica, Buenos Aires, 1998
- **Nueva Sociedad**, N^o 78, *Las Mujeres: La mayoría marginada*. Ed. Repalit. Caracas, 1985.
- **Palomar, Cristina** "Democracia y equidad de género", "La Tarea" *Revista de Educación y Cultura*, N^o 47, 1999
- **PROCESO**, Publicación Internet, N^o874, Octubre 1999
- **Ramonet, Ignacio** "Reflexiones sobre la Información." En *Revista América Latina en Movimiento*, ALAI, 2002.
- **Ramonet, Ignacio** *La tiranía de la comunicación*, Madrid, Debate, 1998
- **Revista Casa de la Mujer N^o9**. Instituto de Estudios de la Mujer. Costa Rica, 1997
- **Revista Cotidiano Mujer N^o23** Edición especial para el Encuentro Feminista de América Latina y el Caribe. Montevideo, 1997
- **Revista Emakunde** *Las mujeres y el lenguaje*. N^o52 Instituto Vasco de la Mujer, 2003
- **Rodríguez Calderón, Mirta**, "La noticia no tiene sexo pero su tratamiento si tiene género.", La Habana, 1993, Artículo Internet.
- **Salsamedi, G; Zibecchi, R; Bouzas, R; Milza, J** Mujer. Comunicación y Desarrollo. En: *Revista Cotidiano Mujer N^o18*. Montevideo, 1994
- **Saltzman, J** *Equidad y Género. Una teoría integrada de la estabilidad y el cambio*, Madrid, Cátedra, Universidad de Valencia. Instituto de la mujer. 1992
- **Santos, Boaventura de Souza** *Pela mão de Alice*. São Paulo, Ed. Cortez, 1995
- **Scott, Joan** "El género: una categoría útil para el análisis histórico" Traducción en James Amelang y Mary Nash, *Historia y Género: las mujeres en la Europa moderna y contemporánea*, Alfons el Magnanim, 1990 en Marta Lamas, "Usos y dificultades de la categoría analítica de género." En *La Ventana*, Guadalajara, 1995
- **Torres, Carmen**, editora *Género y comunicación. El lado oscuro de los medios*. Santiago, Isis Internacional, Edición de las mujeres N^o30, 2000
- **Uruguay: Indicadores de género. 2001-2004** Instituto Nacional de las Mujeres. INE. Naciones Unidas. Ed. Trilce, 2006.
- **WACC** (Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana) y **CEM** (Centro de Estudios de la Mujer), "Mujer y comunicación. Una alianza posible", (Comp.) Gloria Bonder, Buenos Aires, Letra & Color, 1995
- **Wolf, Mauro** *Los efectos sociales de los media*, Barcelona, Piados, 1994

- **WomenAction**, informes regionales, www.womenaction.org/
- **Zambrano, Jeanine** *“Comunicar sin discriminar, el enfoque de género en la comunicación.”* Guayaquil, agosto 2002, Documento Internet.