



**Las condiciones del ejercicio profesional de mujeres y hombres  
en los medios de comunicación**

**SINTESIS DE PRINCIPALES RESULTADOS**

Marzo 2012

*El informe fue realizado por Cifra para la Asociación de Prensa Uruguaya, con el apoyo de ONU Mujeres. Los datos analizados provienen de una serie de 29 entrevistas en profundidad a comunicadores y personal jerárquico de medios de comunicación en Montevideo y en algunas localidades del interior y una encuesta telefónica a 400 personas que trabajan en el área de comunicación en medios de la capital y el interior, a quienes se contactó a partir de un listado elaborado por APU. El relevamiento se realizó entre octubre y diciembre de 2011.*

## Principales resultados del estudio

### *Comunicadores y comunicadoras*

1. Los resultados de la encuesta muestran que las mujeres son ya más de la tercera parte de los trabajadores de la comunicación (35%). Comparados con un estudio previo de 1997, se observa que durante los últimos quince años el aumento de la participación femenina en los medios de comunicación ha sido muy grande, probablemente del orden del 40% o algo superior. En parte como consecuencia, las mujeres comunicadoras son hoy más jóvenes que sus colegas hombres.
2. También tienen mucho más educación formal específica que los hombres, y esa diferencia se mantiene incluso considerando sólo a los más jóvenes (los que tienen hasta 30 años de edad). El 62% de las mujeres jóvenes completaron una carrera universitaria de comunicación; entre los hombres jóvenes, sólo el 19%. En suma: las mujeres son más jóvenes y tienen mucho más capacitación formal que los hombres.
3. Las mujeres tienden a tener sólo un empleo; los hombres, en promedio, tienen más empleos. Las mujeres también tienen menos años de trabajo en el sector, trabajan menos horas que los hombres, y ganan menos que ellos. Que ganen menos *no* es una prueba directa de discriminación de género: si tienen menos edad, menos experiencia y menos años de trabajo en el sector, y además trabajan menos horas, no es sorprendente que, con las reglas vigentes, ganen menos. Es posible que las reglas por sí solas no expliquen *toda* la diferencia entre las remuneraciones femeninas y masculinas, y por lo tanto es posible que haya otros factores en juego. Pero son más sutiles que la simple discriminación de género pura y dura.

### Ingresos mensuales totales por su trabajo en los medios

Encuesta a trabajadores del área comunicación, nov-dic2011

	Montevideo			Interior		
	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres	Total
Hasta \$15.000	28	13	19	52	45	47
\$15.000 a \$29.999	52	44	48	34	38	37
\$30.000 a \$49.999	15	35	26	10	13	12
\$50.000 y más	1	5	3	2	2	2

Ns/Nc	4	3	4	2	2	2
	100	100	100	100	100	100

4. La comparación de esta encuesta con los resultados del estudio de 1997 *sugiere* que (en términos relativos) cayó algo el trabajo en la prensa escrita, subió en televisión, y en radio habría aumentado algo, pero en menor medida. La radio es hoy el medio con mayor promedio de edad de sus trabajadores, el más “masculinizado”, y con mucha más presencia en el interior (es un medio muy local y muy presente en todo el país).

### Lugar de trabajo principal

Encuesta a trabajadores del área comunicación, nov-dic2011

	<u>Prensa escrita</u>	<u>Televisión</u>	<u>Radio</u>	<u>Otro</u>	<u>TOTAL</u>
<b>TODOS</b>	<b>36</b>	<b>31</b>	<b>26</b>	<b>8</b>	<b>100</b>
<b>Género</b>					
Mujeres	44	31	18	7	100
Hombres	32	31	30	8	100
<b>Lugar de residencia</b>					
Montevideo	45	33	12	10	100
Interior	25	28	42	5	100
<b>Edad</b>					
Hasta 30	43	33	10	15	100
31 a 45	35	32	27	6	100
46 o más	31	28	37	5	100

5. La satisfacción promedio de mujeres y hombres con sus trabajos, medida a través de cuatro dimensiones (con su trabajo en términos generales; con sus ingresos, en relación a la etapa actual de sus carreras; con sus ingresos, en relación a otros profesionales, y con sus posibilidades de desarrollo profesional en el medio en el que trabajan), es muy similar en todas ellas. Sin embargo, la satisfacción de las mujeres es ligera pero sistemáticamente más baja que la de los hombres. Tanto hombres como mujeres están bastante satisfechos con sus trabajos en términos generales, pero en las otras tres dimensiones no están ni satisfechos ni insatisfechos: “ni/ni”.

6. Tanto la encuesta como las entrevistas indican que esta presencia creciente de las mujeres en los medios (y su mayor capacitación profesional) no avanza del mismo modo en distintos lugares de la pirámide jerárquica. En los cargos de decisión los entrevistados no advierten grandes cambios. Con algunas excepciones, la presencia de mujeres en puestos directivos sigue siendo reducida. También en la comunicación (en general, con variaciones y diferencias ocasionalmente importantes), entonces, habría un “techo de cristal”.

#### Las especificidades de los medios de comunicación

7. Casi seis de cada diez encuestados *no* perciben discriminación de género en sus lugares de trabajo. Considerando *cinco* dimensiones distintas de discriminación (en su lugar de trabajo: ¿las mujeres tienen las mismas oportunidades que los hombres?; ¿alguna vez no le aumentaron el sueldo a una compañera o no la ascendieron sólo porque era mujer?; ¿sabe si han ocurrido situaciones de acoso sexual de parte de entrevistados a periodistas mujeres?; ¿o entre compañeros, o de superiores a empleadas?; ¿hay un clima adecuado en los niveles directivos para plantear situaciones de acoso o discriminación?), el 59% no observó acciones discriminatorias. El 26% observó “alguna” discriminación (sólo en una de las cinco), y el 15% restante observó “bastante” discriminación (dos o más acciones discriminatorias). El 41%, en suma, percibe al menos alguna discriminación de género. Las mujeres, en particular, perciben bastante más discriminación que los hombres. Entre ellas una mayoría absoluta (51%) ve al menos alguna discriminación; entre los hombres, sólo el 35%. Las entrevistas conducen a conclusiones similares pero más críticas.

#### Percepción de discriminación

	No percibe	Percibe algo	Percibe bastante	TOTAL	BALANCE*
<b>TODOS</b>	<b>59</b>	<b>26</b>	<b>15</b>	<b>100</b>	<b>18</b>
<b>Género</b>					
Mujeres	49	29	23	100	-3
Hombres	65	25	10	100	30
<b>Edad</b>					
Hasta 30	58	34	8	100	16
31 a 45	55	27	18	100	10
46 o más	66	18	16	100	32

\*Diferencia entre el % que no percibe discriminación y el que sí

8. El acoso sexual es tal vez el más notorio de los acosos vinculados al género. Según los consultados el acoso sexual existe, pero sería menos frecuente que otros tipos de abuso (aunque se asume que cuando existe no siempre se hace público). La encuesta indica que es más frecuente “puertas afuera” (en los contactos de las periodistas mujeres con sus entrevistados; se mencionan casos específicos con políticos) que “puertas adentro” (en los propios medios). Los problemas “puertas afuera” no son específicos de los medios, sino más bien “azares profesionales” de las mujeres periodistas. Aquí, además, se encontrarían algunas fronteras inciertas y subjetivas. Lo que para algunos califica como “acoso sexual” para otros es más bien grosería extrema.

### Conocimiento de situaciones de acoso sexual por parte de entrevistados

Encuesta a trabajadores del área comunicación, nov-dic2011

*¿Conoce si en el medio en el que trabaja han ocurrido situaciones de **acoso sexual de parte de entrevistados a periodistas** o noteras que estaban haciendo un reportaje?*

	Sí	No	Ns/Nc	TOTAL
<b>TODOS</b>	<b>18</b>	<b>73</b>	<b>9</b>	<b>100</b>
<b>Género</b>				
Mujeres	30	63	7	100
Hombres	12	79	9	100
<b>Lugar de residencia</b>				
Montevideo	25	68	8	100
Interior	11	80	9	100
<b>Edad</b>				
Hasta 30	22	70	8	100
31 a 45	19	72	9	100
46 o más	13	78	9	100
<b>Lugar de trabajo</b>				
Prensa escrita	26	67	7	100
Televisión	21	73	6	100
Radio	9	80	11	100

*"Es muy difícil denunciar, es muy difícil que el acosador lo acepte, es muy difícil demostrar, y muy difícil que los que están alrededor se den cuenta del nivel de agresión que te están haciendo. Y además, la primera persona cuestionada en un caso de acoso es la acosada. Es toda una situación que tiene que ver con la cultura nuestra y que, gracias a Dios, está cambiando mucho."*

*De lo general a lo particular: lo que no es específico de los medios de comunicación*

9. Según los entrevistados, la mayoría de las discriminaciones de género en los medios de comunicación (los abusos que padecen las mujeres por ser mujeres) son similares a los que ocurren fuera de los medios. El tema mencionado tal vez más frecuentemente es un clásico en todas las situaciones de discriminación: a las mujeres se les exige más que a los hombres desde el principio. En parte por esto, a otras condiciones aproximadamente iguales se elige al postulante hombre (o asciende el hombre, etc.). Para explicar estas situaciones usualmente se mencionan ciertos argumentos también comunes a los medios de comunicación y a otras actividades: el sueldo de las mujeres no es la principal entrada de sus hogares, las mujeres son más complicadas, tienen menos tiempo disponible, tienen hijos. En una entrevista se señala:

*"Creo que pesan más las resistencias del medio por razones culturales que lo que la propia mujer quiere. Por supuesto que hay mujeres que se dicen a sí mismas 'estas no son cosas para mí', pero son cada vez menos. El asunto es que la mujer tiene que vencer muchos más obstáculos para llegar que un hombre. Para empezar, a la mujer se le exige mucho más que a un hombre, incluso a la que entra a una redacción... ya se la mira con una lupa. Entonces, ya tiene que mostrar desde el vamos más. Esto pasa en cualquier ámbito, le pasa a una periodista, le pasa a una mujer que quiere participar en política."*

10. Con diferencias a veces considerables de grado, la misma discriminación de género ocurre en casi todas las actividades. Al menos en el mundo culturalmente occidental, para explicar las diferencias en el trato a hombres y mujeres (no necesariamente llamadas "discriminación") se recurre también a los mismos argumentos. Pero lo que se percibe como discriminación *está cambiando*: lentamente en términos individuales, ágilmente en términos generacionales, muy velozmente en términos históricos; los contemporáneos somos al menos testigos (o actores) de estos cambios.
11. En los medios de comunicación uruguayos de hoy, en otras actividades y en otros lugares, tanto los hombres como las mujeres ven discriminación de género; la diferencia es de grado. La regla general es que las mujeres ven más discriminación que los hombres. Realidades que cambian como se indica en estos dos últimos párrafos sólo pueden ser pautas *culturales*. Esto significa que la discriminación de género es en buena medida (o esencialmente) una consecuencia directa de valores y creencias generalmente aceptados *tanto por los hombres como por las mujeres*.

12. Las diferencias observadas entre los juicios y actitudes de hombres y mujeres se entienden fácilmente: todos están inmersos en la misma cultura todavía en muchos aspectos patriarcal (aunque en proceso de cambio), pero ocurre que esa cultura, obviamente, *ayuda* a los hombres en contextos de competencia cada vez más vigorosa. Y a la inversa: esa cultura *perjudica* a las mujeres que quieren “levantar cabeza” en territorios nuevos para ellas. La diferencia en las circunstancias de hombres y mujeres es la que hace que las mujeres sean la punta de lanza del cambio, como aquí se aprecia claramente, y que los hombres sean los más reacios al cambio. Pero el adversario del cambio, en última instancia, no es “el Club de Toby”, la confraternidad masculina; el verdadero adversario es la cultura en la que los dos están inmersos.

#### *Los medios de comunicación uruguayos*

13. La información del estudio muestra de qué modo la percepción de lo que es discriminación de género no es algo claramente definido; la frontera es difusa, llena de matices, y además cambia lenta (en términos individuales) pero permanentemente.
14. El estudio también muestra claramente lo que colectivamente puede ser visto como “estrategias de defensa” colectivas de las mujeres para afirmarse en estos terrenos nuevos. Por ejemplo, las mujeres están dispuestas a hacer, y hacen, esfuerzos mucho mayores que los hombres en cuanto a su formación específica, precisamente para compensar las discriminaciones de género existentes. Están dispuestas a cambiar sus vidas personales: hay más mujeres sin hijos que hombres sin hijos en todos los grandes grupos de edad considerados aquí, muy especialmente entre los 31 y los 45 años de edad; entre los que sí tienen hijos, las mujeres siempre tienen menos hijos que los hombres. Las familias de las mujeres de la comunicación, en consecuencia, son más pequeñas que las de los hombres. Y además, pese a una ventana biológica para tener hijos bastante más reducida que la de los hombres, construyen sus familias *más tardíamente* que los hombres. Pagan personalmente la igualdad de oportunidades que las reglas y la sociedad no les brinda.

#### **Tenencia de hijos de los encuestados según género y edad**

Encuesta a trabajadores del área comunicación, nov-dic2011

	Mujeres			TODAS
	Hasta 30	31 a 45	46 o más	
No tiene	92	47	9	56
Uno o dos	8	40	74	35

Tres o más	0	13	17	<b>9</b>
	100	100	100	<b>100</b>

	<b>Hombres</b>			<b>TODOS</b>
	Hasta 30	31 a 45	46 o más	
No tiene	87	27	7	<b>33</b>
Uno o dos	13	62	49	<b>47</b>
Tres o más	0	11	44	<b>20</b>
	100	100	100	<b>100</b>

15. Sin embargo, a pesar de que no se dispone de muchos estudios de caso directamente comparables, es posible que, en la sociedad uruguaya, los medios de comunicación no sean un lugar particularmente malo para las mujeres en materia de desigualdad de género. Tal vez, más bien, al contrario.
16. Pero las peculiaridades de los medios de comunicación hacen que, para los partidarios de la igualdad de oportunidades de género, lo anterior significa que sobre los medios (y sobre las mujeres en los medios, puesto que ellas son su punta de lanza) recae una responsabilidad comparable tal vez sólo a la existente en la educación formal: la de contribuir activamente a cambiar esa cultura patriarcal. Los entrevistados coinciden en que esa cultura patriarcal sigue predominando en los medios:

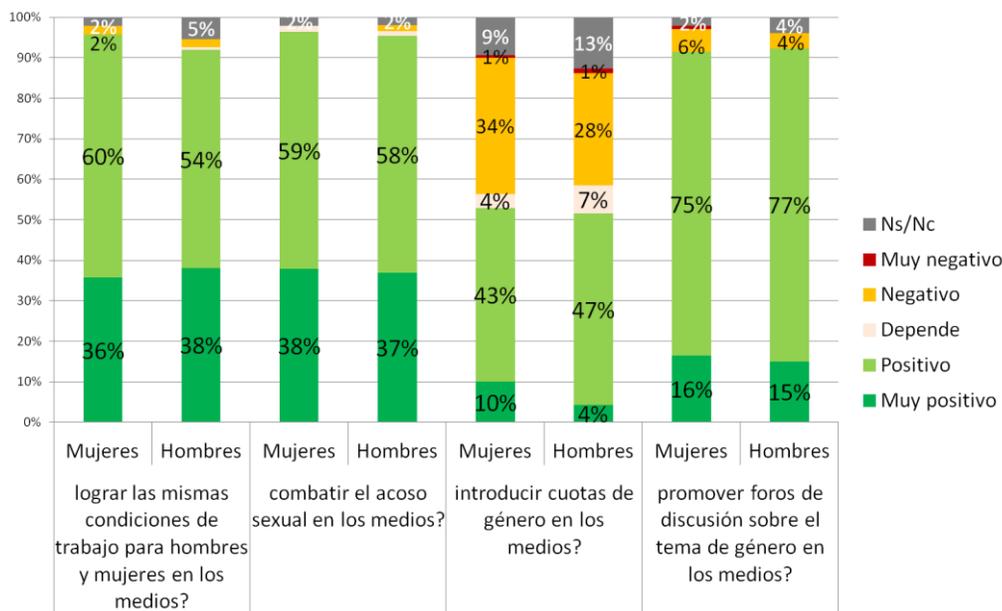
*"La imagen de la mujer que hay en los canales es machista, el que conduce el informativo es un hombre sí o sí, no hay vuelta de hoja... No creo que eso refleje el rol que tiene la mujer hoy en la sociedad".*

Pero el camino para modificarla no es fácil, porque los medios de comunicación dependen de su audiencia:

*"Si ponés un tipo leyendo a Borges, pierde en el horario central, nadie ve televisión. Ahí es el dilema, porque estoy acostumbrado a ver eso, ahí también hay una réplica de valores en la sociedad que avanza poco..."*

16. Entrevistados y encuestados comparten masivamente (más del 90%) que sería positivo que la APU ayudara a combatir el acoso sexual, a lograr las mismas condiciones de trabajo para hombres y mujeres, y a promover foros de discusión sobre el tema del género en los medios.

**¿Sería positivo o negativo que APU promueva políticas tendientes a...**



17. La idea de cuotas en los medios recibe un apoyo mucho más limitado en la encuesta, y en general no es apoyada por los entrevistados. Sería, tal vez, ir un paso “demasiado lejos”.

18. Los resultados de la encuesta sugieren que la APU es mejor valorada ahora que hace quince años, y que su imagen probablemente seguirá mejorando, porque los que la ven más favorablemente son los más jóvenes.

**Evaluación del desempeño de la APU en el último año**

Encuesta a trabajadores del área comunicación, nov-dic2011

	Muy bueno	Bueno	Malo	Muy malo	Ns/Nc	TOTAL	BALANCE**
<b>TODOS</b>	<b>10</b>	<b>49</b>	<b>12</b>	<b>4</b>	<b>26</b>	<b>100</b>	<b>42</b>
<b>Edad</b>							
Hasta 30	11	53	11	3	23	100	50
31 a 45	11	44	12	5	27	100	39
46 o más	5	52	13	4	27	100	41