

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

Marzo 2012

Este estudio fue realizado por CIFRA a solicitud de la Asociación de la Prensa Uruguaya (APU)
y contó con el apoyo de ONU Mujeres Uruguay.

CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN	2
1.1. OBJETIVOS.....	2
1.2. METODOLOGÍA.....	3
2. CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LOS COMUNICADORES	4
2.1. MUJERES Y HOMBRES EN LOS MEDIOS	4
2.2. FORMACIÓN ESPECÍFICA	7
3. LAS CARACTERÍSTICAS DEL TRABAJO EN LOS MEDIOS.....	9
3.1. EL TRABAJO	9
3.2. LAS REMUNERACIONES.....	10
3.3. LOS LUGARES DE TRABAJO.....	13
3.4. LA SATISFACCIÓN CON EL TRABAJO.....	13
4. LAS MUJERES EN LOS MEDIOS.....	14
4.1. LOS ROLES DE LAS MUJERES EN EL TRABAJO	14
4.2. LAS COMUNICADORAS Y EL CUIDADO DE SUS FAMILIAS.....	17
4.3. LOS MEDIOS Y LA VISIÓN DE GÉNERO QUE TRANSMITEN	20
5. DISCRIMINACIÓN Y ACOSO	21
5.1. LA PERCEPCIÓN DE DISCRIMINACIÓN EN EL TRABAJO.....	21
5.2. LA PERCEPCIÓN DE SITUACIONES DE ACOSO SEXUAL.....	24
5.3. EL ÍNDICE DE PERCEPCIÓN DE DISCRIMINACIÓN.....	29
6. LA APU Y LA AGENDA DE GÉNERO.....	31
6.1. LA EVALUACIÓN DE LA APU	31
6.2. POSIBLES ACCIONES DE UNA AGENDA DE GÉNERO	33
7. PRINCIPALES CONCLUSIONES.....	34
ANEXOS	38
GUÍA DE LAS ENTREVISTAS	39
CUESTIONARIO DE LA ENCUESTA	41
ANEXO DE CUADROS DE LA ENCUESTA	49

1. Introducción

1.1. Objetivos

El objetivo principal del estudio era recopilar información original sobre las condiciones del ejercicio profesional de las mujeres que trabajan en comunicación en el Uruguay (en prensa escrita, medios digitales, radio y televisión), y producir en base a ello un informe de situación. Esto implica, en la práctica, estudiar conjuntamente a las y los comunicadores, para poder comparar las situaciones de ambos.

El trabajo se proponía relevar información sobre ingresos, condiciones laborales, relaciones jerárquicas, características generales de las carreras profesionales (incluyendo multiempleo, oportunidades de ascenso, flexibilidad horaria), discriminación, e instancias de acoso moral y sexual. Se explorarían las condiciones laborales tanto de las mujeres como de los hombres que trabajan en la producción de contenidos para medios de comunicación. Luego se preguntaría también sobre actitudes hacia el trabajo, la carrera, y sobre la percepción de un ambiente igualitario o no igualitario en el trabajo.

Estos objetivos generales implicaban relevar distintos tipos de datos:

- (i) información actualizada sobre la situación socio-económica de las/los comunicadores (en la medida de lo posible, información comparable con la obtenida en estudios anteriores);
- (ii) datos sobre ocupación, características del empleo, dedicación horaria, niveles de ingreso, etc.;
- (iii) formación y especialización de los comunicadores: qué cursos/carreras han hecho (de nivel universitario o no, y que pueden estar directa o indirectamente relacionados con el ejercicio de la profesión);
- (iv) satisfacción de las/los comunicadores con su trabajo, con las oportunidades de desarrollo profesional, con las remuneraciones;
- (v) explorar si se padecen/conocen situaciones de acoso moral o sexual, si en la organización existe un clima donde se pueden plantear estas situaciones, si alguien actúa para resolver estas situaciones, si esas soluciones son justas y efectivas;

- (vi) en forma abierta, recoger cuáles son las inquietudes más frecuentes entre los comunicadores/as en relación a su trabajo, en términos generales, y también, específicamente, en materia de género, y cuáles son sus demandas respecto a la APU y el rol que debería cumplir en el corto plazo;
- (vii) en base a todo lo anterior, producir un “estado de situación” de las mujeres comunicadoras en Uruguay hoy, aportando insumos para que la APU diseñara líneas de acción para enfrentar las situaciones y problemas planteados por las/los comunicadores.

1.2. Metodología

Se utilizaron dos herramientas de investigación para explorar la temática.

A. Una serie de entrevistas en profundidad

Este primer componente del estudio tenía un fin exploratorio, ayudar a identificar (y a comprender) los temas que luego fueron abordados en la encuesta. Con ese fin se completaron veintinueve entrevistas a comunicadores y personal jerárquico de medios de comunicación en Montevideo (veintitrés) y en algunas localidades del interior (seis). Las entrevistas se grabaron (audio) y se transcribieron para su análisis. Se citan extensamente en el informe, sin identificar a los entrevistados

B. Una encuesta a periodistas

Características técnicas:

Trabajó un equipo de encuestadores con amplia experiencia en este tipo de trabajo. Las encuestas se realizaron por teléfono, en presencia de un supervisor cada diez encuestadores, que controlaba en el momento el trabajo realizado.

Muestra:

La muestra se sorteó al azar a partir de un listado de comunicadores elaborado por APU a partir de consultas con distintos referentes. El listado incluía aproximadamente 1.000 trabajadores y trabajadoras de los medios de comunicación. Incluía trabajadores de distintos medios en Montevideo y en el interior del país. En total se realizaron 400 encuestas efectivas.

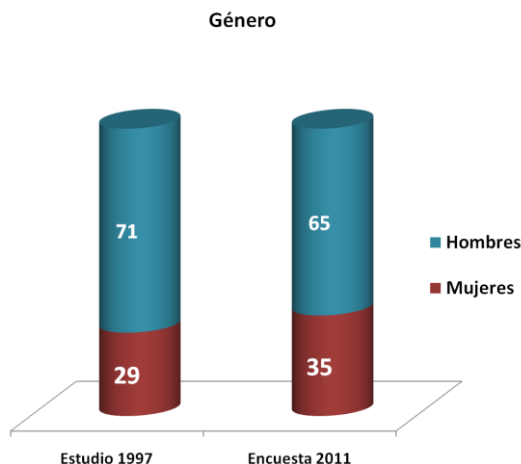
Al final del informe se incluyen tres Anexos: la guía empleada en las entrevistas, el texto del cuestionario empleado en la encuesta, y una serie completa de los cuadros resultantes de la encuesta que se emplearon para el análisis (no todos ellos presentados en el cuerpo central del informe). En el informe, “entrevistas” y “entrevistados” se refieren siempre a las

veintinueve entrevistas iniciales; “encuesta” y “encuestados”, a la encuesta telefónica a 400 trabajadores del sector.

2. Características generales de los comunicadores

2.1. Mujeres y hombres en los medios

Algo menos de las dos terceras partes de los que respondieron la encuesta fueron hombres (65% hombres, 35% mujeres). Si se compara con los únicos datos disponibles, de una encuesta autoadministrada realizada 15 años atrás, en 1997¹, se observa que la proporción de mujeres ha aumentado (de 29% entonces a 35% hoy).



Esta comparación subestima el aumento de la presencia femenina en los medios, porque la encuesta de 1997 abarcó casi exclusivamente a medios capitalinos (93% de los encuestados estaban localizados en la capital), mientras que el estudio realizado ahora abarca el conjunto del país (55% de los encuestados están localizados en Montevideo y el 45% en el interior). Pero: como se sabe, en la capital hoy (como también 15 años atrás) hay mayor participación de mujeres en el mercado laboral

¹ “1er Censo de periodistas de Montevideo – Informe Final”, Montevideo, Facultad de Ciencias Sociales de la UdelaR – Departamento de Trabajo Social, diciembre de 1997, citado en adelante como el estudio de 1997. En sentido estricto no se trata de un Censo, porque partió de una base de datos de 1.733 personas, y reunió información sobre 907 de ellas (52%). Es un valioso antecedente al que se hará referencia más abajo en algunos puntos centrales de este informe.

que en el interior. En los medios de comunicación, en particular, se observa lo mismo: en Montevideo trabaja el 65% de las comunicadoras encuestadas y sólo la mitad (50%) de los comunicadores hombres. Los lugares de trabajo en la capital ya son “casi” parejos en materia de género: en promedio, el 41% de los puestos de trabajo están ocupados por mujeres. En el interior, en cambio, las mujeres son aún una minoría, ya que ocupan apenas el 28% de los puestos en los medios.

Esto significa que, aunque no perfecto, un análisis más realista de la evolución de la participación femenina debe comparar el 29% de 1997 con el 41% observado hoy (solamente en Montevideo). Esta última comparación muestra que el aumento de la participación femenina entre los periodistas capitalinos es del orden del 40%². No es posible afirmarlo con certeza, pero el aumento a nivel nacional tal vez sea aún mayor (todo indica que quince años atrás la presencia femenina en el interior era muy baja).

Perfil de los encuestados

	Mujeres	Hombres	TODOS	Censo 1997
Edad				
Hasta 30	34	21	25	34
31 a 45	50	45	47	41
46 o más	16	34	28	25
	100	100	100	100
Lugar de residencia				
Montevideo	65	50	55	93
Interior, capital deptal	22	37	32	7
Interior, otra localidad	13	13	13	
	100	100	100	100

En cuanto al perfil de edades, los trabajadores de los medios de comunicación eran muy jóvenes en 1997 (más de un tercio era menor de 30 años); hoy son algo mayores (sólo el 25% es menor de 30). Las mujeres que trabajan en los medios son significativamente más jóvenes que sus pares hombres: el 34% de las mujeres, pero sólo el 21% de los hombres, tiene hasta 30 años; la diferencia es aún mayor en el grupo de más edad (mayor de 46), en el que se ubica sólo el 16% de las mujeres y el 34% de los

² Casi seguramente más alto, porque el estudio de 1997 se centra en una definición más restringida de comunicadores, “periodistas” (cronistas, reporteros, reporteros gráficos, conductores, presentadores, informativistas, editores, productores, comentaristas, columnistas y editorialistas), excluyendo técnicos y administrativos. La encuesta estudiada aquí, en cambio, incluye un 14% de “técnicos” (técnicos de audio, cámaras y reporteros gráficos), y un 9% de administrativos. Salvo los reporteros gráficos, estos trabajadores no figuran en el trabajo de 1997. Ahora bien: si se excluyen estos grupos, la participación femenina en la encuesta de 2011 es de 37%, una cifra algo mayor a la observada en el total de encuestados (35%). La cifra a comparar con la de 1997 es entonces más alta, y la variación correspondiente es algo mayor.



hombres. Esto se debe en parte (tal vez principalmente) a que en los últimos quince años el ingreso de mujeres jóvenes en el sector ha sido relativamente mucho más abundante que en el pasado. Son más las mujeres jóvenes que han ingresado y están ingresando ahora a empleos en los medios, y esta es, en efecto, la opinión unánime de los entrevistados. En consecuencia, ha aumentado la proporción total de mujeres en el sector, y los perfiles de edades de hombres y mujeres son diferentes. Si este fuera el único factor relevante, la proporción de trabajadoras debería seguir aumentando.

También pueden existir otros factores que contribuyan a explicar la diferencia entre los perfiles de edad actuales de comunicadores y comunicadoras. Podría ocurrir que entre todos los jóvenes que ingresan las mujeres luego dejen esos empleos en mayor proporción que sus colegas hombres, porque no encuentran oportunidades adecuadas, o porque no pueden compatibilizar las exigencias de sus trabajos con otras responsabilidades que deben asumir, vinculadas al cuidado de la familia. Otros resultados de la encuesta son consistentes con esta idea. Por ejemplo: se observan, efectivamente, diferencias significativas en la composición de los hogares: la mayoría absoluta de las trabajadoras en los medios (56%) no tiene hijos; entre los hombres, sólo el 33% no tiene hijos.

Tenencia de hijos por género y edad del encuestado

	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	9
	100	100	100	100

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

La comparación no es perfecta, porque los perfiles de edades de hombres y mujeres son diferentes. Si se consideran separadamente los tres grupos de edad ya examinados, se observa que entre los jóvenes (hasta 30 años) y entre los mayores (46 o más) las diferencias son pequeñas, pero siempre hay más hombres con hijos que mujeres con hijos, y además los hombres tienen familias claramente

más numerosas (especialmente entre los de 46 años y más). La diferencia entre tener o no hijos es máxima en las edades intermedias, de 31 a 45 años. Casi la mitad de las mujeres de esas edades (47%) no tiene hijos, pero entre los hombres ese porcentaje cae a poco más de un cuarto (27%). Aunque las mujeres del grupo intermedio de edad (31 a 45) pueden todavía tener más hijos, también pueden tenerlos los hombres, y en cualquier caso algunos resultados parecen claros. Hay más mujeres *sin* hijos que hombres sin hijos en *todos* los grupos de edad, y entre los que tienen hijos, las mujeres siempre tienen *menos* hijos que los hombres (sus familias son menos numerosas). Aún si la diferencia entre los hombres y mujeres que hoy están en el grupo intermedio de edades disminuyera algo en el correr de los próximos años, eso no modificaría las conclusiones anteriores. Y además quedaría en pie una conclusión adicional: las mujeres, que para tener hijos tienen un tiempo biológico más limitado que los hombres, construyen sus familias más tardíamente que los hombres.

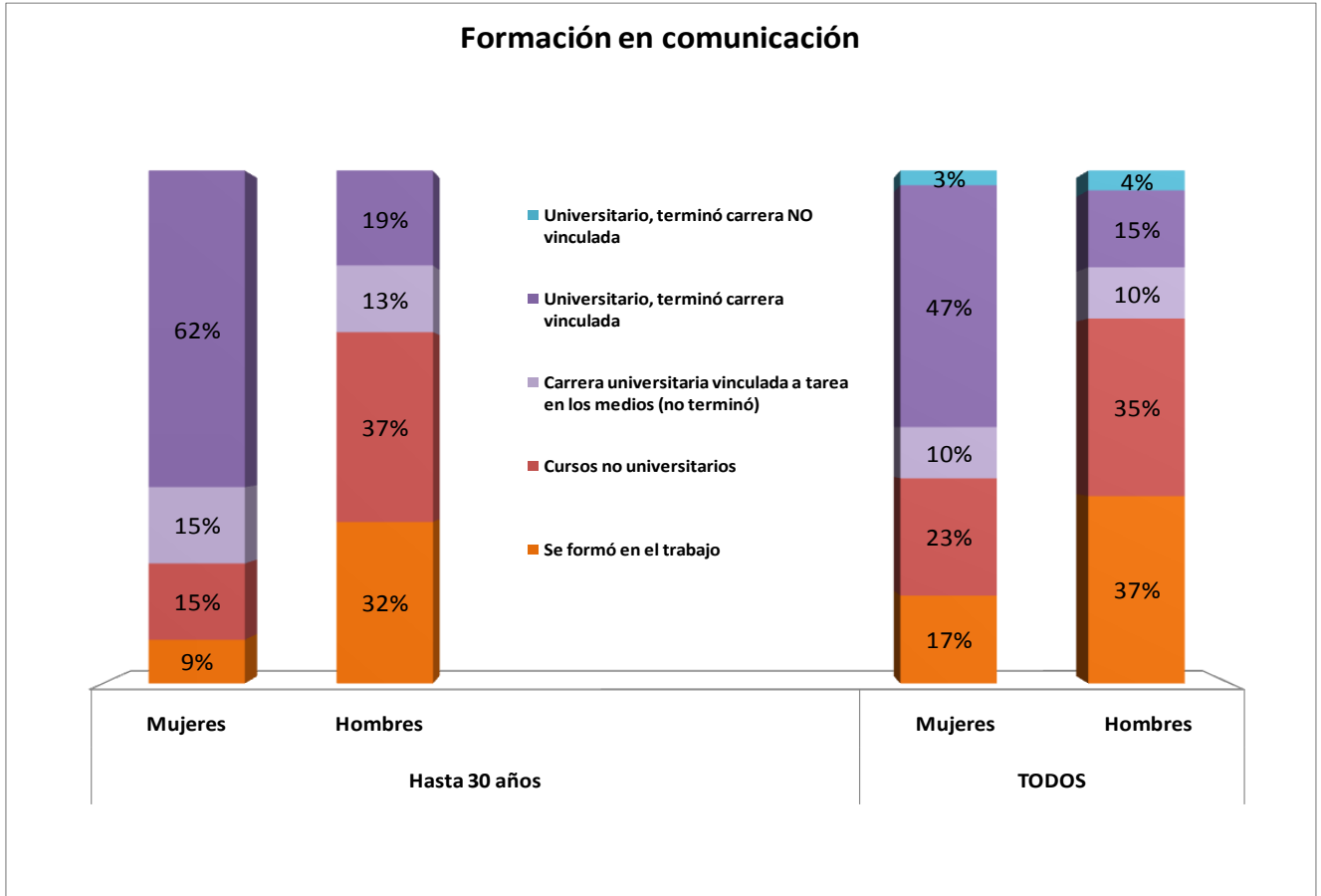
2.2. Formación específica

Las razones del aumento de la participación femenina son seguramente múltiples. Un tema probablemente fundamental es el señalado por un entrevistado:

"Las carreras de comunicación para mí son el factor [que explica el aumento de la presencia de mujeres]. Antes era una profesión a la que llegabas por aproximación de amigos, era una profesión muy vinculada con la vida bohemia, con la noche."

Las mujeres que trabajan en los medios cuentan con formación específica vinculada a la comunicación en mucha mayor proporción que sus compañeros: el 47% de ellas completó una carrera universitaria en comunicación, mientras que entre ellos apenas el 15% tiene una calificación similar. La gran mayoría de los hombres se formó en el trabajo o realizó cursos no universitarios. Probablemente muchos también tienen alguna formación universitaria (completa o no), pero no vinculada a los medios, y luego realizaron algún curso específico de periodismo. Así fue la carrera de periodista tradicionalmente, porque no existían carreras universitarias. Si se compara con la información del estudio realizado en 1997, entonces el 20% de los periodistas tenía una formación universitaria completa; en 2011, el 30% de los encuestados tiene ese nivel de educación formal.

Hoy las carreras específicas sí existen, pero los hombres y mujeres jóvenes *siguen* mostrando diferencias similares de formación: casi ocho de cada diez mujeres jóvenes terminaron (o están cursando) carreras vinculadas a su trabajo en los medios, mientras que entre los hombres jóvenes sólo uno de cada tres tiene formación universitaria.



Como lo comenta una entrevistada, la mayor formación de las mujeres es necesaria porque “pelean desde abajo”:

"Yo creo que en general la mujer trabajadora siempre tiene un plus de exigencia en esta sociedad... porque es una sociedad machista y porque normalmente en todos los trabajos en determinado nivel jerárquico la mayoría son hombres, eso se da en todos lados."

La diferencia de formación es evidente para muchos, incluso los periodistas hombres, como lo señala uno de los entrevistados:

"En el rubro periodístico la diferencia se da en que casi la totalidad de las mujeres tienen título universitario, y la mayoría de los hombres no lo tenemos. En realidad nos ha pasado a todos, hicimos algunos años de carrera y no la terminamos..."

"los currículums suelen ser mejores los de las mujeres, tienen más idiomas, más preparación. Desde el punto de vista académico son más completos, más formados."

Desde esta perspectiva, los estudios superiores son el *instrumento* que permite la mayor llegada de las mujeres a la profesión. La formación terciaria termina haciendo posible esa mayor llegada femenina *porque* los hombres jóvenes no están dispuestos a hacer el mismo esfuerzo. Entonces: en rigor, la *causa* última de la mayor participación femenina sería la mayor disposición de las mujeres a buscar capacitación formal para entrar al mercado de trabajo. Están dispuestas a pagar más "derecho de piso".

3. Las características del trabajo en los medios

3.1. El trabajo

En general, las mujeres que trabajan en los medios -además de ser más jóvenes y más educadas en promedio- hace menos tiempo que están trabajando en comunicación, tienen sólo un empleo, trabajan menos horas, y ganan menos que los hombres. El 11% de las mujeres tiene más de 20 años de antigüedad en los medios, comparado con 31% de los hombres: esto es consistente tanto con la diferencia en edades, como con la opinión generalizada de que hubo un incremento importante en la cantidad de mujeres en los medios en los últimos 10 a 20 años.

"En esta profesión hay más mujeres. En los últimos años yo que trato de traer gente para contratar [encuentro que] en general hay más postulantes mujeres que hombres... Yo no busco mujeres, me caen mujeres. Hay más mujeres ofreciéndose para trabajar que hombres."

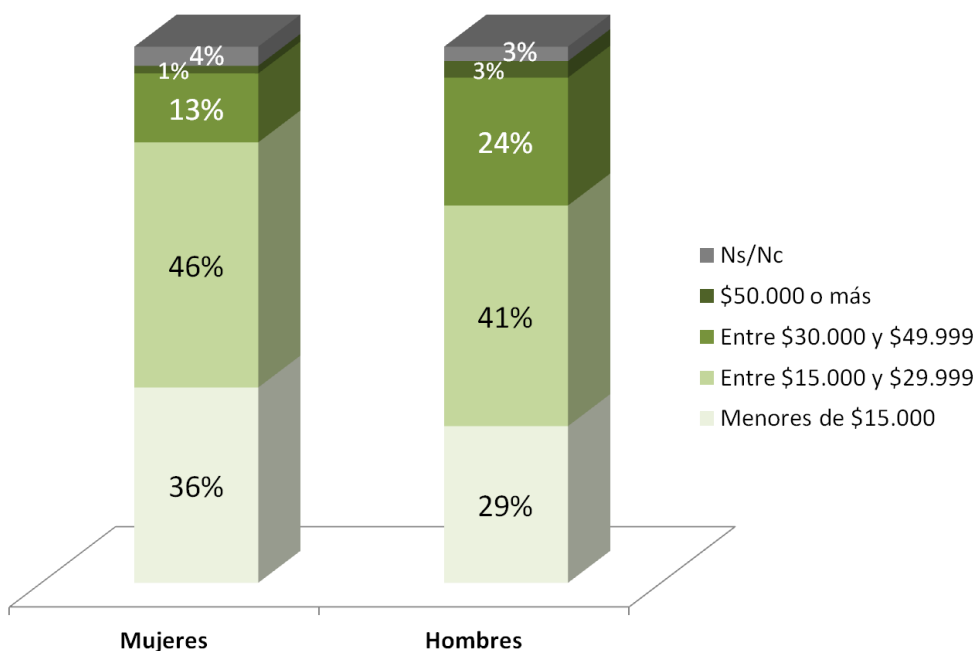
Las mujeres encuestadas tienden a tener sólo un empleo (64%) mientras que la mayoría de los hombres (53%) tiene dos o más. Para el total de los trabajadores en medios, el resultado es muy similar al del censo realizado en 1997: la mitad tiene sólo un empleo, un tercio tiene dos y el resto más. En parte por tener más empleos, los hombres trabajan más horas: seis de cada diez hombres, pero menos de cinco de cada diez mujeres trabajan más de 40 horas por semana. Aunque el 60% de los encuestados, hombres y mujeres, se declaran satisfechos con el número de horas trabajadas en el mes anterior, hay una ligeramente mayor proporción de mujeres que señalan haber trabajado *más* horas de las que querían (35% de las mujeres comparado con 30% de los hombres). Por otra parte, 10% de quienes residen en el interior del país están insatisfechos por haber trabajado *menos* horas de las que querían, situación que sólo le sucede al 5% de los montevideanos. Y los más viejos, que son

quienes trabajan menos horas, también son los que más desearían haber trabajado más horas (11% entre los mayores de 45, comparado con sólo 2% de los menores de 30).

3.2. Las remuneraciones

Teniendo en cuenta el total de horas y empleos vinculados a los medios de comunicación y las respectivas antigüedades (y experiencias) en el sector, las encuestadas deberían percibir menores remuneraciones que los hombres. Es lo que efectivamente ocurre, como se observa en el gráfico.

Ingresos líquidos por toda actividad vinculada a los medios



Las consideraciones anteriores también significan que esas diferencias de ingresos no necesariamente implican una discriminación salarial del tipo 'a igual trabajo, menor paga'. En efecto, la gran mayoría de los entrevistados coincide en destacar el rol de los consejos de salarios en la equiparación de los sueldos:

“Nosotros ahora tenemos convenios colectivos que establecen categorías. Un periodista recién egresado gana tanto, uno con más experiencia tanto, uno con master tanto, sea hombre o mujer. Es por el trabajo que desarrollan, no por su sexo.”

También la mayoría de los encuestados coincide con esa visión: 6 de cada 10 de ellos creen que hombres y mujeres ganan igual en su propio lugar de trabajo. Entre quienes opinan que las mujeres ganan menos, en cambio, hay una diferencia por género: 2 de cada 10 mujeres lo creen, comparado con 1 de cada 10 hombres.

Quienes tratan de explicar esta diferencia en salarios percibidos señalan por un lado las distintas formas de contratación que “habilitan” la brecha más allá de lo establecido por los laudos: por menos horario, “en negro”.

“la mayoría de los medios está respetando los laudos de los consejos de salarios en cuanto a la tarea específica a la que ingresan las mujeres, pero me parece que sí se sigue encontrando alguna desigualdad; incluso las mujeres muchas veces son contratadas por determinada carga horaria, y ahí ya se nota alguna desigualdad con relación al personal que ya está presupuestado con determinado salario fijo”

“En el caso de la comunicación el salario que está establecido por ley es el mismo para hombres y mujeres, lo que pasa es que las mujeres, al no acceder a los cargos más altos, [sus] salarios son menores por la función. [También ocurre que por tener] salario en negro, ... estar fuera de los laudos, se tiende a pagar menos a la mujer que a los hombres.”

Otros entrevistados, principalmente mujeres, observan que se le resta importancia al ingreso de la mujer como sostén del hogar, dándosele prioridad en cuanto a ascensos y aumentos de sueldo a los comunicadores hombres porque se presume que su necesidad (de mantener a su familia, porque serían el principal sostén de sus hogares) tiene más peso. Varios explican la brecha por la diferencia en los cargos: si la mayoría de las mujeres son más jóvenes, tienen menos experiencia, trabajan menos horas, y no ocupan los cargos de mayor jerarquía, sus ingresos serán menores.

“Igual que en todas partes, también hay esa brecha... existe porque justamente se tiene esa cosa mal entendida de que la mujer viene a ser la segunda proveedora del hogar. Si hay dos personas a las que hay que darle aumento y se le puede dar a una, se elige al hombre.”

“Las remuneraciones salariales que se están viendo en el sector prensa, fundamentalmente en la prensa escrita, no son remuneraciones muy altas, entonces eso tal vez provoca que... seguramente para el hombre no es tan atractivo el salario, y capaz que para la mujer [cuyo ingreso] todavía es visto como un complemento en el salario familiar...”

"Por el mismo trabajo no te lo podría asegurar [que hay una diferencia entre lo que cobran hombres y mujeres], pero lo que sí te puedo decir es que hay una feminización de los puestos menores pagos."

"Nunca te van a admitir que tratan diferente, que a las mujeres les pagan menos. Simplemente las eligen para puestos de trabajo menos remunerados. Es un poco lo que ha pasado en otras áreas, por ejemplo en la Justicia, nadie decidió que la mayoría de las juezas van a ser mujeres, pero como ahora a los jueces les pagan mucho menos, terminan por ser mujeres las juezas."

Por otra parte, se observa una brecha entre los ingresos percibidos en Montevideo y el resto del país: mientras que en Montevideo casi la mitad de los encuestados ganan entre \$15.000 y \$30.000, en el interior del país la misma proporción gana menos de \$15.000. Esto último es también parte de un tema más general, vinculado a la diferencia de costos de vida entre capital e interior.

	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

"La brecha salarial no es tanto entre hombre y mujer sino más bien entre interior y capital. Los sueldos que se pagan acá son por lejos muy diferentes a los de la capital. Nosotros, cada vez que el consejo de salario da las nóminas, siempre las tenemos, las publicamos, y el comentario de todos es que por lejos ninguno de los que está acá gana esa cantidad. Muchos de los colegas tienen otro trabajo aparte del que hacen en el medio de comunicación"

En cuanto al tipo de trabajo que realizan, la gran mayoría de los entrevistados tiene un empleo estable (más de ocho de cada diez). Los otros tipos de vínculo laboral (como el trabajo freelance, o la condición de dueños o socios) son relativamente más comunes entre los hombres, entre quienes residen en el interior del país, y entre los de más edad.

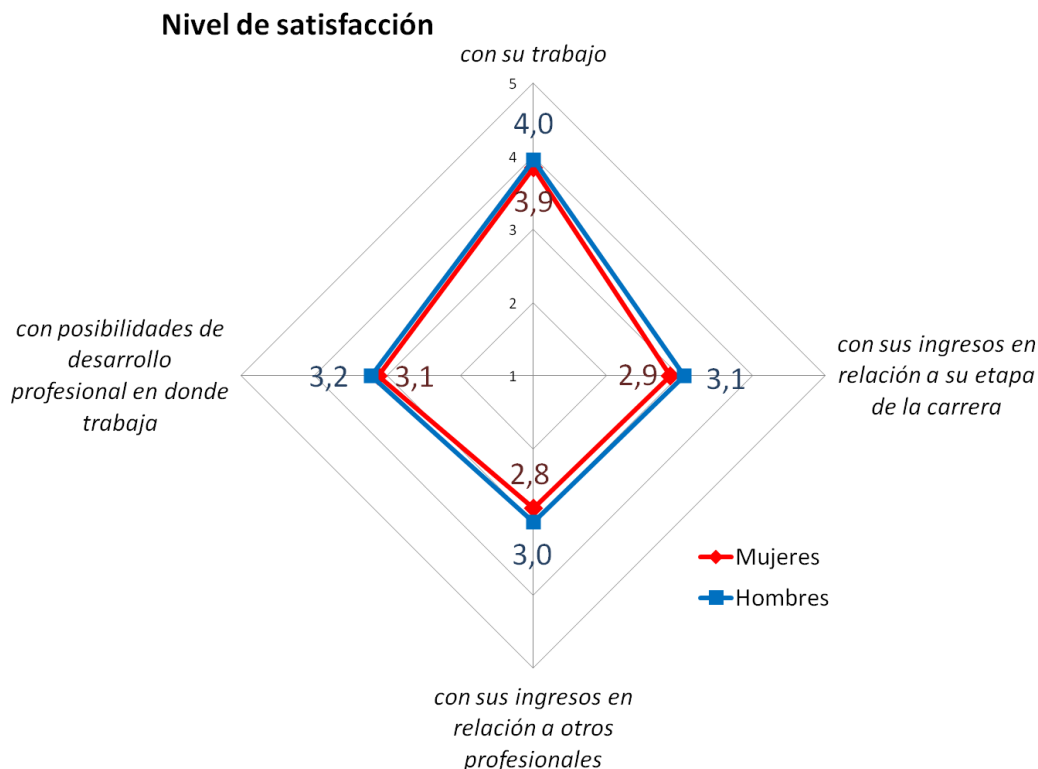
3.3. Los lugares de trabajo

La proporción de trabajadores en los distintos medios cambió significativamente desde el censo realizado en 1997. En esa fecha la mitad de los comunicadores trabajaba en prensa escrita, tres de cada diez en radio y dos en televisión. Los datos relevados en la encuesta de fines de 2011 muestran que la prensa escrita perdió su amplia predominancia. Ahora los trabajadores se reparten de forma bastante más pareja entre los tres tipos de medios: 36% en prensa escrita, 31% en televisión y 26% en radio. Cayó el trabajo en prensa escrita, subió en televisión, y en radio aumentó, pero en menor medida. La radio es el medio con mayores promedios de edad, más “masculinizado”, y con mucha más presencia en el interior (es un medio muy local, muy presente en todo el país).

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

3.4. La satisfacción con el trabajo

Al preguntar por el nivel de satisfacción con distintos aspectos del trabajo en los medios, los resultados son muy similares entre hombres y mujeres, aunque las mujeres se muestran ligeramente más insatisfechas en todas las áreas. Asignando valores del 1 al 5 a las respuestas (muy insatisfecho, insatisfecho, ni/ni, satisfecho, muy satisfecho) y promediándolas, se pueden graficar los resultados obtenidos como se ve en la siguiente figura.



La satisfacción personal con el trabajo muestra los niveles más altos; la satisfacción con las posibilidades de desarrollo profesional, con los ingresos en relación a la etapa de la carrera, y con los ingresos en relación a otros profesionales es significativamente inferior. Los montevideanos se muestran ligeramente más insatisfechos con su trabajo y con sus posibilidades de desarrollo profesional respecto a quienes residen en el interior, pero no hay diferencias en cuanto a la satisfacción con los ingresos.

4. Las mujeres en los medios

4.1. Los roles de las mujeres en el trabajo

Una amplia mayoría de los comunicadores encuestados y entrevistados piensa que la proporción de mujeres trabajando como comunicadores aumentó significativamente en los últimos 10 a 20 años,

pero que este aumento no fue “parejo” en todos los niveles de responsabilidad, jerarquía, y visibilidad.

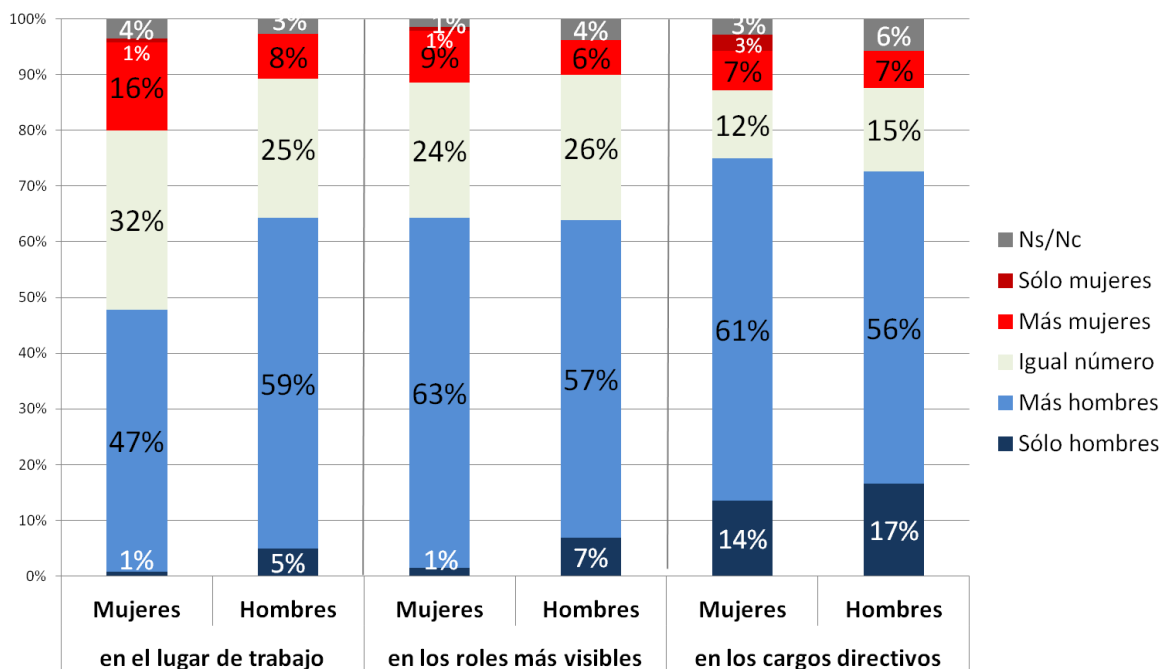
"Creo que puede ser que sigan accediendo a los papeles más pelotudos, por decirlo de alguna manera. Las mujeres hacen las cosas que quizás parezcan sin importancia o menos importantes que otras cosas"

"hay pocos cargos de jefatura... en los medios escritos es difícil encontrar una editora... En los medios televisivos creo que todavía es más escaso, y en las radios me parece que no hay ninguna"

"Es evidente que hubo un ingreso masivo de mujeres a las redacciones de los medios de comunicación, es muy notorio. Eso no ha sido acompañado por lugares de jerarquía para las mujeres o puestos de responsabilidad en los medios."

En efecto, aunque sólo la mitad de las mujeres y 64% de los hombres cree que hay más hombres o sólo hombres en su lugar de trabajo; 3 de cada 4 encuestados (hombres y mujeres) observa que hay más hombres o sólo hombres en los cargos directivos.

Ratio hombres-mujeres en el trabajo de medios al que le dedica más tiempo



La diferencia es más marcada en algunos medios: siete de cada diez encuestados que trabajan en televisión observan un predominio masculino en los cargos directivos de su lugar de trabajo, mientras que ocho de cada diez lo observan en radio (en prensa escrita, al igual que en el promedio general, 73% cree que hay más hombres o sólo hombres).

Las explicaciones tienden a ir por dos sendas: algunos aluden a las dificultades que enfrentan las mujeres para ser vistas como iguales, y otros a la percepción –que algunos comparten y otros no- de que su rol en el cuidado de la familia es incompatible con los cargos de mayor responsabilidad.

"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."

"Me parece que vos vas accediendo a los puestos jerárquicos en la medida que vos te capacitás. Estás preparado y demostrás que podés acceder a un cargo de esos. A la mujer le cuesta más ese tema, no sé si es porque no está capacitada, simplemente porque de repente a veces no se toma tanto en cuenta la opinión de la mujer como la del hombre."

"desde la facultad uno lo notaba, había muchas más mujeres estudiando que varones, pero en el momento de concretar el trabajo, de efectivizar, en fin, me parece que siempre la cantidad de varones es mayor... Creo que de alguna forma siempre se arrastra eso de que el hombre puede estar en cualquier área, y puede ir a cualquier lugar y en cualquier condición. Me refiero a que el trabajo periodístico a veces requiere estar de noche en cualquier lado y otras cosas que las mujeres no siempre pueden hacer."

"El concepto es que las mujeres se complican más, quedan embarazadas, se les enferman los hijos. Entonces, cuando van a cubrir una vacante siempre hasta ahora han optado por los hombres, a no ser en aquellos cargos en que necesitan una mujer, como una voz femenina para la locución, porque no pueden ser todos hombres (hay que meter una voz femenina para quebrar un poco esa dureza de la comunicación). Y en la parte administrativa las ideales son las mujeres, para limpiar una mujer; pero después, jefe de prensa, jefes de todos los que tienen ahí, gerentes, son hombres. El tema es que las mujeres somos más complicadas según ellos."

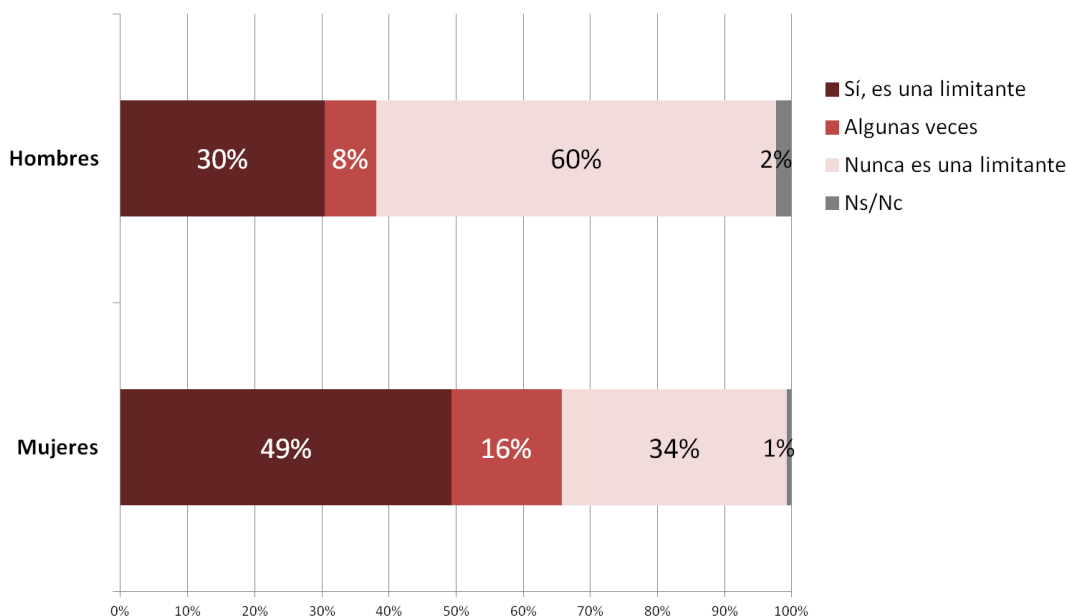
Sin embargo, una minoría de los entrevistados, principalmente hombres, opina que el aumento en la cantidad de mujeres se está dando en todos los niveles de responsabilidad, que no hay discriminación alguna a la hora de los ascensos, y que los cargos y tareas son repartidos con un criterio estricto de habilidad.

“No se hace una división porque sea mujer o hombre sino por una cuestión de capacidad, esa es la sensación que tengo.”

“Hoy en el 2011, y desde ya hace un tiempo, me parece que el tema de que sea mujer no se toma en cuenta.”

4.2. Las comunicadoras y el cuidado de sus familias

El rol de la mujer en la familia, ¿es una limitante para el ejercicio de algunas tareas de los medios?



Varios entrevistados señalaron que el rol de la mujer en la familia, principalmente el cuidado de las personas dependientes, explica que a las comunicadoras “les cueste más” acceder a cargos de mayor

jerarquía. La mitad de los encuestados cree, efectivamente, que es una limitante para el ejercicio de (al menos) algunas tareas en los medios. Aquí las diferencias de opinión entre hombres y mujeres son muy marcadas: mientras que 65% de las mujeres lo ven como una limitante, sólo 38% de los hombres lo perciben así.

"El mundo está como originalmente pensado para unos señores que tienen su retaguardia familiar cubierta; las mujeres todavía siguen a cargo de los hijos, de los enfermos de la familia, de los viejos enfermos o no enfermos, pero que necesitan mayor cuidado. Entonces tienen más dificultades."

La mayoría de los encuestados coincide en que el aspecto más difícil de compatibilizar entre el trabajo en los medios y el papel de la mujer en la familia es el horario de trabajo, muy extenso o fuera de lo habitual. Más de una entrevistada sostiene que, ante una disyuntiva de ese tipo, suele tomar precedencia la familia en desmedro del posible avance de la carrera.

"si vas a dedicarte a eso, no es tan fácil dedicarte a mantener la familia en la cotidiana... Hay algo que sucede en la naturaleza humana y es que las mujeres estamos más en casa y nuestros hijos necesitan más de nosotras que de los varones."

"Yo creo que para las mujeres en general es más dificultoso el trabajo. Me ha pasado de tener que mandar a alguien al interior y hay que quedarse un día, pero tiene hijos y eso, ella es la que los cuida. Entonces, para un hombre es más fácil ese tipo de empleo. Por el resto no veo diferencia."

"A veces no es que no te animes, es que no te da la vida... Yo siempre dije: llego hasta acá, pero no me gustaría ser editora general de un diario, porque no estoy dispuesta a volver a hacer noche. En el periodismo es una de las características que tenés que quedarte hasta las 10 de la noche; antes era hasta las 3 de la mañana. Yo en algún momento dije, cuando tuve hijos, que eso no lo quería hacer más... es una opción de vida, para mí no fue una tranca en la carrera, fue una opción que yo hice y no me arrepiento en absoluto."

En consecuencia, cuando se pregunta a los comunicadores qué cambios en las instalaciones o en las prácticas de trabajo harían más amigable su lugar de trabajo para las mujeres, el cambio más mencionado (13% lo menciona) es la flexibilización de los horarios. Entre quienes trabajan en televisión el porcentaje es aún mayor, 18%; también le dan importancia a cambios en las instalaciones (más y mejores baños para mujeres, lugares para cambiarse, lockers y una sala de amamantar). En efecto, quienes trabajan en televisión sugieren más cambios que el resto de los comunicadores (41% sugiere al menos uno), y los que trabajan en radio son los que sugieren menos



(sólo 28% sugiere algún cambio). Entre estos últimos (donde se encuentra la menor proporción de mujeres) los dos cambios más mencionados llaman la atención: contar con un lugar para cambiarse y lockers (11%); y que los ascensos sean por mérito (9%). En contraste, sólo el 1% de quienes trabajan en prensa escrita o televisión mencionan a los ascensos por mérito como un cambio deseable. Esto sugiere que, o bien los ascensos ya se realizan por mérito, o las inequidades en ese sentido son comparativamente menores (o al menos mejor toleradas).

¿Qué cambios relativamente pequeños en las instalaciones o en las prácticas de trabajo se podrían hacer en su lugar de trabajo para hacerlo más amigable para las mujeres?

Lugar de trabajo				
	Prensa escrita	Televisión	Radio	TODOS
Sugiere al menos un cambio	39	41	28	35
Dice que no es necesario ningún cambio	28	28	37	31
No sabe, no opina	33	31	35	34
TOTAL	100	100	100	100
% que menciona cada cambio *				
Instalaciones (Subtotal)	28	46	20	31
Sala de amamantar	11	9	3	8
Más, mejores baños para mujeres	7	13	4	8
Lugar para cambiarse, lockers	1	12	11	7
Guardería	8	7	2	6
Sillas	1	4		2
Prácticas (Subtotal)	18	24	18	22
Horarios más flexibles	11	18	2	13
Igualdad de trato a hombres y mujeres	4	4	2	4
Ascensos por mérito	1	1	9	2
Reglas contra acoso y vías para plantearlo	2	1	5	3

** Estos porcentajes no suman el 35% que sugirió cambios, porque la mayoría de los que sugirieron cambios mencionó más de uno. Aquí se muestra el porcentaje que propuso cada cambio.*

4.3. Los medios y la visión de género que transmiten

Preguntar por la visión de género que transmiten los medios, no importa cuál sea el medio en que trabaja el entrevistado, lleva casi inevitablemente a un análisis de dos fenómenos televisivos: los programas de Marcelo Tinelli y la presencia y rol de las mujeres conductoras de programas locales, especialmente los noticieros. Cuatro de cada cinco encuestados creen que la visión que transmiten los medios del papel de las mujeres en la sociedad uruguaya de hoy es equilibrada o aún más igualitaria que la realidad. Sin embargo, la mayoría de los entrevistados también destaca la constante presencia de la “mujer-objeto” en los programas argentinos. Esa presencia, más allá de la visión de las mujeres que transmite, se debería a que eso “es lo que vende”.

“Vemos a Tinelli todos los días desnudando una mujer como si fuera una mirada zoológica, le falta la jaula y ver cómo se mueve la bestia. Pero también eso es lo que compra la sociedad, es la fórmula de éxito de Tinelli. 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...”

“... hay veces que hay que partir de otra base. Evidentemente la mujer estéticamente es más atractiva que lo que un hombre de repente puede mostrar a nivel público, en ese aspecto siempre hay concursos de belleza de mujer. Me parece que el concepto belleza va más de la mano con la mujer que con el hombre. Sí, igual me parece que el programa de Tinelli utiliza un poco la figura femenina, pero ahí está el señor rating...”

La profusión de “mujeres florero” –comunicadoras en roles visibles que no tienen la misma importancia, responsabilidad, o acceso a temas “más en serio” que sus colegas hombres- es otro factor muy mencionado. Aunque algunos creen que la sola presencia de las mujeres al aire es un avance, otros opinan que “envía el mensaje equivocado” y que se ignora el tema.

“Los medios lo mejor que pueden hacer es darles lugares visibles a la par de los hombres; si vos generás espacios porque sí o las ponés como florero, eso perjudica. Yo creo que la mujer acepta o no acepta; si a vos te ofrecen conducir un informativo y tu rol único va a ser dar el tiempo, vos podés aceptar o no...”

“Siempre la mujer en el florero, complementando... ¿Qué periodista mujer le va a decir a un notero: ‘escuchame, de qué color son tus calzoncillos’? Sería un escándalo. Ahora, si se lo dice

un conductor a una chica que recién empieza, que está buena, no pasa nada. Nos reímos, después lo pasan en Bendita TV y todos se ríen."

"Es más evidente en algunos programas que vos te das cuenta que tiene que haber una presencia femenina en ese ambiente y, en una mesa de tres personas, la mujer dijo dos palabras, y es evidente que estuvo ahí y no sabés para qué... Cualquiera se da cuenta cuando hay una mujer ahí sólo para tenerla."

"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".

5. Discriminación y acoso

A juicio de una amplia mayoría de las y los comunicadores encuestados, en sus lugares de trabajo no ocurrirían instancias de discriminación de género o acoso sexual. Tres de cada cuatro creen que hombres y mujeres tienen allí las mismas oportunidades; nunca observaron que una compañera no recibiera un merecido ascenso o aumento de sueldo sólo por ser mujer, y no conocen ninguna instancia de acoso sexual de parte de entrevistados a compañeros suyos. Aún más encuestados (85%) afirman que no conocen de ninguna situación de acoso sexual a compañeras –ya sea por compañeros o jefes-, y que en los niveles directivos existe un clima adecuado como para plantear, llegado el caso, situaciones de acoso o discriminación (82%). Por último, seis de cada diez declaran que en los últimos años nadie planteó en la dirección una situación de abuso. En definitiva, la gran mayoría de los encuestados cree que, al menos en los lugares donde ellos trabajan, “esas cosas no pasan”. Entre los entrevistados la situación es similar. Aunque varios afirman conocer instancias de discriminación o acoso, la mayoría se refiere a situaciones que acontecieron o acontecen en otros medios de comunicación, no donde trabajan en ese momento.

5.1. La percepción de discriminación en el trabajo

Una mayor proporción de mujeres (24%) que de hombres (13%) cree que las mujeres tienen menos oportunidades que los hombres en su lugar de trabajo, o supieron de una instancia de discriminación por género a la hora de un aumento de sueldo o ascenso (16% comparado con 6%). Una de cada cinco mujeres dice que alguna vez eso le sucedió a ella personalmente. Algunas comunicadoras

entrevistadas explican estas discriminaciones como consecuencia de prejuicios respecto a la (relativa) falta de importancia del salario de la mujer (“no es el principal sostén de su hogar”), o de las “dificultades” que surgen de sus responsabilidades familiares, o de su capacidad de mando, presuntamente más limitada que la de sus colegas hombres.

"No es que no haya mujeres con talento sino que lo que pasa es que también hay muchísimos hombres con mucho talento; entonces, frente a [situaciones] iguales, eligen al hombre, porque la mujer es más complicada, porque tiene embarazos, porque falta... Creen 'es la segunda entrada del hogar, que la banque el marido' –esos mitos que todavía existen, y en periodismo también, por más liberales que creamos que somos."

"En otros canales hay mujeres muy talentosas que, sin embargo, hasta lo más que han llegado es a presentar el informativo. Tienen un sueldo digno, pero podrían ganar más, porque tienen la capacidad de dirigir un noticiero. Lo que pasa es que el tema de tener una jefa es difícil..."

Los viajes para realizar coberturas en el exterior son otro ejemplo de discriminación: aunque algún entrevistado señaló que las oportunidades de este tipo eran las mismas para hombres y mujeres, la mayoría que se refirió al tema aludió al problema de mantener un bajo presupuesto como explicación de que casi siempre viajen sólo los hombres. Otros explicaron que está relacionado con que las mujeres tienden a no ocuparse de las áreas que requieren coberturas en el exterior (política, deportes).

"la mayoría son hombres, se arreglan entre ellos. Las mujeres no van porque sale más caro; '¿qué las vamos a mandar si las tenemos que poner en otra habitación, y eso te sube al doble el costo?'"

"la mayor parte de los corresponsales [que viajan] son hombres... Es que ahí, ¿qué es primero, el huevo o la gallina? Es un círculo, depende de cuál es el área que tú cubras, y de acuerdo al área, se da la posibilidad del viaje... Pero normalmente la cobertura es política, y el área política en general la cubre un hombre; no digo que no hagan política las mujeres, pero realmente, fundamentalmente son hombres."

Otro aspecto en el que a veces se diferencia entre hombres y mujeres, según explican los entrevistados, es en la cobertura de ciertas noticias: algunas porque podrían potencialmente ser peligrosas, otras porque son “demasiado importantes”. El caso de que sólo en uno de los tres noticieros locales más vistos la pareja de conductores esté “en pie de igualdad” suscitó comentarios de parte de casi todos los entrevistados, que lo usan para ejemplificar no sólo la visión de género que transmiten los medios, sino también la dificultad de las mujeres para acceder a roles más visibles de conducción.



"... a veces lo que tratás de hacer es proteger un poco, porque si hay un operativo en el barrio Borro no voy a mandar a una mujer, a pesar de que no tendría que ser así, pero es un poco como en la guerra. En la guerra hay países que no mandan a mujeres a la primera línea de batalla, hay países que ahora sí lo están haciendo."

"Hubo una ocupación de fábrica de metalúrgicos, un ambiente pesado, y alguien me dijo '¿vas a mandar a una chiquilina?' Sí, que le peguen y la tenemos de noticia... Yo no creo que haya ninguna nota tan grave como para que no pueda ir una mujer, yo en principio no miro eso, soy un poco bestia."

"Cuando hay una marcha y puede haber lío, los editores dicen 'tratemos en lo posible de mandar a un hombre' porque es lógico, si vos estás sola no tenés a nadie que te cuide, te puede pasar cualquier cosa."

¿Alguna vez una compañera de trabajo merecía que la ascendieran o le aumentaran el sueldo, pero no lo hicieron porque era mujer?

	Sí	No	Ns/Nc	TOTAL	Diferencia entre los que no ven discriminación y los que sí
TODOS	9	72	19	100	63
Género					
Mujeres	16	71	14	100	55
Hombres	6	73	21	100	67
Lugar de residencia					
Montevideo	10	73	17	100	63
Interior	8	72	20	100	63
Edad					
Hasta 30	2	80	18	100	78
31 a 45	12	70	19	100	58
46 o más	12	70	19	100	58
Lugar de trabajo					
Prensa escrita	6	73	21	100	67
Televisión	12	78	10	100	66
Radio	11	65	25	100	54

Algunas respuestas (de mujeres) señalan tal vez aún más claramente que las citas anteriores que hay instancias de discriminación de género que no son consecuencia de problemas específicos del sector (y por lo tanto no tendrían solución dentro del sector), sino que resultan de pautas culturales muy generales:

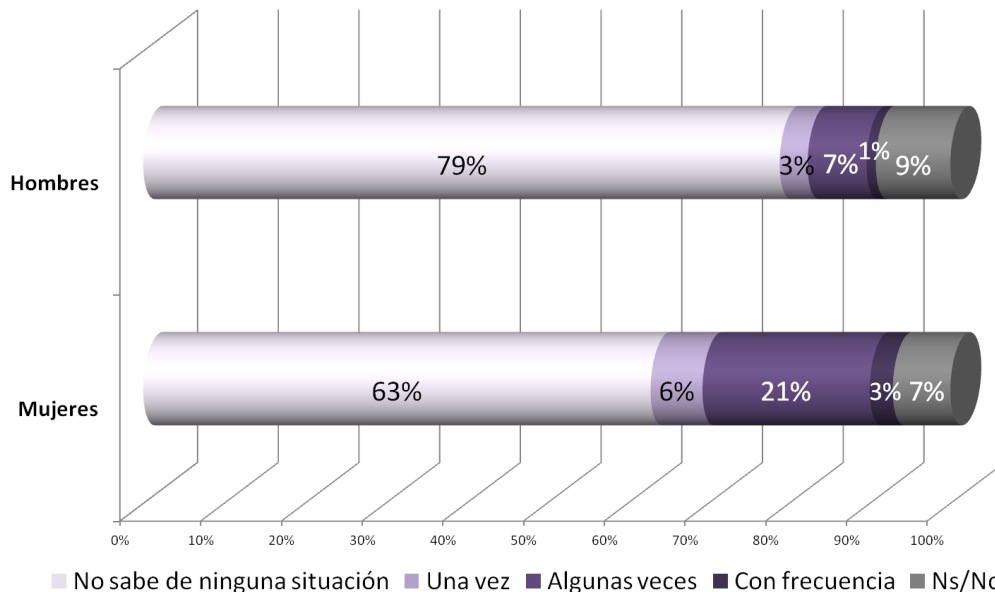
"A mí me parece que si es una mujer la gran entrevistada, ahí sí las mujeres pueden tener mejores posibilidades, si no, no. Porque también generalmente a los hombres no les interesa, nunca te van a decir que no les interesa porque les parece que es menos importante, pero interiormente, subjetivamente, es un poco así. Porque históricamente lo que es de mujer tiene categoría B, y categoría A son los hombres..."

"Laura Daners siempre decía '¿por qué cuando falta el conductor no me quedo yo?' No tengo respuesta. Pero sé que cuando Blanca conduce sola baja el rating, pese a que Blanca ya tiene un prestigio ganado."

Por otra parte, se observa una diferencia según el medio en que trabaja el encuestado: en prensa escrita (donde hay mayor proporción de mujeres) el porcentaje que cree que las oportunidades son desiguales es mucho menor (11%) que en televisión o radio (21 y 22%), y lo mismo sucede con la pregunta sobre la existencia de discriminación de género en ascensos o sueldos. Hay una diferencia importante por edades: la abrumadora mayoría de los encuestados más jóvenes no conoce instancias de discriminación de este tipo, lo que se respalda en las entrevistas, donde especialmente las periodistas más jóvenes afirman que esas cosas pueden haber sucedido antes, pero no en su propia experiencia ni de quienes las rodean.

5.2. La percepción de situaciones de acoso sexual

En el medio donde trabaja, ¿sabe si han ocurrido situaciones de acoso sexual de parte de entrevistados a periodistas?



El acoso sexual parece ser bastante más común “desde afuera”, de entrevistados a periodistas, que “puertas adentro”. En cualquiera de los casos, las mujeres lo han percibido mucho más que los hombres: 30% de las mujeres y sólo 11% de los hombres saben de alguna instancia de acoso “puertas afuera”; y 14% y 7%, respectivamente, conocen alguna situación de acoso dentro del medio.

Coincidiendo con los resultados de la encuesta, la mayoría de los comunicadores entrevistados dice no conocer ninguna instancia puntual de acoso sexual, ni en el medio donde trabaja ni en otros. Sin embargo, casi todos puntualizan que sí es relativamente común que a las mujeres se las “ninguneen”, que son frecuentes los chistes o comentarios de mal gusto –a menudo con tenor sexual-, y que es difícil para las periodistas más jóvenes lograr “que las tomen en serio”. Todas estas circunstancias mencionadas no cuentan como acoso sexual para la mayoría; algunos incluso aluden al papel de la mujer involucrada, diciendo que tiene que saber manejarse para minimizar los conflictos de este tipo.

"De botijeo capaz [que sí], ahí hay una cuestión de que son más jóvenes, pero de acoso no he sentido."

"... depende de cada hombre que está del otro lado, y depende también del lugar que se sepa dar la periodista ante la situación concreta, pero hemos tenido algún caso de algún piropo de más que no corresponde en la relación periodista-entrevistado. También podemos decir que es humano... sin llegar al acoso."

"Sexual no creo, no sé, porque no estoy en todos lados. Es más esa pequeña cosa de discriminar que te duele"

"... es mucho más el prejuicio de un político cuando te ven llegar y sos mujer, que de un empresario adentro de la empresa para contratarte. Cuesta más que te ganes la confianza de la fuente porque sos mujer, pero eso cada vez menos, porque como hay tantas mujeres periodistas, los políticos y las fuentes ya se han ido acostumbrando."

"Es bravo, hay gente que es complicada para trabajar. Yo trabajé muchos años con hombres solos, es complicado... no es acoso, pero te dicen chistes, cosas que te molestan. Cuando yo empecé a trabajar era bastante más joven y te tenés que fumar todas esas cosas... un día, ta, dos días, ta, pero todos los días te molesta... Yo no me voy a horrorizar porque soy grande... pero no tengo por qué fumarme eso. Es un tema que he hablado con mi jefe muchas veces porque él también hace eso, le encanta eso, le causa gracia decir estupideces... le he dicho que me molesta, que suponga que es su esposa la que trabaja en un ambiente de hombres y que tiene todo el día bancando eso, a ver si a él le gustaría. Entonces 'ta, sí, tenés razón'. Durante tres días hace buena letra y después vuelve a hacer lo de antes. Entonces es como yo le digo, hay muchachos jóvenes que acaban de entrar, que tienen veintipico de años, ¿cómo van a reaccionar ellos si escuchan que el jefe es uno de los que hace las bromas?... Entonces, cada vez son más los que dicen cosas... igual en ese sentido son mucho mejores las nuevas generaciones que las viejas. Los jóvenes son mucho mejor en eso, ta, se ríen obviamente porque además los chistes los hace el jefe y te tenés que reír, yo no, pero ellos sí."

Otras entrevistadas, todas mujeres, sí consideran los comentarios y chistes de mal gusto como instancias de acoso, y una incluso relata cómo se tomaron acciones al respecto en un caso para lograr el despido del involucrado.

"yo creo que hay, sin llegar a la relación sexual, o sea a la violencia sexual, ya el acoso de 'qué linda' y todas esas cosas lo ves todo el tiempo y en todas las empresas"

"Acá hubo el caso de una persona, que tenía un cargo de jerarquía, que le dijo una barbaridad a una compañera. Ya venía hace tiempo diciendo barbaridades, y un día se extralimitó y nos juntamos varias mujeres, fuimos... e hicimos la denuncia, además teníamos testigos, y se despidió a esa persona. Era un hombre que les decía a las compañeras por ejemplo 'Desde que tuviste familia tenés las tetitas más chicas... ¿Cómo te fue con tu marido el fin de semana? ¿Se portó bien contigo?' Te digo ejemplos grotescos para que... Capaz que otra mujer se lo calla porque es el jefe, pero justo se lo dijo a otra persona que no tenía un pelo en la lengua, y lo encaró."



Se observan diferencias en las respuestas a las preguntas de existencia de acoso sexual por edades y por medio en el que trabaja. En cuanto al conocimiento de situaciones de acoso “puertas adentro” (entre compañeros o entre superiores y empleadas), los mayores de 30 y quienes trabajan en televisión y radio (donde hay menor proporción de mujeres) son quienes más responden por la afirmativa, lo mismo que sucedía con las preguntas sobre discriminación en el lugar de trabajo. Sin embargo, cuando se pregunta por acoso sexual de parte de entrevistados a periodistas, son los más jóvenes, y quienes trabajan en prensa escrita (y televisión) quienes más dicen conocer de instancias de este tipo. Una explicación posible es que las periodistas jóvenes son las más afectadas por este tipo de acoso, porque los entrevistados tienden a tomarlas menos en serio y aprovecharse de lo que perciben como su falta de experiencia, hipótesis respaldada en los comentarios de los entrevistados.

Por otra parte, es muy marcada la diferencia en las respuestas entre los residentes de Montevideo y el resto del país: la proporción de comunicadores del interior que dice conocer de instancias de acoso sexual (de cualquier tipo) es la mitad de la de los montevideanos.

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

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

Radio 9 80 11 100

Al preguntar por la existencia de denuncias por acoso de colegas o jefes en el lugar de trabajo, de cada diez encuestados, ocho dicen que no las hubo, tres no saben si hubo, y uno dice que sí (esto es, aproximadamente la mitad que cuando el acoso viene “de afuera”, de un entrevistado). En este caso no se observa una diferencia tan marcada por edades, aunque sí entre Montevideo e interior (proporcionalmente son más los montevideanos que conocen de alguna situación). En televisión parecerían ser más frecuentes las situaciones de acoso que en los otros medios. La proporción de mujeres que conocen alguna situación de acoso es el doble que la de hombres (14 y 7% respectivamente). También el 9% de los encuestados conoce casos de abuso que efectivamente fueron denunciados ante la dirección del medio. En el caso de las denuncias, mujeres y hombres manejan una información más parecida: el 11% de las mujeres y el 8% de los hombres saben de algún planteo en la dirección respecto a una situación de abuso.

Entre los que sí saben de una denuncia, las reacciones de hombres y mujeres son muy diferentes. El 62% de los hombres dice que se llegó a una solución justa y efectiva, comparado con sólo un 20% de mujeres de la misma opinión. Aunque la gran mayoría de los encuestados (82%) cree que donde trabaja hay un clima adecuado en los niveles directivos para plantear situaciones de abuso (y no se observan diferencias significativas por género, edad, lugar de residencia o medio), varias entrevistadas mencionan que es difícil animarse a denunciar una situación de este tipo.

"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."

"En general, si sucede tanto en los medios como en otros lugares, todavía hay mucho temor a denunciarlo, o pudor, y el tema de que no te crean porque esas cosas no pasan en público... El acoso moral... da mayor fortaleza [para que la mujer se defienda] porque ahí parece que defender los derechos laborales pesa más que defender situaciones que comprometen algo tan sensible como tu sexualidad (qué irán a pensar de vos, qué habrás hecho vos para que el otro...)."

"Es muy difícil, yo creo que la persona termina renunciando. Los casos que hemos visto terminan renunciando... En el ámbito privado a lo sumo lo que podés hacer es ir y probar con un abogado, no hay ley. Al no haber ley, lo único que se puede adjudicar es un despido"

abusivo, que te dan cuatro veces el sueldo, o sea, perdés tu trabajo, y si es tu sustento, estás atada de pies y manos."

5.3. El índice de percepción de discriminación

Para medir la percepción de discriminación de género en términos más generales se construyó un índice en base a las respuestas a las cinco preguntas directamente enfocadas en esa discriminación:

En el lugar donde Ud. trabaja,

1. *¿se le dan las mismas oportunidades a las mujeres que a los hombres?*
2. *¿alguna vez no le aumentaron el sueldo o no ascendieron a una compañera que lo merecía, porque era mujer?*
3. *¿sabe si han ocurrido situaciones de acoso sexual de parte de entrevistados a periodistas?*
4. *¿y situaciones de acoso sexual entre compañeros o entre superiores a empleadas?*
5. *¿hay un clima adecuado en los niveles directivos para plantear situaciones de acoso o discriminación?*

El índice agrega las respuestas dadas a las cinco preguntas de modo tal que si todas las respuestas de un entrevistado o entrevistada muestran que no registra discriminación en el lugar de trabajo (las mujeres tienen las mismas oportunidades, nunca perdieron un aumento de sueldo o un ascenso por ser mujeres, y así sucesivamente), entonces se considera que el encuestado "No percibe" discriminación de género. Si sólo una de las respuestas a las cinco preguntas indica que registra discriminación, se clasifica como "Percibe alguna" discriminación. Y finalmente, si dos o más respuestas registran discriminación o acoso en el lugar de trabajo, se dice que "Percibe bastante".

Percepción de discriminación					
	No percibe	Percibe algo	Percibe bastante	TOTAL	BALANCE*
TODOS	59	26	15	100	18
Género					
Mujeres	49	29	23	100	-3
Hombres	65	25	10	100	30
Lugar de residencia					
Montevideo	54	29	17	100	8
Interior	65	23	12	100	30



Edad					
Hasta 30	58	34	8	100	16
31 a 45	55	27	18	100	10
46 o más	66	18	16	100	32
Antigüedad en la comunicación					
Hasta 5 años	66	24	10	100	32
6 a 20 años	56	28	16	100	12
21 a 35 años	58	23	19	100	16
Más de 35 años	62	29	10	100	23
Horas trabajadas por semana					
Hasta 20hs	65	16	18	100	31
21 a 40hs	59	27	15	100	17
Más de 40hs	57	29	14	100	14
Lugar de trabajo					
Prensa escrita	60	29	12	100	19
Televisión	55	24	21	100	10
Radio	60	28	13	100	19

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

Los resultados muestran que 59% de los encuestados *no* percibe discriminación de género en su lugar de trabajo (con los criterios mencionados), 26% percibe alguna, y 15% percibe bastante. Las mujeres perciben bastante más discriminación que los hombres; casi la mitad de ellas (49%) observa al menos alguna discriminación de género, porcentaje que cae a poco más de un tercio (35%) entre los hombres. La misma conclusión surge del análisis de las entrevistas. Por otra parte, a más horas trabajadas en los medios de comunicación (y por lo tanto a más experiencia directa), también es mayor la percepción de la existencia de discriminación de género, aunque la diferencia es menor que la observada entre hombres y mujeres. Las respuestas de los comunicadores que trabajan en televisión registran más discriminación de género (especialmente en la categoría más alta, “bastante”).

6. La APU y la agenda de género

6.1. La evaluación de la APU

En el trabajo realizado en 1997, el 45% no tenía una opinión sobre el desempeño de la directiva de la APU. En la encuesta actual, de 2011, sólo el 26% no se pronuncia sobre el desempeño de la APU en el último año, sugiriendo que hoy en día la APU tiene mayor visibilidad entre quienes trabajan en los medios. La calificación del desempeño en sí no es directamente comparable,³ pero en esta última encuesta 59% opina que el desempeño fue bueno o muy bueno, mientras que sólo 16% cree que fue malo o muy malo. Aunque la comparación no sea perfecta, se observa que los balances de las opiniones (en el sentido usual: porcentaje de juicios positivos menos porcentaje de juicios negativos) son mucho más favorables en 2011 (42 puntos porcentuales) que en 1997 (sólo 29 puntos porcentuales). Si *todas* las respuestas “regular” de 1997 se entendieran como significando “mala” (hipótesis evidentemente extrema y poco realista), ahora habría 10 puntos porcentuales más de respuestas positivas. Por lo tanto, la evolución de los juicios sobre APU durante los últimos quince años ha sido seguramente favorable a la institución.

No hay diferencias significativas por género o lugar de residencia, pero notablemente son los periodistas más jóvenes (menores de 30 años de edad) los que tienen un juicio más favorable sobre la actuación de la APU. Esto sugiere que la tendencia positiva de los juicios sobre la APU observada para el período 1997 -2011 probablemente continuará avanzando en los próximos años

Pensando en la Asociación de Prensa Uruguaya, ¿cómo evalúa el desempeño de la APU en el último año?

	Muy bueno	Bueno	Malo	Muy malo	Ns/Nc	TOTAL	BALANCE**
TODOS	10	49	12	4	26	100	42
Género							
Mujeres	11	47	8	5	29	100	45
Hombres	9	49	14	4	24	100	40
Lugar de residencia							
Montevideo	9	51	11	2	27	100	47

³ No lo son porque en el estudio de 1997 las respuestas se clasificaban en cinco categorías ('muy bueno', 'bueno', 'regular', 'malo', y 'muy malo'), mientras que en la encuesta 2011 no se incluyó la opción 'regular'.

Interior	10	46	13	7	25	100	36
Edad							
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
Antigüedad como comunicador							
Hasta 9 años	14	49	8	3	26	100	52
10 a 20 años	7	49	14	5	26	100	38
Más de 20 años	7	46	15	5	26	100	34

	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy malo	No opina	TOTAL	BALANCE**
Censo 1997*	9	26	14	4	2	45	100	29

* En 1997 se preguntó por el desempeño de la directiva de la APU

** Diferencia entre % de juicios positivos y de juicios negativos

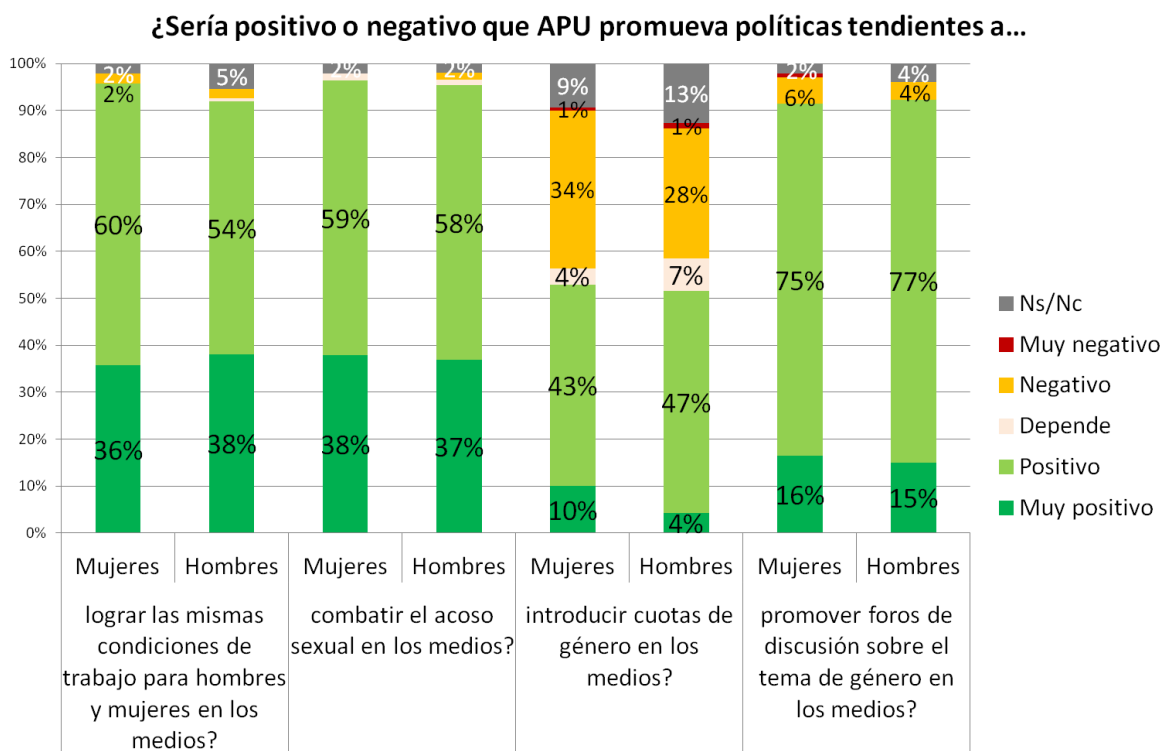
A pesar de esa mejoría visible, entre los entrevistados la opinión más generalizada es que a la APU le falta influencia real, capacidad de incidencia sobre los medios de comunicación, y autoridad como para dirimir conflictos tales como las denuncias de acoso sexual o discriminación.

"Pobre APU, es tan difícil. Lo que pasa es que en realidad yo no sé qué incidencia puede tener APU en los medios."

"No tenemos la fuerza, la APU no tiene, el periodista de Uruguay no tiene fuerza... un comunicado de APU no paraliza a los periodistas, la única forma de manejar eso es con un sindicato fuerte... Considero que cuando tú tenés 5, 6, 8, 12 casos que se quejan de una persona que es arbitraria, que los acosa, o tenés casos en que el 90% de las mujeres no acceden a los cargos altos, tendría que haber una política de la APU para justamente hacer presión hacia los medios, y no existe"

"Yo creo que APU tiene que resolver millones de cosas antes que esto. No es lo suficientemente fuerte, me parece, como para resolver algo tan complejo e importante donde se tiene que trabajar bastante. Creo que todavía le falta bastante fuerza."

6.2. Posibles acciones de una agenda de género



Al preguntar por tres posibles acciones a tomar por parte de la APU en relación a cuestiones de género en los medios de comunicación (combatir el acoso sexual, lograr las mismas condiciones de trabajo para hombres y mujeres, promover foros de discusión sobre el tema de género en los medios), la enorme mayoría de los hombres y mujeres encuestados (siempre, en todos los casos, más del 90%) las considera muy positivas o positivas. En un tema adicional (introducir cuotas de género en los medios), aunque la mayoría (52%) lo considera positivo o muy positivo, aproximadamente un tercio de los encuestados tiene una opinión negativa o muy negativa. En este caso las opiniones de las mujeres sobre las cuotas de género son *más negativas* que las de los hombres.

Entre los entrevistados las opiniones sobre este tema en particular (las cuotas) son aún más claramente negativas:

"Yo no creo mucho en las cuotas, yo creo que todo grupo que se sienta afín y que se vea afectado en su tratamiento desigual, debe organizarse y pelear por que lo traten como igual."

"Mientras no cuotifique; no quiero cuotas en contra, quiero cuotas por los talentos; o sea que a iguales talentos, mismos honorarios, me parece genial. Hacer ámbitos de discusión; probablemente la experiencia siempre individual de cada uno no es la experiencia general; entonces, si se generan ámbitos de discusión en APU o se generan foros interesantes que no sean panfletarios, fantástico."

"Creo que [cuotas] no, a pesar de que yo apoyo totalmente la idea de la igualdad, de equidad a nivel de género. Yo creo que el tema de ponernos en una lucha sin querer y hacer bandos por género refuerza la idea de que sí, están por un lado las mujeres, y por otro los hombres"

En cuanto a los demás temas, los entrevistados sostienen que sería interesante que APU generara más foros de discusión y educación sobre temas de género, y varios aclaran que preferirían que las acciones de esta naturaleza involucraran a hombres y mujeres por igual, porque iniciativas que sólo apuntan a mujeres estarían reforzando la diferenciación por género.

"[respecto a los foros de discusión de temas de género] A veces se tiende a decir 'comisión de género es mujeres, que se ocupen las mujeres, es tema de mujeres', cuando en realidad es un tema de todos. Estaría bueno. Yo creo que ayudaría."

"La APU, como cualquier otro sindicato, podría tomar un rol más activo, podría ofrecer capacitación, por ejemplo, talleres... Los periodistas y las periodistas igual no somos muy proclives, y esto las mujeres de los movimientos de mujeres lo han experimentado; por ejemplo, si nos convocan para decirnos cómo tenemos que hacer las cosas, 'horror!', yo se los he dicho muchas veces, esa convocatoria no sirve..."

7. Principales conclusiones

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, muestran 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%.
3. Además de ser más jóvenes y educadas, las mujeres tienden a tener sólo un empleo, trabajan menos horas que los hombres, y ganan menos que ellos.
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).
5. La satisfacción de mujeres y hombres con sus trabajos, en promedio, es similar en las cuatro dimensiones estudiadas (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). La satisfacción de las mujeres en las cuatro dimensiones, sin embargo, 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. Sin embargo, tanto la encuesta como las entrevistas indican que esta presencia creciente de las mujeres en los medios 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) 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 (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). 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.
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.

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 y de estas profesiones en particular. 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.). Los argumentos que se presentan para explicar estas situaciones son los mismos en los medios de comunicación y en otras actividades: el sueldo de las mujeres no es la principal entrada de sus hogares, las mujeres son más complicadas y tienen menos tiempo disponible, tienen hijos.
10. Si lo mismo (básicamente) ocurre en todos lados, esto sugiere 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*. Las diferencias observadas entre los juicios y actitudes de hombres y mujeres se entienden



fácilmente: todos están inmersos en la misma cultura tradicionalmente patriarcal, 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.

11. 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.
12. 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.
13. 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”.
14. 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.

ANEXOS

Guía de las entrevistas

Cuestionario de la encuesta

Cuadros de la encuesta

Guía de las entrevistas

1. A lo largo de los últimos 10 años ¿ha habido cambios en la *proporción de mujeres* en los medios de comunicación en Uruguay o en *las tareas que realizan*? (SONDEAR LAS CARACTERISTICAS DE ESOS CAMBIOS) ¿Qué factores han incidido en esos cambios?
2. ¿A qué tipo de cargos/puestos de trabajo acceden con mayor facilidad las mujeres comunicadoras, productoras, camarógrafas y otras trabajadoras de los medios? ¿Y a cuáles se les dificulta?
3. Pensando en el medio en el que Ud. trabaja, ¿qué proporción del total de trabajadores son mujeres? ¿y cómo era 10 años atrás?
4. Pensando en los puestos jerárquicos, de responsabilidad, como productoras ejecutivas, editoras jefas, gerentes comerciales, etc., ¿qué proporción son mujeres?
5. Pensando en las caras más visibles de su medio (periodistas con programa propio, presentadores de noticieros, columnistas/periodistas con firma, editorialistas, etc.), ¿qué proporción son mujeres? ¿Diría que algunas/todas tienen un rol más importante, igual o más secundario que los hombres que cumplen funciones similares? (SONDEAR SI ABORDAN LOS MISMOS TEMAS, SI LAS MUJERES TRATAN SOLO “TEMAS DE MUJERES”, CULTURA, ETC., SI ENTREVISTAN A POLITICOS LIDERES, ETC.)
6. En este medio, ¿quién toma la decisión sobre el tipo de noticias que cubren hombres y mujeres? (SONDEAR: quiénes son los que trabajan en secciones de política, economía, policiales, sociales, cultura y espectáculos) ¿Hay alguna política explícita al respecto?
7. ¿Existen diferencias en el tipo de capacitación/preparación con el que acceden hombres y mujeres al trabajo en los medios?
8. En muchos lugares de trabajo sigue habiendo una brecha salarial entre hombres y mujeres, por la cual a igual tarea la remuneración es distinta. ¿Cómo le parece que es la situación en los medios de comunicación en Uruguay? Y en su lugar de trabajo, ¿diría que la remuneración es igual para hombres y mujeres que hacen las mismas tareas?
9. ¿Y piensa que en su lugar de trabajo las mujeres tienen las mismas oportunidades para realizar las tareas más interesantes, más prestigiosas (notas especiales, viajes), para hacer horas extras?
10. ¿Ha presenciado situaciones de acoso sexual, laboral o moral en los medios uruguayos?
11. Teniendo en cuenta su experiencia profesional y la información que Ud. maneja, ¿los casos de acoso sexual hacia las mujeres en los medios de comunicación son frecuentes? ¿En qué ámbitos del trabajo de los comunicadores tienden a darse más situaciones de acoso hacia la mujer? ¿Se dan más dentro del medio o cuando cubren notas afuera?

12. En el medio en que Ud. trabaja, ¿cree que actualmente existe un clima adecuado en los niveles gerenciales/directivos para plantear eventuales situaciones de acoso? ¿Y sabe si se alcanzan soluciones justas y efectivas?
13. Pasando ahora a los contenidos que transmiten los diarios y los noticieros y periodísticos radiales y televisivos, ¿cuál es la imagen de la mujer que transmiten? En su opinión, ¿refleja lo que son los roles actuales de las mujeres en el país o no? ¿Los medios contribuyen a fomentar la discriminación de género o a promover mayor equidad?
14. Y pensando en el medio en el que Ud. trabaja, ¿cuál es la imagen de la mujer que transmite? ¿Hay alguna política explícita del medio para evitar la discriminación de género y/o para promover mayor equidad en los contenidos que transmite? ¿Le parece que es necesario tener una política explícita del medio, o que es mejor que cada productor/editor tome sus decisiones?
15. ¿Le parece que es necesario que las comunicadoras/trabajadoras de los medios se organicen para promover mayor equidad en el lugar de trabajo, o no es necesario? ¿Existe ya algún grupo/organización que promueva la equidad de género?
16. ¿Cuál debería ser el rol de la Asociación de la Prensa Uruguaya (APU)? ¿Qué debería hacer para avanzar en la igualdad de género en los medios uruguayos?

Cuestionario de la encuesta

Buenos días / buenas tardes. Lo estoy llamando de CIFRA, y mi nombre es.... Estamos haciendo un estudio sobre la situación profesional y ocupacional de los trabajadores y trabajadoras de los medios de comunicación, a solicitud de la Asociación de Prensa Uruguaya, y quisiéramos hacerle una breve encuesta, que dura menos de 10 minutos. Sus respuestas son TOTALMENTE anónimas.

P1. ANOTAR GENERO

1. Masculino
2. Femenino

P2. ¿Cuántos años hace que trabaja en el área de la comunicación?

(ANOTAR) _____

P3. ¿Trabaja en televisión?

1. Sí, en un canal
2. Sí, en más de uno
3. No trabaja en TV

P4. ¿Trabaja en radio?

1. Sí, en una radio
2. Sí, en más de una
3. No trabaja en radio

P5. ¿Trabaja en prensa escrita?

1. Sí, en un diario/semanario/revista
2. Sí, en más de uno
3. No trabaja en prensa escrita

P6. ¿También tiene algún otro empleo no vinculado a los medios?

1. No, sólo en tareas vinculadas a comunicación
2. También tiene otro empleo no vinculado a los medios
3. Otro, varios

P7. ¿Podría decirme el número total de empleos/trabajos remunerados que tiene en la actualidad (vinculados o no al área comunicación)?

(ANOTAR) _____

P8. En total ¿cuántas horas por semana dedica a trabajos vinculados a los medios?

_____ hs _____

P9. En el último mes, en los trabajos vinculados a los medios, ¿trabajó las horas que quería trabajar, trabajó más horas de las que quería o trabajó menos horas de las que quería?

1. Trabajó las horas que quería
2. Trabajó más horas de las que quería
3. Trabajó menos horas de las que quería
4. No trabajó (desocupado, enfermo, otro)
8. Ns/Nc

Ahora quisiera que en una escala del 1 al 5, donde 1 es muy insatisfecho y 5 es muy satisfecho, evalúe su satisfacción con algunos aspectos de su vida profesional.

P10. En general, ¿cómo calificaría su satisfacción personal con su trabajo?

Muy insatisfecho				Muy satisfecho	Ns/Nc
1	2	3	4	5	8

P11. Satisfacción con sus ingresos en relación a su etapa de la carrera

Muy insatisfecho				Muy satisfecho	Ns/Nc
1	2	3	4	5	8

P12. Satisfacción con sus ingresos en relación a otros profesionales

Muy insatisfecho				Muy satisfecho	Ns/Nc
1	2	3	4	5	8

P13. Posibilidades de desarrollo profesional en donde trabaja hoy

Muy insatisfecho				Muy satisfecho	Ns/Nc
1	2	3	4	5	8

P14. Pensando en el trabajo de medios al cual le dedica más tiempo, ¿trabaja como empleado/a, en un empleo estable, trabaja free lance, o es dueño de una empresa?

1. Empleo estable (relación de dependencia)
2. Free lance
3. Dueño de empresa
4. Otro

P15. ¿Es un trabajo en radio, TV, prensa escrita, medio digital, asesoría a empresas, otro?

1. Radio
2. TV
3. Prensa escrita
4. Medio digital
5. Asesoría en comunicación

6. Otro

P16. ¿Cuál?

(ANOTAR NOMBRE RADIO/CANAL/DIARIO, ETC.) _____

P17. ¿Cuál es su cargo, qué tarea hace?

1. Periodista, reportero, notero
2. Columnista o periodista (con firma), comentarista, editorialista, conductor
3. Locutor
4. Productor, editor, director de programa
5. Cámara, audio, otras tareas técnicas
6. Administrativo, otras tareas
7. Editor jefe, productor jefe, gerente
8. Directivo, dueño

P18. En ese lugar de trabajo, ¿hay más hombres que mujeres o más mujeres que hombres?

1. Solo hombres
2. Más hombres
3. Igual número de hombres que de mujeres
4. Más mujeres
5. Solo mujeres

P19. ¿Y en los roles más visibles, más prestigiosos (conductores, columnas con firma, etc.) hay...?

1. Solo hombres
2. Más hombres
3. Igual número de hombres que de mujeres
4. Más mujeres
5. Solo mujeres

P20. ¿Y en los cargos directivos (productores ejecutivos, editores jefes, gerentes comerciales)?

1. Solo hombres
2. Más hombres
3. Igual número de hombres que de mujeres
4. Más mujeres
5. Solo mujeres

P21. Por lo que Ud. conoce, en el lugar donde Ud. trabaja, a igual tarea, ¿las mujeres ganan más o menos que los hombres?

1. Ganan más que los hombres
2. Ganan lo mismo
3. Ganan menos
4. (No leer) Depende
8. Ns/Nc

P22. En el medio donde Ud. trabaja, a las mujeres, en general, ¿se les dan las mismas oportunidades que a los hombres, se les dan más oportunidades o menos?

1. Las mismas oportunidades
2. Más oportunidades
3. Menos oportunidades
4. (No leer) Depende
8. Ns/Nc

P23. Ahora pensando en los contenidos periodísticos que transmite el medio donde Ud. trabaja, ¿diría que predominan los contenidos que transmiten...

1. **una visión equilibrada** de los roles que desempeñan hoy las mujeres en Uruguay
2. **una visión que refuerza los estereotipos** más tradicionales de la mujer
3. **una visión que promueve roles más diversos y más igualitarios** que los que hoy desempeñan las mujeres en Uruguay

P24. ¿Y a su criterio cuál visión debería transmitir el medio donde Ud. trabaja?

1. **una visión equilibrada** de los roles que desempeñan hoy las mujeres en Uruguay
2. **una visión que refuerza los estereotipos** más tradicionales de la mujer
3. **una visión que promueve roles más diversos y más igualitarios** que los que hoy desempeñan las mujeres en Uruguay

P25. (SOLO MUJERES) En su caso particular, ¿considera que ser mujer le ha dificultado o facilitado su desarrollo profesional como comunicadora? (PREGUNTAR MATIZ)

1. Dificultado mucho
2. Dificultado algo
3. No le ha afectado
4. Facilitado algo
5. Facilitado mucho
8. Ns/Nc

P26. ¿Considera que alguna compañera de trabajo merecía que la ascendieran o le aumentaran el sueldo, pero no lo hicieron porque era mujer?

1. Ninguna vez
2. Una vez
3. Algunas veces
4. Con frecuencia

P27. (SI ES MUJER) ¿Y Ud. misma, alguna vez NO la ascendieron o le aumentaron el sueldo por ese motivo?

1. Ninguna vez
2. Una vez
3. Más de una vez

P28. (PARA TODOS) ¿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?

1. No conoce de ninguna situación de acoso sexual
2. Una vez

3. Algunas veces
4. Con frecuencia

P29. ¿Y conoce si ha habido situaciones de acoso sexual de hombres a mujeres entre compañeros o entre superiores y empleadas?

1. No conoce de ninguna situación de acoso sexual
2. Una vez
3. Algunas veces
4. Con frecuencia

P30. ¿Usted cree que donde trabaja existe un clima adecuado en los niveles gerenciales/directivos para plantear situaciones de abuso, ya sea acoso o discriminación?

1. Existe un clima adecuado
2. No sabe cómo se recibiría un planteo de abuso
3. No existe un clima adecuado

P31. ¿Sabe si en los últimos años alguien planteó en la dirección una situación de abuso?

1. Una vez
2. Dos veces
3. Tres o más veces
4. Nunca se planteó
5. Ns/Nc

P32. (SI SE PLANTEÓ) ¿Y sabe si se logró una solución justa y efectiva?

1. Siempre se alcanzó una solución justa y efectiva
2. Algunas veces sí, otras no
3. Nunca se logró una solución justa y efectiva
4. Ns/Nc

P33. ¿Usted considera que el rol de la mujer en la familia es una limitante para el ejercicio de algunas tareas en los medios?

1. Sí, es una limitante
2. Algunas veces sí, otras no
3. Nunca es una limitante
4. Ns/Nc

P34. ¿Cuáles tareas son para usted las menos compatibles con el rol de la mujer en la familia? (LEER ALTERNATIVAS)

1. Realizar coberturas en el exterior
2. Horarios de trabajo muy extensos o fuera de los habituales (de noche, de madrugada)
3. Acceso a los cargos de más responsabilidad
4. Otras tareas
5. Ns/Nc

P35. A veces pequeños cambios pueden hacer una gran diferencia. ¿Qué cambio relativamente pequeño en las instalaciones o en las prácticas de trabajo se podría hacer en su lugar de trabajo para hacerlo más amigable para las mujeres? (ANOTAR) ¿Y algún otro cambio?

1er. Cambio (ANOTAR) _____

2do. Cambio (ANOTAR) _____

P36. PENSANDO AHORA EN LA ASOCIACION DE PRENSA... ¿Cómo evalúa el desempeño de la APU en el último año?

1. Muy bueno
2. Bueno
3. Malo
4. Muy malo
5. Ns/Nc

P37. ¿Usted considera que sería positivo o negativo que APU promueva políticas o acciones explícitas tendientes a lograr las mismas condiciones de trabajo para hombres y mujeres en los medios uruguayos?

1. Muy positivo
2. Positivo
3. (NO SUGERIR) Depende cómo lo haga
4. Negativo
5. Muy negativo
6. Ns/Nc

P38. ¿Y sería positivo o negativo que APU promueva políticas o acciones explícitas para combatir el acoso sexual en los medios uruguayos?

1. Muy positivo
2. Positivo
3. (NO SUGERIR) Depende cómo lo haga
4. Negativo
5. Muy negativo
6. Ns/Nc

P39. ¿Y sería positivo o negativo que APU promueva políticas o acciones explícitas para introducir cuotas de género en los medios uruguayos?

1. Muy positivo
2. Positivo
3. (NO SUGERIR) Depende cómo lo haga
4. Negativo
5. Muy negativo
6. Ns/Nc

P40. ¿Y sería positivo o negativo que APU promueva foros de discusión sobre el tema de género en los medios uruguayos?

1. Muy positivo
2. Positivo
3. (NO SUGERIR) Depende cómo lo haga
4. Negativo
5. Muy negativo
6. Ns/Nc

Ahora le voy a hacer unas pocas preguntas finales sobre sus datos personales:

P41. ¿Podría decirme su edad?

P42. ¿Ud. hizo algún curso o carrera vinculada a la tarea que realiza en los medios o se formó en el trabajo? (SI FUE A LA UNIVERSIDAD) ¿Terminó la carrera?

1. Se formó en el trabajo
2. Hizo cursos no universitarios
3. Cursó carrera vinculada a su tarea en los medios en universidad (no la terminó)
4. Es universitario, terminó la carrera vinculada a su tarea en los medios
5. Es universitario, terminó una carrera no vinculada a la tarea que realiza hoy en los medios

P43. Pensando en su núcleo familiar, ¿Ud. es el único soporte económico de su hogar, es el principal o hay otra persona que aporta más?

1. Único soporte económico
2. Principal soporte económico
3. Hay otro que aporta más

P44. ¿Tiene hijos? (SI TIENE) ¿Cuántos?

(ANOTAR NUMERO DE HIJOS) _____

P45. ¿Y alguno es menor de 18 años?

(ANOTAR NUMERO DE HIJOS MENORES) _____

P46. (TODOS LOS QUE TIENEN HIJOS) ¿Comparte/compartía a medias el cuidado de sus hijos con su pareja, están/estaban principalmente a cargo suyo o principalmente a cargo de su pareja?

1. Comparte a medias el cuidado
2. Principalmente los cuida entrevistada/o
3. Principalmente a cargo de su pareja
4. Están a cargo de otra persona

P47. ¿Dónde vive hoy?

1. Montevideo
2. Interior capital

3. Interior otra localidad

P48. ¿Finalmente cuántos son sus ingresos personales líquidos por toda su actividad vinculada a la comunicación?

1. Menores de \$15.000
2. Entre \$15.000 y \$29.999
3. Entre \$30.000 y \$49.999
4. \$50.000 o más
5. Ns/Nc

Muchas gracias por su participación.

Anexo de cuadros de la encuesta