

UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO
ÁREA DE CIENCIAS SOCIALES
PROGRAMA CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN SOCIAL



TESIS DE GRADO

***“LA SITUACIÓN SOCIOLABORAL DE LA MUJER TRABAJADORA
EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE COBIJA”***

PARA OPTAR AL GRADO DE:

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

Por

POSTULANTE: Gabriela Montero Medrano
TUTOR: Lic. Ingard Miahuchi Nataly

Cobija - Pando - Bolivia
2010

**UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO
ÁREA DE CIENCIAS SOCIALES
PROGRAMA DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN SOCIAL**

***“LA SITUACIÓN SOCIOLABORAL DE LA MUJER TRABAJADORA
EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE COBIJA”***

**Tesis de Grado sometida a consideración de la Universidad
Amazónica de Pando, Área de Ciencias Sociales,
Programa de Ciencias de la Comunicación Social.**

Requisito para optar al grado de:

Licenciatura en Ciencias de la Comunicación Social

Por

Gabriela Montero Medrano

**Cobija - Pando – Bolivia
2010**

Esta Tesis de Grado, ha sido aceptada en su presente forma, por la Universidad Amazónica de Pando, Dirección del Área de Ciencias Sociales y aprobada por el Tribunal.

FIRMANTES:

Lic. Alfredo Aparicio Calláu.
Director Área de Ciencias Sociales

Lic. Paula Denisse Mansour Galindo.
Tribunal

Lic. Alfredo Aparicio Calláu.
Tribunal

Lic. Ingard Miahuchi Nataly
Tutor

Gabriela Montero Medrano
Postulante

DEDICATORIA

Quiero dedicarle este trabajo a Dios que me ha dado el don de la vida y fortaleza para terminar este proyecto de investigación.

A mi padre +ENRIQUE MONTERO GARCIA, que por esas cosas de la vida ya no esta conmigo, pero desde el cielo guía mis pasos y esto es para ti especialmente Papito, te extraño mucho.

Para mis padres Ana Maria Medrano Tapia y Alfonso Coronel Raña por su comprensión y ayuda en momentos malos y menos malos. Me han enseñado a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento. Me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi perseverancia y mi empeño, y todo ello con una gran dosis de amor y sin pedir nunca nada a cambio.

Para mi esposo y compañero Luis Balderrama Balcázar, a el especialmente le dedico esta tesis. Por su paciencia, comprensión, empeño, fuerza, por su amor, por ser tal y como es. Realmente el me llena por dentro para conseguir un equilibrio que me permita dar lo máximo de mi. Nunca le podré estar suficientemente agradecida.

Para mi hija, Zayana Gabriela Balderrama Montero. Su nacimiento ha sido el impulso de mi superación. Ella es lo mejor que me ha pasado, y ha venido a este mundo para llenar de felicidad mi vida. Es sin duda mi referencia para el presente y para el futuro. Te amo bebita.

A mis hermanos: Enrique, Alfonso, Modesta y Ángel.

A todos ellos, muchas gracias de todo corazón.

AGRADECIMIENTOS

A Dios por permitirme concluir mis estudios y no dejar que me desvanezca en medio camino.

Agradezco a mis docentes: Lic. Alfredo Aparicio Callaú, por transmitirme sus conocimientos y experiencias de forma incondicional, y a la Lic. Ingard Miahuchi Nataly.

A la vez, agradezco a todos los compañeros y amigos del Área de Ciencias Sociales; a la Lic. Sandra Cabrera Holanda y la Lic. Paula Denisse Mansour Galindo por el apoyo y confianza que me brindaron.

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	i
AGRADECIMIENTO.....	ii
ÍNDICE GENERAL.....	iii
ÍNDICE DE CUADROS.....	v
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	vi
ÍNDICE DE ANEXOS.....	vii
RESUMEN.....	viii

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO I

GENERALIDADES.....	3
<i>1.1 Planteamiento del problema.....</i>	<i>3</i>
1.1.1 Antecedentes.....	3
1.1.2 Justificación.....	8
1.1.3 Problemática.....	9
1.1.4 Objetivos.....	10
1.1.4.1 Objetivo general.....	10
1.1.4.2 Objetivos específicos.....	10
1.1.5. Operacionalización de Variables.....	11
1.1.5.1 Variable Independiente.....	11
1.1.5.2 Variable Dependiente.....	11
1.1.6 Pregunta de investigación.....	12
1.1.7 Alcances de la investigación.....	12
1.1.7.1 Alcance Temático.....	12
1.1.7.2 Alcance Espacial.....	12
1.1.7.3 Alcance Temporal.....	12

CAPITULO II

METODOLOGÍA.....	13
<i>2.1 Diseño metodológico.....</i>	<i>13</i>
2.1.1 División de la muestra por categorías.....	14
2.1.2 Instrumentos de recolección de datos.....	14
2.1.2.1 La encuesta.....	14
2.1.2.2 La entrevista semi estructurada.....	15
2.1.3 Universo.....	15
2.1.4 Muestra.....	15
2.1.5 Procedimientos para análisis de datos.....	15

CAPÍTULO III	
MARCO TEÓRICO	17
3.1 <i>Fundamentos teóricos</i>	18
3.2 El Feminismo.....	19
3.2.1 Origen del Feminismo.....	20
3.3 Teoría Feminista.....	22
3.3.1 Feminismo de Igualdad.....	22
3.3.2. Feminismo de Diferencia.....	22
3.4 Teoría de Género.....	23
3.5 Género.....	24
3.5.1 Orígenes del Género.....	24
3.5.2 Diferencia entre Género y Sexo.....	25
3.5.3 Conceptos y Definiciones de Género.....	26
3.6 Perspectiva de Género.....	30
3.6.1 Qué se entiende por “Perspectiva de Género”.....	30
3.6.2 Cuáles son las raíces de la “Perspectiva de Género”.....	30
3.7 Mujer.....	31
3.7.1 Mujer y Medios de Comunicación.....	31
3.7.2 La Mujer y periodismo.....	35
3.8 Periodismo.....	36
3.8.1 Periodismo y Género.....	36
3.9 Formación Profesional.....	38
3.3.9 Limitaciones por factor de formación.....	39
CAPITULO IV	
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	42
4.1 <i>Desarrollo de los procedimientos</i>	42
4.1.1 Análisis e interpretación de muestras.....	42
4.1.2 Análisis de entrevistas a las trabajadoras de M.C.S.....	69
CONCLUSIONES	71
RECOMENDACIONES	74
BIBLIOGRAFÍA	75
ANEXOS	

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro Nº 1	
Medio de Comunicación.....	43
Cuadro Nº 2	
Horario de ingreso.....	45
Cuadro Nº 3	
Horario de salida.....	47
Cuadro Nº 4	
Edad.....	48
Cuadro Nº 5	
Lugar de nacimiento.....	50
Cuadro Nº 6	
Estado Civil.....	51
Cuadro Nº 7	
Medio en que trabaja.....	53
Cuadro Nº 8	
Años de servicio.....	54
Cuadro Nº 9	
Cargo.....	56
Cuadro Nº 10	
Formación profesional.....	57
Cuadro Nº 11	
Tiene Seguro.....	59
Cuadro Nº 12	
Salario que percibe.....	61
Cuadro Nº 13	
Beneficios sociales.....	62
Cuadro Nº 14	
Tipo de Contrato.....	64
Cuadro Nº 15	
Infraestructura del medio.....	65
Cuadro Nº 16	
Condiciones técnicas.....	66
Cuadro Nº 16	
Relaciones Humanas.....	68

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Grafico N° 1	
Medio de Comunicación.....	44
Grafico N° 2	
Horario de ingreso.....	46
Grafico N° 3	
Horario de salida.....	47
Grafico N° 4	
Edad.....	49
Grafico N° 5	
Lugar de nacimiento.....	50
Grafico N° 6	
Estado Civil.....	52
Grafico N° 7	
Medio en que trabaja.....	53
Gráfico N° 8	
Años de servicio.....	55
Gráfico N° 9	
Cargo.....	56
Gráfico N° 10	
Formación profesional.....	58
Gráfico N° 11	
Tiene Seguro.....	59
Gráfico N° 12	
Salario que percibe.....	61
Gráfico N° 13	
Beneficios sociales.....	63
Gráfico N° 14	
Tipo de Contrato.....	64
Gráfico N° 15	
Infraestructura del medio.....	65
Gráfico N° 16	
Condiciones técnicas.....	67
GráficoN° 17	
Relaciones Humanas.....	68

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo N° 1 Diseño de instrumentos metodológicos.....	2
Encuesta 1	2
Guía de entrevista	5
Anexo N° 2 Fotografías.....	10

RESUMEN

La situación sociolaboral de la mujer trabajadora de medios de comunicación, se convierte en un aspecto importante de investigación, partiendo del hecho que no sólo se aboca al periodismo, sino que también desempeña otras funciones relacionadas con los medios de comunicación como: operadora de VCR en televisión, locutora de radio e incluso jefe de prensa.

El estudio condujo a identificar aspectos importantes del desempeño de éstas en el ámbito social y laboral, constituyéndose adicionalmente en un aporte para futuras investigaciones sobre la temática en cuestión.

A partir de la teoría del feminismo, se realizó una investigación empleando la metodología cualitativa y cuantitativa para determinar la situación socio laboral de la mujer trabajadora de medios de comunicación en Cobija, además, de identificar sus roles laborales y establecer su formación laboral o grado de instrucción en relación a las funciones que ocupan, además, de analizar los factores socio-laborales que inciden en diferentes aspectos del objeto de estudio.

Dentro los resultados obtenidos, se pudo establecer que existen varios aspectos negativos que afectan las aspiraciones de la mujer trabajadora de medios de comunicación, de alcanzar por ejemplo, una buena remuneración económica tropezando con varias limitantes, como la falta de formación personal lo que produce barreras para acceder a mejores condiciones económicas.

También se identificó otros factores negativos que afectan sus intereses, pasando por el no cumplimiento de los derechos que le otorga la Ley como mujer trabajadora, por parte de sus empleadores.

Este trabajo de investigación, trata de comprender y reflejar la realidad local con relación a la situación socio laboral de la mujer trabajadora de medios de

comunicación, como parte activa, con todos sus derechos dentro de nuestra sociedad.

INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación son instrumentos esenciales para la búsqueda de alternativas de promocionar y difundir la equidad e igualdad entre mujeres y varones, en el marco del género. Pero se convierte en un aspecto aun más interesante cuando las protagonistas de los medios son mujeres, en sus diferentes ámbitos.

Tal situación se evidencia en los distintos medios de comunicación radiales, televisivos, como de prensa en Cobija, donde las mujeres desempeñan funciones diversas.

Concretamente se identifica diferentes roles y funciones que cumplen como periodistas, operadoras, locutoras incluso Jefas de Prensa que al igual que cualquier trabajador tiene reivindicaciones que normalmente son vulneradas por varios factores socio-laborales.

Es a partir de esta perspectiva que se toma como objeto de estudio este aspecto que tiene que ver con la comunicación, y se apunta a describir factores que inciden en las condiciones laborales de las mujeres de medios en todos los ámbitos desde la formación académica hasta los beneficios sociales.

La investigación se enmarca en un tipo de estudio descriptivo a partir de una metodología cualitativa y cuantitativa.

El presente trabajo está estructurado en cuatro capítulos. En el primero, se puntualizan algunos datos referenciales; se justifica la realización del presente trabajo; también muestra un enfoque problemático, y, en este marco, van implícitos los objetivos que se persiguen.

El segundo capítulo muestra la estructura de la investigación, la delimitación de los sujetos de estudio, las herramientas de medición y análisis; posteriormente, en el capítulo tres, se muestra la adecuación del objeto de estudio un modelo teórico que conduce al tema.

En el cuarto capítulo, se desarrolla un análisis detallado y explícito de variables, y posteriormente se expresan las conclusiones en base a los objetivos formulados en el estudio.

CAPÍTULO I

GENERALIDADES

1. Planteamiento del problema.

1.1 Antecedentes

En el transcurso de los procesos históricos de la humanidad, las mujeres han incursionado para sobresalir laboralmente en diferentes contextos, y los medios de comunicación no han sido excepcionales, sea desde el ámbito periodístico como tal, o en otras funciones gerenciales o de dirección propia de esta actividad.

El derecho a la educación, a un salario justo, al voto, la anticoncepción y el vivir sin guerras, fueron algunas demandas de los primeros movimientos organizados de mujeres en sus distintas vertientes: socialistas, comunistas, sindicalistas, sufragistas y pacifistas.¹

La incorporación de la mujer al mercado laboral se puede considerar como uno de los grandes logros del siglo XX. No sólo dignifica el papel de las mujeres, sino que demuestra que en este campo son igual a los hombres. Entrega, capacidad de organización o humanización de la empresa son algunos de los elementos positivos que la mujer introdujo con su trabajo. En ese sentido, paulatinamente se rompieron los esquemas que impidieron acceder a un puesto de responsabilidad, desde gerencia de una empresa hasta la Presidencia de un gobierno,² o formar parte de un medio de comunicación como periodista o desempeñando otras funciones laborales de responsabilidad.

Si bien la incorporación de la mujer a la profesión periodística comenzó tan sólo hace unas décadas, España ya contaba con una periodista en el siglo XVIII. Beatriz Cienfuegos es la primera periodista española que publicó entre 1773 y 1774 “La

¹ PORTUGAL, Ana María. s/d. “Día Internacional de la Mujer: Cuando la historia cambió”. (versión actualizada)<http://www.periodistasenlinea.org/modules.php?op=modload&name=News&file=article&sid=7195>. Pág. 25

² LA MUJER TRABAJADORA. Ponencia Décima.
<http://librodenotas.com/opiniondivulgacion/10975/mujertrabajadora-News&file67>

pensadora gaditana”, periódico semanal crítico sobre las costumbres masculinas y femeninas y otros temas de interés de la época.³

Una de las primeras manifestaciones en América Latina de intervención laboral de la mujer en los medios de comunicación social, surgió en el año 1848 en Guatemala: se trata de María Josefa García Granados, quien vivió en una sociedad conservadora que no admitía la intervención de las mujeres en asuntos políticos y, menos aún, aceptaba que expresaran sus ideas públicamente.⁴

Zoila Casas Rodríguez, fue la primera voz de mujer que surcó el aire a través de la 2LC, a los pocos días de ser inaugurada la Radio en Cuba, en agosto de 1922, y su hermana María Luisa, una de sus precursoras desde la Voz del Aire, en la misma década de los veinte.⁵

La primera mujer en Latinoamérica que registró su nombre como propietaria de la radioemisora Caibarién en Cuba fue Josefa Álvarez Álvarez, quien era hermana del pionero de la radiodifusión cubana, el asturiano Manolín Álvarez Alvarez.⁶

En el contexto de Bolivia, la insurgencia de los indígenas aimaras en la radiodifusión boliviana, (menospreciados a pesar de la Revolución de 1952) y la competencia profesional hicieron difíciles los primeros pasos. Gradualmente fueron incursionando los hombres primero quienes tuvieron que aprender el trabajo por sí mismos. Sin embargo, en este proceso se destacó *Cleofé Vargas*, conocida como “*María Kantuta*”, convirtiéndose en una impulsora de la radiodifusión aimara a través de estaciones comerciales.⁷

³ UFARTE RUIZ, María José. 2007. “Las mujeres en el seno de la profesión periodística: de la discriminación a la inserción. Sevilla Pág. 5 en <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/168/16801623.pdf>

⁴ **MONZON** Ana Silvia ,2006 El mundo se escribe en masculino. Guatemala en <http://www.observatoriodosmedios.org/imxd/noticias/doc/1236340370artigo18.pdf>.

⁵ BRACERO TORRES, Josefa. 2007. Las mujeres que hablan por radio y televisión Escrito por Sábado, 25 de Agosto de 2007 00:00 en: <http://www.radiocubana.cu/index.php/historia-de-la-radio-cubana/24-memoria-radial-cubana/199-las-mujeres-que-hablan-por-radio-y-television->

⁶ TORRES, Bracero. Op. Cit. Pág. 15

⁷ BELTRÁN, Luis Ramiro, REYES, Jaime. Radio popular en Bolivia: La lucha de obreros y campesinos. para democratizar la comunicación. En: http://www.dialogosfelafacs.net/dialogos_epoca/pdf/35-03LuisBeltran.pdf

Otra mujer que forma parte del proceso histórico de los medio de comunicación en Bolivia es Mabel Rivera, quien era directora del teatro “El Arlequín”, implementó un programa para niños, en el canal 7, llamado El Arlequín. Estuvo en el aire 13 años, Rivera fue productora, directora, presentadora y dirigía a un equipo de más de 15 personas.⁸

Posteriormente, en el programa televisivo ““El Compadre y la Comadre”, transmitido por canal 7, hace historia Remedios Loza, por realizar el programa vestida de chola lo cual refleja la clase popular de la ciudad de La Paz. De esa manera también se convierte en la inseparable compañera de Carlos Palenque, quienes juntos trabajan en Radio Metropolitana y después en Canal 4 de propiedad del mismo. Luego de estar en el campo comunicacional le permite dar un salto para incursionar en la política partidaria en Conciencia de Patria (CONDEPA), donde llega al Parlamento Nacional y cumple un rol activo en la defensa de la igualdad de los derechos de las mujeres⁹

Al comparar la evolución del rol de la mujer en el periodismo en los países de Latinoamérica desde el siglo XX, existen determinados aspectos en común como por ejemplo: las mujeres que ejercían la profesión utilizaban seudónimos para firmar sus trabajos, eran rechazadas, tenían vínculos con el feminismo, generalmente luchaban por el sufragio femenino, manifestaban conflictos con la iglesia y consideraban prioritaria la educación.¹⁰

Sumado a estas primeras incursiones de mujeres en la vida pública y en los medios de comunicación, están los cambios sociales que favorecieron la figuración del género femenino.

En la actualidad, los medios de comunicación están presentes y se articulan como un elemento importante en todo el accionar de la humanidad, lo que influye también,

⁸ EL KHARA. 2009. 10 hitos de Televisión Boliviana en sus 40 años de transmisión. En: <http://lapaz.metro-blog.com/10-hitos-de-television-boliviana-en-sus-40-anos-de-transmision/>

⁹ ARCHONDO Rafael, 2003 Compadres y comadres al micrófono, Ediciones Plural la Paz Bolivia pag. 25

¹⁰ CARREÑO MALAVER, Ángela María LA PERIODISTA EN COLOMBIA: Radiografía de la mujer en las redacciones. Tesis: (Comunicadora Social) Bogotá, Colombia. Pontificia Universidad Javeriana. Facultad de comunicación y lenguaje, Carrera de comunicación social. 2008. Pág. 15

en la búsqueda de alternativas para la mujer dentro de todos los campos que se desarrollan en la sociedad.¹¹

A partir de estas experiencias que se produjeron en el mundo es posible establecer algunos parámetros de investigación que posibiliten respuestas a interrogantes, no sólo a las interesadas, sino a la sociedad en su conjunto, acerca de la situación socio laboral de la mujer trabajadora, que es también la operadora de los medios de comunicación.

Temas concurrentes como ética, libertad y similares son parte del esquema donde navegan algunos sectores críticos a la actividad que desempeña este grupo de personas, sin que se conozca a ciencia cierta muchos elementos ligados a la actividad laboral de las mismas.

Aquí se encuentran algunas respuestas a estas interrogantes que necesariamente pasan por conocer, en forma previa, lo que sucede al interior de los medios, básicamente, la situación socio laboral de la mujer en los medios de comunicación social.

Si bien, las mujeres cumplen un rol fundamental en la sociedad, requieren de condiciones óptimas para desempeñar su función como cualquier otro trabajador; condiciones laborales, seguro de salud, vacaciones, aguinaldos y otra serie de beneficios.

En Bolivia, se puede observar que, si bien se ha incrementado la participación de la mujer en el mercado laboral, persisten los sesgos de género y son advertidos a partir de la concentración de mujeres en ocupaciones de baja calificación y menor productividad. En su mayor parte, las mujeres trabajan en el sector informal, especialmente en las actividades económicas de servicios y comercio, marcando la

¹¹ BAREIRO, Miguel. 1995. La televisión y la construcción de género.

existencia de otra desigualdad en las oportunidades de acceso a trabajo asalariado y a la seguridad social.¹²

A nivel nacional existe poca investigación sobre la situación socio laboral de la mujer periodista como tal, sin embargo, juega un papel importante dentro de la sociedad en que se vive; un ejemplo es Gabriela Orozco, actual corresponsal de **TELEMUNDO**. Ella inició su carrera en los medios de comunicación social, en el año 1991, como presentadora de noticias de la RED UNITEL, La Paz. Desde sus inicios en la televisión, tropezó con diferentes obstáculos, como la falta de transporte para llegar al lugar de los hechos, a la hora indicada, el salario que no era acorde al trabajo que realizaba, entre otros.¹³

Otro claro ejemplo de mujer trabajadora de medio de comunicación, es Ana María Romero de Campero, con más de 30 años de servicio. Ella nació en La Paz, fue reportera, cronista, redactora, columnista, corresponsal y, finalmente, directora del periódico "Presencia". En esa tarea invirtió 30 años de su vida, y le permitió recibir el Premio Nacional de Periodismo.

En 1998 fue elegida como la primera Defensora del Pueblo, un cargo que la comprometió a fondo con la defensa de los derechos humanos, méritos por los que la postularon al Nóbel de la Paz 2005 junto a 1000 mujeres de todo el mundo, la Legión de Honor de Francia y fue directora ejecutiva de la Fundación UNIR Bolivia, que trabaja en la construcción de paz a través de iniciativas en los campos de Diálogo, Negociación Pacífica de Conflictos, Información y Deliberación.

Recientemente recibió la medalla Prócer Domingo Murillo en el grado de Honor Cívico, por ser ejemplo a otras generaciones.¹⁴

En Cobija, desde la década de los 60, algunas mujeres ya incursionaban en medios de comunicación social, como la radio, que era el único medio que existía en esa época. Una de las primeras locutoras fue Maria Shiosaki, quien relata que en ese

¹² Informe Complementario al Informe País 2005. Vice Ministerio de Género y Asuntos Generacionales. Gestión 2006 -2007 en: http://www.bancotematico.org/archivos/documentos/situacion_de_la_mujer.pdf

¹³ Entrevista que concedió en "La Revista". Red Unitel, 12-05-09

¹⁴ Nota de Prensa. http://www.unirbolivia.org/index.php?option=com_content&task=view&id=735&Itemid=173

tiempo no se contaba con las condiciones sociolaborales de acuerdo al trabajo que ejercían:

“La falta de un ambiente laboral adecuado para realizar las actividades, seguro de salud, una buena renumeración salarial y la falta de cursos de capacitación para la formación profesional, eran problemas con los que se tropezaba”.¹⁵

Si bien es cierto, que cuando se habla de medio de comunicación lo primero que se relaciona directamente es con el periodismo, pero es importante hacer notar que también, existen otras funciones que se desempeñan, y que esas labores están ocupadas generalmente por mujeres.

Asimismo, cabe recordar que una de las meritorias periodistas que trascendió el medio local para insertarse en el plano nacional e internacional fue la señora Gelcina D´onato, con una amplia y reconocida trayectoria en medios de comunicación nacional y corresponsalías de agencias exteriores como la France Press y Associated Press.

1.1.2 Justificación

Las mujeres, han tenido un papel fundamental en los medios de comunicación social y en distintos procesos históricos del mundo. En Bolivia, desempeñaron un papel importante en la preservación de los derechos humanos y la consolidación de la democracia.

Por tanto, la democracia recobrada en el país a partir de 1982 y con ella la garantía de los derechos y las libertades individuales, constituyen el marco legal donde el periodismo se ha desarrollado en los últimos tiempos y la mujer periodista estuvo presente en esta importante fase de la historia boliviana.

Muchas de estas mujeres trabajadoras en medios de comunicación se formaron empíricamente, posteriormente, ingresaron los académicos o los profesionales en Ciencias de la Comunicación Social.

¹⁵ Historia de la radio en Pando. Trabajo de investigación. 2006 A.C.S.

Estos, sin duda, son aspectos que la sociedad discierne y cuestiona, sin embargo, se hace énfasis en la relación medio - mujer, el tratamiento empleador – empleado-empresario y trabajador. Pero, cuánto influye la falta de formación y capacitación en el desempeño laboral de la mujer en los medios de comunicación en general, es una interrogante a desarrollar.

En ese contexto, la importancia de este proyecto reside en determinar la situación socio laboral de la mujer, sus roles, la formación académica y analizar los factores laborales en los medios de comunicación social de la ciudad de Cobija.

1.1.3 Problemática.

Trabajar en medios de comunicación social, contempla una serie de factores que van desde la responsabilidad hasta la ética, en el cumplimiento de la profesión, pero, también implica enfrentar una serie de aspectos como el mismo riesgo que involucra decir la verdad incluyendo el tema laboral.

Este último aspecto es primordial, porque además, va intrínsecamente relacionado con lo social. Sin embargo, a comienzos de siglo XXI aún está presente en la sociedad las diferencias de género, sociales y laborales hacia la mujer.

A pesar de que la mujer se introdujo, poco a poco, en el mercado laboral, y va equiparándose al hombre, tiene muchas las metas que deben superar. Entre ellas, esos arcaicos arquetipos que han y condicionan el progreso de la mujer en la sociedad para que las diferencias sociales sólo se equiparen por condiciones físicas y no sociales.

Se está frente a una sociedad machista aunque con los años, la mujer ha ido rompiendo esa barrera, y los medios son los encargados de perpetuar la sociedad liderada por los hombres.

Por otro lado, las condiciones laborales, tendrían que ser igual que la de los hombres, en cuanto a la parte salarial. El ambiente y los medios de trabajo en muchos casos no son los adecuados. Otro factor, que influye en la oferta salarial es la falta de formación y capacitación personal.

Finalmente, es necesario enfatizar que la mujer también cumple otros roles que influyen en la relación mujer-género y medios de comunicación, como el ser ama de casa, madre de familia y esposa.

1.1.4 Objetivos

1.1.4.1 Objetivo General.

Determinar la situación socio laboral de la mujer trabajadora en los medios de comunicación social de Cobija.

1.1.4.2 Objetivos Específicos.

1. Identificar los roles laborales de la mujer trabajadora en los medios de comunicación social de Cobija.
2. Establecer la formación académica o grado de instrucción de las mujeres trabajadoras, en los medios de comunicación social de Cobija.
3. Analizar los factores sociolaborales de la mujer trabajadora en los medios de comunicación social de Cobija.

1.1.5 Operacionalización de Variables

1.1.5.1 Variable Independiente

La situación socio laboral de la mujer trabajadora en los medios de comunicación de Cobija.

1.1.5.2 Variable Dependiente

Limitación por factores de formación y oportunidades.

V.D. (1): Limitaciones por factor de formación.

V.D. (2): Factores de oportunidades.

VARIABLE 1 DEPENDIENTE	DEFINICION CONCEPTUAL	DIMENSIÓN	INDICADOR	INSTRUMENTO
Limitaciones por factor de formación	Características que impiden la formación personal	Formación personal.	Instrucción	<ul style="list-style-type: none">• Encuesta estructurada.• Entrevistas

VARIABLE 2 DEPENDIENTE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIÓN	INDICADOR	INSTRUMENTO
Oportunidades	Acceso a una mejor calidad de vida	Calidad de vida	Factores socio económicos	<ul style="list-style-type: none">• Encuesta

1.1.6 Pregunta de Investigación

¿Cuál es la situación socio laboral de la mujer trabajadora en los medios de comunicación Social de Cobija?

1.1.7 Alcances de la Investigación

1.1.7.1 Alcance Temático

La inserción y diferencias que se producen en el mercado laboral de Cobija respecto de las mujeres en los medios de comunicación social locales. La situación sociolaboral con relación a derechos humanos y laborales.

1.1.7.2 Alcance Espacial

Los medios de comunicación públicos y privados de la ciudad de Cobija; radio, televisión y prensa.

1.1.7.3 Alcance Temporal

Comprende 12 meses, a partir del mes de Agosto de 2009 que es cuando inicia la investigación hasta Julio del 2010, que es cuando concluye.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA

2.1 Diseño Metodológico

De acuerdo al problema y objetivos planteados la presente investigación es tipo cualitativa-que, según Hernández Sampieri el enfoque se basa en la recolección de datos no estandarizados, es flexible y se mueve entre los eventos y su interpretación.¹⁶

La investigación aplicó la metodología cualitativa porque proporciona profundidad a los datos, dispersión, riqueza interpretativa, contextualización del ambiente o entorno, detalles y experiencia únicas, permitiendo determinar la situación socio laboral de la mujer trabajadora en los medios de comunicación social de Cobija. También se aplicó la investigación cuantitativa. Este procedimiento mixto permitió comparar, medir y evaluar las variables del objeto de estudio.

Asimismo, se trabajó con un nivel de estudio descriptivo, que busca especificar las propiedades, las características y los perfiles importantes de personas, grupos, comunidades, que se analice,¹⁷ lo cual permite identificar los roles laborales de la mujer trabajadora en los medios de comunicación social de Cobija y establecer la formación académica o grado de instrucción.

Por la ubicación de los hechos en el tiempo, se aplicó la investigación de nivel prospectivo. Éste se utiliza para realizar estudios de actualidad, registrándose los hechos conforme van sucediendo los fenómenos que se desean analizar¹⁸, lo que, permitió identificar los roles laborales de la mujer trabajadora en los medios de comunicación social de Cobija.

¹⁶ **HERNÁNDEZ SAMPIERI**, Roberto. 2003 "Metodología de la Investigación" Editorial McGraw-Hill, Mexico.

¹⁷ **ibid HERNÁNDEZ SAMPIERI**, Roberto. 2003 " pág. 9

¹⁸ **KORIA PAZ**, Richard. S/D "Metodología de la Investigación de la Práctica Didáctica" S/L. Pág. 83

Con estos insumos se analizó las condiciones socio laborales de la mujer trabajadora en los medios de comunicación social de Cobija.

2.1.1 División de la muestra por categorías

En función al universo y a partir de la proporción por tipo de medio se subdividió la muestra en tres grupos.

Del total del universo se determinó sobre la base de encuestas que 14 mujeres trabajan en medios televisivos. En radio trabajan 18 mujeres, mientras que en prensa se identificó sólo una mujer.

2.1.2 Instrumentos de recolección de datos.

En la presente investigación se realizó un levantamiento de datos cuantitativos y cualitativos. Como instrumentos en el proceso de recolección de datos se emplearon: la Encuesta, aplicada al número total de la muestra; la Entrevista, destinada a cinco unidades de la muestra.

2.1.2.1 La Encuesta.

“Las encuestas sirven para obtener datos generales sobre diferentes temas sociales. Su aplicación puede ser a diferentes grupos sociales, mujeres, profesionales, estudiantes, etc.; generalmente las preguntas son cerradas y en su elaboración lo más importante es saber cuáles son los datos a los que se quiere llegar”¹⁹.

La encuesta: Es otra técnica cuantitativa que se aplicó en la investigación que consiste en obtener información de fuente directa de los sujetos de estudios, a través de formularios expresamente estructurados que los encuestados llenan por si mismo²⁰ y se realizó a todas las mujeres trabajadoras, para establecer la formación académica o grado de instrucción en los medios de comunicación de Cobija.

¹⁹ BAUDUCO Gabriel, Secretos de la Entrevista. México.2001, p.32-33.

²⁰ Op. Cit. KORÍA PAZ Pág. 114

2.1.3.2 La entrevista semi estructurada.

Quivy y Van Campenhautd, citados por Rossana Barragán²¹, señalan que este tipo de entrevistas tiene una guía y una serie de preguntas predeterminadas, pero en el proceso de su aplicación no sigue necesariamente el orden porque se deja bastante libre al que habla, sin olvidar de centrar la entrevista en el tema de la investigación.

Este instrumento generalmente fue utilizado para recabar la información que no puede obtenerse con las encuestas, y su aplicación no fue a la totalidad de la muestra sino a nueve personas del total. Durante la aplicación de las entrevistas pudieron añadirse nuevas preguntas sobre las que se habían formulado inicialmente.

2.2.1 Universo

El universo establecido para el trabajo propuesto, son 33 mujeres que ejercen funciones activamente en los Medios de Comunicación Social en la ciudad de Cobija. Las mismas fueron identificadas a través de un censo.

2.2.2 Muestra

Tomando en cuenta el universo de estudio reducido se determinó trabajar con la totalidad o sea las 33 mujeres, que tienen una dependencia laboral en medios de comunicación en Cobija.

2.1.3 Procedimientos para análisis de datos.

Para realizar la sistematización de datos, se trabajó con la creación de una base utilizando el Programa informático SPSS, que permite, en forma simultánea el logro

²¹ BARRAGAN Rossana, SALAM Ton: Formulación de Proyectos de Investigación- La estrategia Metodológica, (s/d) .p. 142.

de cuadros de trabajo y que fueron necesarios para aplicar la interpretación y análisis posterior.

CAPITULO III

MARCO TEÓRICO

Los medios de comunicación están presentes y se articulan como un mecanismo elemental en todo el accionar de la humanidad, hecho que influye también, en la búsqueda de alternativas para la mujer dentro de todos los ámbitos que se desarrollan en la sociedad.

Los grandes cambios que ha tenido la humanidad en el siglo XX y en el siglo XXI, se manifiestan muy claramente en la redefinición del papel que desempeña la mujer en la sociedad moderna.

A nivel internacional, existe un reconocimiento sobre el trato desigual que reciben las mujeres, respecto de la remuneración salarial, trato laboral y facilidades para poder realizar su trabajo.

Por ejemplo, el Sistema de Naciones Unidas, desde su nacimiento, mostró interés por el progreso de la mujer y adoptó diversos instrumentos jurídicos relativos a la igualdad entre hombres y mujeres.²²

A pesar de que han existido todas esas acciones, muchos de los objetivos allí planteados no se han logrado, aunque si se han dado avances significativos en las interpretaciones conceptuales sobre la condición de la mujer.²³ Un ejemplo de ello, se produjo en la conferencia celebrada en Copenhague en el año de 1995, donde uno de sus enunciados manifiesta:

“... interpretar la igualdad no sólo en el sentido de igualdad jurídica (eliminación de la discriminación) sino también de igualdad de derechos, responsabilidades y oportunidades para la participación de la mujer en el desarrollo, como beneficiadora y como agente activo. También se instó a adoptar medidas para efectuar cambios sociales y económicos profundos

²² CRUZ MUÑOZ , Alejandra. 1997 “Mujer y Medios de Comunicación en Centroamérica” Anuario de Estudios Centroamericanos, Universidad de Costa Rica, Pág. 37 pdf.

²³ Op. Cit. CRUZ MUÑOZ Pág. 37

y eliminar los desequilibrios estructurales que acentuaban las desventajas de la mujer en la sociedad".²⁴

El trabajo en medios de comunicación, se ha caracterizado, en los últimos años, por una creciente cualificación y feminización. Sin embargo, esa feminización no ha venido acompañada de una igualdad de oportunidades, en cuanto a jerarquía e ingresos básicamente.

Las mujeres continúan encontrando barreras para ascender en los medios, para equiparar sus condiciones laborales (salario, tipo de contrato), o para conciliar trabajo y familia.

A partir de estas experiencias que se produjeron en el mundo, es posible establecer algunos parámetros de investigación que posibiliten respuestas a interrogantes que día a día se presentan, no sólo a las interesadas, sino a la sociedad en su conjunto, acerca de la situación socio laboral de la mujer trabajadora.

3.1 Fundamentos teóricos.

Por lo tanto, existen muchos criterios teóricos sobre esta temática como las referencias teóricas de Bourdieu²⁵ y Giddens²⁶.

Bourdieu, en la perspectiva de la representación simbólica, enfatiza la discusión sobre la dominación masculina.

El autor señala que, a pesar de los cambios en la sociedad occidental contemporánea y de las conquistas femeninas en el campo profesional, económico, político y social, todavía prevalece la dominación masculina.²⁷

²⁴ BARAHONA, Manuel y MONTERO, Sary. 1995. Beijing 95: Mujer y desarrollo sostenible. En: Espacios. San José (Costa Rica). # 5 (julio/setiembre), pp. 35-44. En: CRUZ MUÑOZ, Alejandra. 1997 "Mujer y Medios de Comunicación en Centroamérica" Anuario de Estudios Centroamericanos, Universidad de Costa Rica, Pág. 37 pdf.

²⁵ BOURDIEU, Pierre. 1999. "La dominación masculina". Editorial: Seuil, coll. Liber, 134 p. París, Francia. En ROCHA, Paula Melani. 2006. "Mujer Periodista. Relaciones Familiares y Profesionales" pdf. Pág. 4

²⁶ GIDDENS, Anthony 1991. "La Consecuencias de la Maternidad". São Paulo: UNESP en ROCHA, Paula Melani. 2006. "Mujer Periodista. Relaciones Familiares y Profesionales" pdf. Pág. 4

²⁷ Op. Cit. ROCHA, Paula Melani

Contrariamente, Giddens utiliza la perspectiva de estructuración y defiende que se está produciendo un cambio en las relaciones entre los géneros y la mujer viene conquistando un espacio mayor en la sociedad.²⁸

También, es fundamental mencionar a Hochschild quien, estudia las relaciones entre los géneros en la sociedad capitalista, más específicamente las relaciones entre emoción, género, familia, capitalismo y globalización. Aquí muestra que hay una fusión de códigos culturales presentes en la sociedad.²⁹

Hochschild, sostiene que hay una convivencia entre las dos culturas propuestas por Bordieu y Giddens, lo cual flexibiliza a la mujer para definir la situación de actuar según esa agrupación en los espacios públicos y privados combinando esas influencias y atribuyendo sentido a esas experiencias.

3.2 El Feminismo

Es un movimiento a favor de la igualdad de derechos y de oportunidades entre hombres y mujeres.

El feminismo niega la “inevitabilidad” de la superioridad del hombre tanto en el ámbito profesional como en el personal, afirmando que esta dominación masculina sobre la mujer no surge de una superioridad física o intelectual, sino de una amplia gama de estereotipos relativos al sexo.³⁰

Gracias al feminismo, la sociedad ha tomado conciencia de la discriminación que sufre la mujer y ha intentado eliminarla a través de la modificación y creación de nuevas leyes (códigos civiles y penales que no subordinen sus derechos), la equiparación económica (recibir el mismo salario que un hombre que ocupa un puesto de trabajo idéntico) y laboral (acceder a las áreas de decisión), además de promover una nueva educación y actitud ante la vida.³¹

²⁸ Op. Cit. ROCHA, Paula Melani

²⁹ Op. Cit. ROCHA, Paula Melani

³⁰ LAMAS, Martha. (1995) Introducción a la Teoría del Feminismo. México. Pag. 56. Pdf.

³¹ Op.Cit. LAMAS, Martha

3.2.1. Origen del Feminismo

Los cambios políticos, económicos y sociales que vinieron con la revolución industrial en la década de 1770, provocaron una aceleración del movimiento feminista.³²

Es en 1837, cuando emerge en la lengua francesa, la expresión *Feminisme*, la cual intenta apoyar públicamente los derechos del género femenino en dicha sociedad.³³ Desde el surgimiento de esta doctrina, las mujeres han llevado a cabo luchas incansables para defender sus derechos y su papel en la esfera de la vida pública.

En Inglaterra, en 1850 se observaba que el número de mujeres solteras mayores de 45 años había crecido entre las clases medias. El sueño del “matrimonio” registraba un cierto retroceso para muchas mujeres, no sólo como proyecto de vida, sino también como una opción económica.³⁴

Así, a principios del siglo XX, el 70.8% de las mujeres solteras, entre 20 y 45 años, tenía un trabajo remunerado. Otro elemento constituyó la incorporación masiva de la mujer al trabajo durante la Primera Guerra Mundial para sustituir a los hombres que habían marchado al frente. La conciencia de su valor social y económico alentó a la demanda del derecho al sufragio.³⁵

Los objetivos del movimiento feminista en esta primera etapa fueron: el derecho al voto, mejor educación, capacitación profesional, eliminación de la discriminación, trabajo igual con salario igual, con relación a los salarios de los trabajadores hombres, apertura de espacios laborales y la equiparación de sexos en la familia como medio de evitar la subordinación de la mujer.³⁶

Pero es en los últimos años, donde esta teoría feminista ha forjado conceptos nuevos, evolucionando para un mejor análisis al respecto.³⁷

³² PAREDES CARVAJAL. Julieta. “Feminismo Género y Ciudadanía de las Mujeres” Modulo Pag. 25

³³ Op. Cit. PAREDES CARVAJAL. Pág. 25

³⁴ Op. Cit. PAREDES CARVAJAL. Pág. 25

³⁵ Op. Cit. PAREDES CARVAJAL. Pág. 26

³⁶ Op. Cit. PAREDES CARVAJAL. Pág. 26

³⁷ El Feminismo. <http://www.portalplanetasedna.com.ar/feminismo.htm>

Esta ofensiva tiene su punto de partida en las denuncias sobre el sexismo. Entendido a este, como la consecuencia de la falocracia (dominación de los hombres sobre las mujeres o el sistema patriarcal) y además, no simplemente como una hegemonía, sino como un sistema que recurre claramente y de manera sutil a todos los mecanismos institucionales e ideológicos que encuentre a su alcance, con el objetivo de reproducir la primacía de los hombres sobre el sexo opuesto. Estos ámbitos de opresión pueden abarcar desde la política, la economía, la moral, la ciencia, la medicina, hasta la moda, la cultura, la educación, los medios de comunicación, entre otros.³⁸

Pero la historia de las mujeres no es sólo la historia de su represión, sino también la historia no menos ocultada hasta hoy de su resistencia en el curso de los siglos a esta represión y a su encierro. La discriminación de la mujer ha sido constante a lo largo de muchas etapas de la historia de la humanidad, sobre la base a una supuesta inferioridad del llamado “sexo débil”.³⁹

La lucha por la igualdad y la dignidad de las mujeres, se evidencia hoy en las protestas llevadas a cabo por las mismas como movimientos de liberación. Éstas surgen en el Renacimiento, cuando los ideales de emancipación del individuo comienzan a urgirse desde los nuevos estratos sociales. En cambio, hoy estas protestas tienen lugar primordialmente en aquellos lugares en donde la situación de la mujer ha mejorado considerablemente, es decir, en los países desarrollados. Ya que en las naciones en vías de desarrollo el movimiento feminista, sólo es llevado a cabo por aquellas mujeres que pudieron tener acceso a una educación superior, pero lo llevan a cabo en forma clandestina y muchas veces es mandado a ser reprimido.⁴⁰

³⁸ Op. Cit. UFARTE RUIZ

³⁹ <http://www.portalplanetasedna.com.ar/feminismo.htm>

⁴⁰ Op. Cit. UFARTE RUIZ

3.3 Teoría Feminista

La teoría feminista es la extensión del feminismo a los campos teóricos o filosóficos. Abarca el trabajo realizado en una amplia variedad de disciplinas, e incluye de manera prominente los enfoques en cuanto a los roles y vidas de las mujeres y la política feminista en la antropología y sociología, el psicoanálisis, la economía, los estudios de género y de mujeres, la crítica literaria feminista y la filosofía, especialmente la continental.⁴¹

La teoría feminista tiene como fin la comprensión de la naturaleza de la desigualdad y se centra en la política de género, las relaciones de poder y la sexualidad. Mientras que generalmente la teoría feminista presenta una crítica de las relaciones sociales, una parte importante de la teoría feminista también analiza la desigualdad de género y la promoción de los derechos, intereses y asuntos de las mujeres.⁴²

3.3.1 Feminismo de Igualdad.

Tiene como objetivo central la consecución de los derechos por parte de las mujeres y alcanzar la igualdad.

Rosa Cobo⁴³. Considera que partiendo del reconociendo de la raíz sociocultural de las diferencias entre hombre y mujeres, se centra en el logro de la participación (en el espacio público y privado) y una distribución de los bienes igualitarias.

3.3.2 Feminismo de la diferencia

Según Virginia Montañez y Mariano Aguirre⁴⁴ hombres y mujeres somos diferentes y el objetivo, por tanto, ya no es la igualdad. Por lo que se trataría de revalorizar la identidad del género y las cualidades atribuidas a las mujeres, impidiendo que se conviertan en la base de un sistema de opresión y discriminación.

⁴¹ MONASTERIO MARTÍN, Marta. 2005 ¿Es el feminismo una teoría política o una ética? Madrid. PDF

⁴² Op. Cit. MONASTERIO MARTÍN

⁴³ Cobo. Rosa. (2000) "Ciudadana Mujer" en M. J. Jiménez. Premio de Divulgación Carmen de Burgos (1993 – 2000) Malaga Asociación de estudios Historicos sobre la mujer (A.E.H.M) Universidad de Malaga Pags. 106

⁴⁴ ESPINAR. Ruíz, Eva. (2004). Tesis Doctoral Violencia de Género y Procesos de empobrecimiento. Pag. 24

3.4 Teoría de Género

La teoría o teorías de género no están solamente referidas a la concepción genérica de los sexos femenino y masculino, sino que abarca una concepción cultural determinada y una visión de la sociedad predefinida, con bases ideológicas bastante claras.⁴⁵

Esta teoría se ha implantado y buscado imponer como uno de los avances de la modernidad, que constituye una transversal en todas las políticas públicas que tienen que ver con educación, salud, trabajo y cultura principalmente, y que establece una derivación con nuevas aristas del feminismo igualitarista entre el hombre y la mujer y de lo llamado “políticamente correcto”.⁴⁶

Para Santa Cruz, “La teoría de los géneros, íntimamente ligada a la teoría de la discriminación deliberada y sistemática de la mujer por parte del hombre, se sustenta en la creencia –no avalada por la ciencia, aunque se pretenda de otro modo – que la mayoría de las diferencias entre hombres y mujeres, y ciertamente sus roles y funciones, no responden a su naturaleza sexuada y a la originalidad de lo femenino y de lo masculino, sino a diferencias de género, vale decir, que no tienen fundamentos naturales irrevocables, sino que han sido construidas culturalmente en forma artificial a través de la historia, creando una discriminación de carácter sistémico en contra de la mujer”.⁴⁷

De esta manera, las mujeres han sido y siguen siendo, excluidas, limitadas de actuar en los "grandes" espacios sociales -los que sí se consideran importantes-, y han sido consideradas por los medios de comunicación, solamente como receptoras pasivas, consumidoras compulsivas que, de paso, se convierten en objeto para satisfacer las apetencias sexuales masculinas⁴⁸

⁴⁵ SANTA CRUZ, Lucía. 1995. “De la Lucha de Clases a la Lucha de Géneros”, Serie Informe político Libertad y Desarrollo In. Teorías de Género: ¿Qué hay tras ellas? Abril 2001 N° 43

⁴⁶ Op. Cit. SANTA CRUZ.

⁴⁷ Op. Cit. SANTA CRUZ Pág. 1

⁴⁸ ROCHA, Paula. 2004. “ La Mujer Periodista en el estado de São Paulo: El proceso de profesionalización y feminización de la carrera. Tesis de doctorado, Universidad de San Carlos, San Carlos.

Se observa entonces que la imagen femenina, los diferentes roles de las mujeres se presentan -por decir lo menos- como devaluados e inferiores y en este proceso, tanto el lenguaje como los medios que lo expresan-de manera escrita, visual, auditiva, cibernética, etc.-, "constituyen el más potente factor de difusión cultural, en uno de los más poderosos instrumentos de persuasión." ⁴⁹

3.5 Género

El término género circula en las ciencias sociales y en los discursos que se ocupan de él, con una acepción específica y una intencionalidad explicativa. Dicha acepción data de 1955, cuando el investigador John Money propuso el término "papel de género" (gender role) para describir el conjunto de conductas atribuidas a los varones y a las mujeres. Pero ha sido Robert Stoller el que estableció más nítidamente la diferencia conceptual entre sexo y género en un libro dedicado a ello, basado en sus investigaciones sobre niños y niñas que, debido a problemas anatómicos, habían sido educados de acuerdo a un sexo que fisiológicamente no era el suyo. ⁵⁰

La idea general mediante la cual se distingue sexo de género consiste en que el primero se refiere al hecho biológico de que la especie humana es una de las que se reproducen a través de la diferenciación sexual, mientras el segundo guarda relación con los significados que cada sociedad le atribuye a tal hecho. ⁵¹

3.5.1 Orígenes del Género.

Los orígenes y posterior desarrollo de lo que hoy día se conoce como género están ligados al propio movimiento feminista; en los años 60 y 70 del siglo XX, fundamentalmente en Estados Unidos e Inglaterra ⁵²

Esta relación entre ciencia y acción político social, tiene una serie de efectos. Por un lado las diferencias en el seno del movimiento feminista se trasladan a la propia labor

⁴⁹ CALVO, Yadira. 1997 "De lo que sobra y de lo que falta". En: "Jornadas de Reflexión sobre Violencia contra las Mujeres". Guatemala. En Monzón, Ana Silvia, 1998 "El mundo se escribe en masculino, Mujeres y medios de comunicación" pdf.

⁵⁰ BURIN, Mabel. 2006. Género y Psicoanálisis: Subjetividades femeninas vulnerables, Biblioteca Virtual, Doc. Word Pág. 1-2

⁵¹ Op. Cit. BURIN, Mabel.

⁵² BOSCH E. Bea Ferrer (2002). La voz de las invisibles. Las víctimas de un mal amor que mata. Madrid Cátedra. Pag. 237. Pdf.

científica e investigadora con una marcada orientación política; comprometida en mayor o menor medida, con la denuncia de la situación de las mujeres y los esfuerzos por propiciar cambios sociales.

La clásica divergencia entre feminismos de la igualdad y feminismos de la diferencia se traslada afectando a los conceptos y objetivos de investigación.

3.5.2 Diferencia entre Género y Sexo.

Cuando se habla de sexo, lo primero que viene a la mente es un hombre y una mujer, esto es correcto, desde el punto de vista físico. En términos más amplios el concepto de sexo se refiere a las características del cuerpo que identifican como hombres o mujeres. Estas características son biológicas y universales.

Existe otro concepto que normalmente es confundido y asociado al sexo: Es la palabra género. Cuando se refiere a las conductas, valores, creencias y actitudes que una determinada cultura les asigna a los hombres y a las mujeres y que determinan lo que es femenino y lo que es masculino, se habla de género. Todas las características que definen al género son aprendidas y cambiantes.

A través de los siglos, las diferentes sociedades han asignado ciertas conductas o normas que deben regir a las personas, basándose en el sexo. Estos “roles” o papeles dependen por supuesto, de la etnia, cultura o religión.

Por ejemplo, el rol de madre supone, ocuparse de los hijos y de la casa, mientras que el rol o papel de un padre es de trabajar, recibir un salario, mantener una familia.

Estas asignaciones son necesarias hasta cierto punto, para mantener un equilibrio dentro de la sociedad.

Sin embargo, existe una tendencia en la mayoría de las sociedades de designar específicamente a la mujer o al género femenino, papeles que las limitan en su desarrollo individual como seres humanos y que las convierten en pasivas, emocionales y dependientes de los hombres, según explica el folleto educativo

“Sistema Sexo-género y autoestima” elaborado por el Programa de Educación Legal de la Fundación para la promoción de la Mujer (Fundamujer).⁵³

Estos roles transmitidos de generación en generación, se han convertido en estereotipos, es decir, una idea repetida, fija y aceptada por muchos, sobre personas o cosas.

De acuerdo a la Fundación para la Promoción de la Mujer, los estereotipos que existen sobre las mujeres, son casi siempre negativos y tienden a desvalorizarlas en su fuente laboral.

Inclusive aquellas mujeres que logran salir de sus hogares y enfrentarse al mundo, ejerciendo alguna labor son víctimas de la discriminación por la idea tradicional de considerarlas más débiles, inseguras o incapaces de realizar un oficio o trabajo comúnmente desarrollado por los hombres.

En este sentido, Fundamujer expresa que la sociedad ha dividido el trabajo de acuerdo a la diferencia de sexo, colocando al hombre en la esfera pública y a la mujer en la esfera doméstica.⁵⁴

3.5.3 Conceptos y Definiciones de Género

Marx explicaba en el siglo XIX con gran lucidez el carácter efímero e histórico de los conceptos y el sociólogo Peter Berger argumenta en el siglo XX que la utilidad de los conceptos viene marcada por su capacidad explicativa.⁵⁵ Los conceptos son útiles en la medida en que iluminan la realidad que designan y aportan elementos para comprenderla⁵⁶

La eficacia de los conceptos se origina en su capacidad de dar cuenta de la realidad que nombra. Por ello, para comprender adecuadamente el concepto de género es

⁵³ FUNDAMUJER 2.008

⁵⁴ <http://.aciprensa.com/familia/genero.htm>

⁵⁵ COBO BEDIA, Rosa. 2005. El género en las ciencias sociales Universidad de A Coruña. Pág. 2

⁵⁶ BERGER, P. y KELLNER, H. 1985. “La reinterpretación de la sociología”, Espasa-Calpe, Madrid. En COBO BEDIA, Rosa. 2005. El género en las ciencias sociales Universidad de A Coruña. Pág. 2

preciso subrayar que tras esta categoría hay un referente social: el de las mujeres como colectivo. La mitad de la humanidad conforma un colectivo con problemas crónicos de exclusión, explotación económica y subordinación social. Por tanto, mientras esta realidad subsista, y parece que se está acrecentando en una gran parte del planeta, la noción de género seguirá siendo rentable para las mujeres.⁵⁷

Actualmente a nadie le sorprende ni le parece extraño que se hable de las teorías de género: “esto es una cuestión de género”, “aquí hay discriminación de género”, “se trata de un problema de género”, etc. Sin embargo, hace 15 ó 20 años estos conceptos no se utilizaban en el sentido que actualmente se les da, ni tenían el alcance ni las consecuencias que hoy están experimentando estas teorías.

Género es "... un conjunto interrelacionado de estructuras sociales que definen a hombres y mujeres en términos de su papel reproductivo [...] género es mucho más que un atributo de un individuo o que una característica de una colectividad social; es el proceso activo que reduce a las personas, y concibe la vida social..." (Hawkesworth)⁵⁸

Género es una forma de denotar las construcciones culturales, la creación totalmente social de ideas sobre los roles apropiados para mujeres y hombres.

Otra definición de género señala, que es una forma de referirse a los orígenes exclusivamente sociales de las identidades subjetivas de hombres y mujeres.⁵⁹

Burin, define al género como la red de creencias, rasgos de personalidad, actitudes, sentimientos, valores, conductas y actividades que diferencian a mujeres y varones. Tal diferenciación es producto de un largo proceso histórico de construcción social, que no sólo establece diferencias entre los géneros femenino y masculino, sino que, a la vez, esas diferencias implican desigualdades y jerarquías entre ambos.⁶⁰

⁵⁷ Op. Cit. COBO BEDIA Pág. 2

⁵⁸ BOURDIEU, Pierre. 1999. “La dominación masculina”. Editorial: Seuil, coll. Liber, 134 p. París, Francia. En ROCHA, Paula Melani. 2006. “Mujer Periodista. “Relaciones Familiares y Profesionales” pdf. Pág. 4

⁵⁹ FLORES, Jorge Luis. 2005 “Introducción a la teoría de género” Universidad Iberoamericana Puebla, Puebla. Pág. 6

⁶⁰ BURIN, Mabel. 2006. Pág. 2

Ramos⁶¹ define género como:

"el conjunto de relaciones sociales que, con base en las características biológicas regula, establece y reproduce las diferencias entre hombres y mujeres..."

De acuerdo a dicha autora, se trata de una construcción social, de un conjunto de relaciones con intensidades específicas en tiempos y espacios diversos y desde su punto de vista, considera que la teoría de género aún se encuentra en proceso de elaboración, y uno de sus aspectos relevantes es el relacionado con el ordenamiento jerárquico, en el cual se encuentra implícito el poder, ya que legitima la subordinación, la desigualdad, la inequidad y la injusticia social.

Lamas⁶² refiere que el término gender (Género) fue impulsado desde la academia feminista anglosajona en la década del 70 con la finalidad de dejar en claro las diferencias entre la biología y las construcciones sociales y culturales; en donde la primera era utilizada para explicar la "naturaleza" femenina y las segundas, su condición de subordinación. Había que distinguir entre sexo y género, como imperativo teórico para enfrentar el determinismo biológico bajo el cual se pretendían explicar las dualidades mujer / naturaleza; mujer / reproducción; mujer / ámbito doméstico, y sus correspondientes dicotómicas.

Elizabeth Cross define género como la identidad generada por el rol sexual de las personas.⁶³

Los términos género y sexo se utilizan a menudo indistintamente, aunque sexo se refiere de forma específica a las características biológicas y físicas que convierten a una persona en hombre o mujer en el momento de su nacimiento, y género se refiere a las conductas de identificación sexual asociadas a miembros de una sociedad.⁶⁴

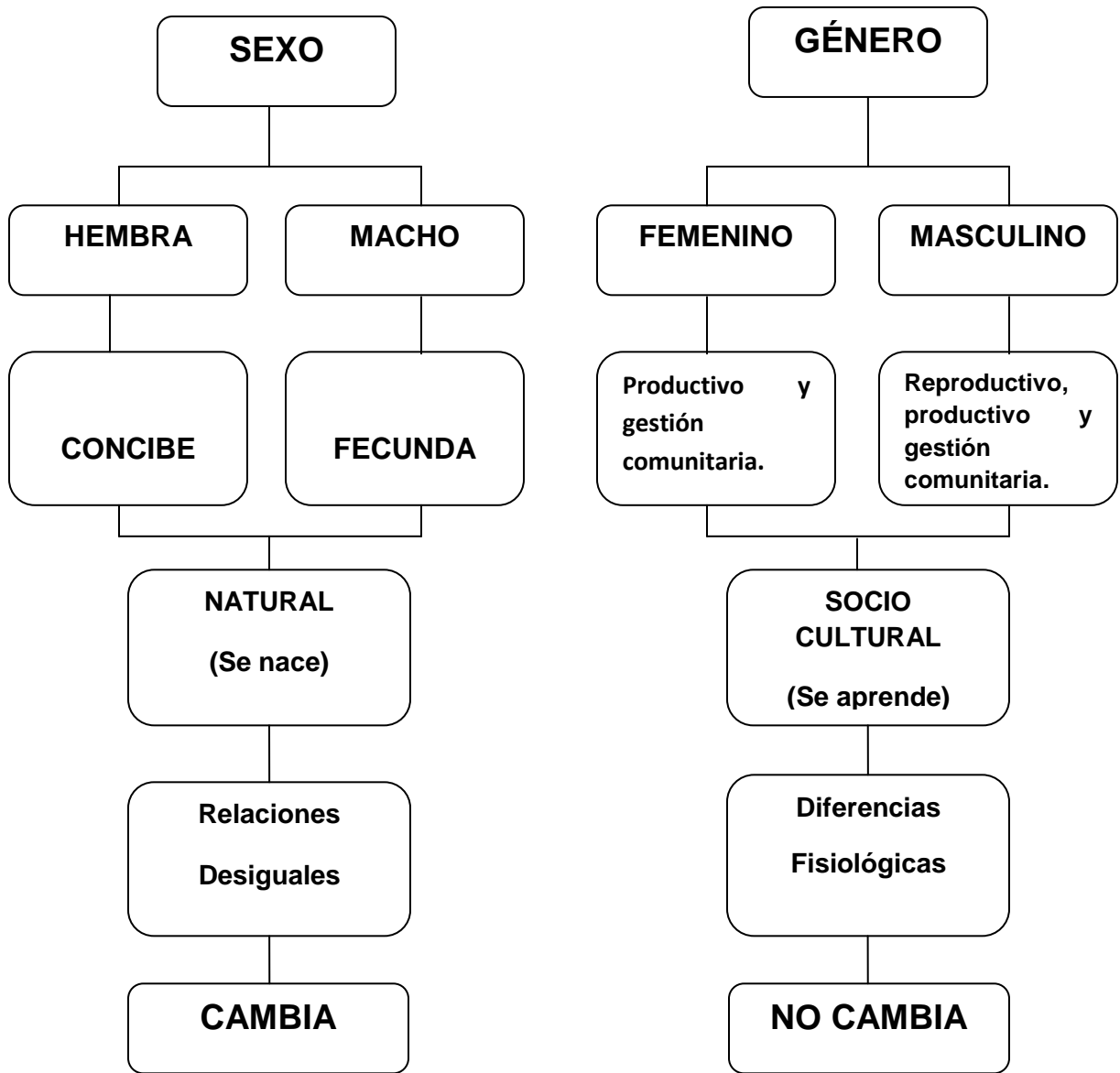
⁶¹ RAMOS, María Marta. 2003. "Por un Tanto de Igualdad" Paidós, Argentina.

⁶² LAMAS, Marta. 2002. "Usos, dificultades y posibilidades de la categoría 'género". En Cuerpo: diferencia sexual y género. Editorial Taurus. México. Pag. 45

⁶³ CROSS Elizabeth. ¿Qué es la Teoría de Género? <http://vidahumana.org/vidafam.feminismo>.

⁶⁴ Op Cit. CROSS Elizabeth

Grafico Nº 1 Diferencia entre sexo y género



3.6 Perspectiva de Género

3.6.1 ¿Qué se entiende por “perspectiva de Género”

La perspectiva de género presenta algunas consecuencias que asumen una visión integral y trans-social, entre ellas se puede mencionar las siguientes:

La perspectiva de género emerge como categoría de análisis de la realidad social a fines del Siglo XX y comienzos del Siglo XXI. De contornos difusos y ambiguos, se

puede decir que centralmente, considera que lo femenino y lo masculino son dimensiones de origen cultural en el ser humano, quitando toda relevancia al dato biológico.⁶⁵

De esta forma, la perspectiva de género sería una clave de la sociedad que pretende discernir y denunciar los condicionamientos culturales que oprimen a la mujer y a su vez, que promueve iniciativas para liberar a la mujer de esos condicionamientos.

3.6.2 ¿Cuáles son las raíces de la “perspectiva de género”?

Una visión dialéctica sostiene que la historia y la sociedad avanzan por la superación de los contrarios. En la actualidad perspectiva de género, los que se contraponen son: relación hombre-mujer, la relación naturaleza-cultura, la relación sexo-género.

Un contexto de la “revolución cultural” que supone el desprestigio de la tradición, la decadencia, la razón, que ha perdido su vinculación con la verdad y ha supuesto el apogeo de la voluntad y la afectividad y la rebelión contra el orden social.

El marco de la globalización que tiende a generar una cultura dominante homogeneizante. En particular, en numerosas conferencias internacionales, el feminismo de género sostuvo la necesidad de trasladar el centro de atención de la mujer al concepto de género, reconociendo que toda la estructura de la sociedad, y todas las relaciones entre los hombres y las mujeres en el interior de esa estructura, tenían que ser revaluadas.⁶⁶

3.7 Mujer

El diccionario de la Real Academia Española define primero, a la mujer, como persona del sexo femenino; segundo, mujer que ha llegado a la pubertad o a la edad adulta; tercero, que tiene las cualidades consideradas femeninas por excelencia. ¡Esa sí que es una mujer!; cuarto, que posee determinadas cualidades, y quinto, mujer casada, con relación al marido.

⁶⁵ <http://www.aciprensa.com/familia/genero.htm>

⁶⁶ <http://www.aciprensa.com/familia/genero.htm>

Según el concepto de género planteado por la CEPAL.⁶⁷ “las mujeres no son un grupo separado en la sociedad, sino que mantienen relaciones con los hombres, las que son determinadas, influidas y modificadas por las normas sociales y culturales, el sistema de sexo/género es el conjunto de actitudes mediante las cuales la sociedad transforma la sexualidad biológica en productos de actividad humana y a través de las cuales se satisfacen estas necesidades.

3.7.1 Mujer y Medios de Comunicación

El lugar del desempeño laboral de la mujer en el presente estudio son los medios de Comunicación Social o Medios Masivos de Comunicación, los cuales son definidos por Gonzáles⁶⁸ como los dispositivos técnicos a través de los cuales se da el acto de la comunicación entre masas.

Con una visión más crítica Iriarte⁶⁹ define a los Medios de Comunicación Social como mediaciones a través de los que llegan los mensajes. Los califica como instrumentos, de comunicación, pero también pueden ser instrumentos de distorsión del mensaje y hasta la incomunicación.

La participación y presencia de la mujer en los medios de comunicación es cada vez mayor. Pero este incremento no ha provocado un cambio automático en las redacciones. La realidad de las mujeres la siguen contando los hombres desde su visión, desde su perspectiva, ofreciendo una imagen distorsionada, conservadora, convencionalista, que refleja las normas y valores dominantes y que favorece los prejuicios sexistas respecto del papel que las mujeres debemos desempeñar en la sociedad.

No en vano, los estudios efectuados en todo el mundo indican que la proporción de mujeres en los puestos de dirección o responsabilidad en las empresas de comunicación, no alcanza en ningún lugar el 50%.⁷⁰

⁶⁷ CEPAL. 1995. Mujeres en el proceso de toma de decisiones en América Latina. FLACSO, Cuaderno de Ciencias Sociales # 79. Pág. 17-18 1995 inc. CRUZ MUÑOZ, Alejandra. “ Mujer y Medios de Comunicación en Centroamérica”.1997

⁶⁸ GONZALES ALONSO, Carlos.2003. Diccionario de Comunicación. Editorial Trillas, México.

⁶⁹ Op. Cit. IRIARTE, 2005

⁷⁰ Op. Cit. IRIARTE, 2005

En África, América Latina y Asia, las mujeres son menos de un 25% del colectivo laboral de los medios de comunicación. En Europa esta cifra aumenta a un 30 por ciento. Pero en ningún lugar estamos debidamente representadas en los puestos editoriales, directivos y de gestión que es donde se controlan los contenidos que se publican o se difunden. Aquí los porcentajes bajan estrepitosamente, lo mismo ocurre en las áreas técnicas. Y es aquí donde está la clave.⁷¹

Con estos datos, se puede afirmar que los medios de comunicación no podrán reflejar toda la riqueza informativa y de matices que hay en nuestras sociedades hasta que las mujeres no tengamos también acceso a dirigirlos. Porque las **élites** del periodismo siguen perteneciendo principalmente a los hombres lo que contribuye a reforzar los estereotipos de género en nuestra sociedad, en nuestra cultura y esto se hace desde lugares que, como la televisión, son capaces de configurar opinión, aptitudes e incluso sentimientos.

Se constata pues, que el notable aumento de mujeres en los medios de comunicación, en las dos últimas décadas no ha logrado modificar ni los contenidos, ni los tratamientos de la información. El periodismo diario es tan androcentrista como la mayoría de las disciplinas académicas y las actividades humanas de prestigio. Estudios recientes de la ONU sobre 200 organizaciones de medios de difusión en 30 países de todas las regiones del mundo señalan que solamente 7 organizaciones están dirigidas por mujeres.

Las principales fuentes de información también siguen siendo masculinas: ministros, dirigentes políticos y sindicales, portavoces.

En lo que es la estructura de los medios, la mayoría de las mujeres se encuentran ubicadas en el departamento de administración, seguido por el de redacción, mientras que en el área técnica la presencia es prácticamente simbólica.

Otro aspecto de desigualdad flagrante es la diferencia de salarios entre hombres y mujeres que trabajan en medios de comunicación. Una diferencia que, además, en

⁷¹ Op. Cit. IRIARTE, 2005

lugar de disminuir va aumentando. Las mujeres cobramos una media del 30% menos que nuestros compañeros. Según recientes estudios de la Organización Internacional del Trabajo, las mujeres trabajadoras de medios de comunicación, no llegan a ganar las tres cuartas partes que un hombre en Chipre, Estados Unidos, Gran Bretaña y Corea. En Bolivia, Ghana, Dinamarca, República Checa y Tayikistán ganan el 90%.⁷²

La revolución de la información, unida a las nuevas tecnologías es un fenómeno destacado por multitud de sociólogos contemporáneos, que tiene consecuencias en la concepción tradicional del ser humano y su entorno. Asimismo, está demostrado el poder de influencia que ejercen los medios de comunicación en un contexto globalizado.⁷³

No existe hoy mayor globalización que la marcada por lo medios. Sus instrumentos de alta tecnología permiten circular en segundos, reflejos culturales propio y ajenos, cuya distribución es inasible e incontrolable.⁷⁴ Para Lovera, estos medios de la literatura popular al internet, a través de los más variados productos de consumo popular, reflejan el ser de mujer de manera distorsionada y adecuadas al poder masculino.⁷⁵

La Plataforma de Acción de Beijing (PBA) adoptada por los estados miembros de las Naciones Unidas en 1995 describe los problemas en la relación de las mujeres, los medios y el desarrollo bajo la Sección J y señala estrategias y acciones que se consideran primordiales para encarar las preocupaciones de las mujeres con relación a los medios de comunicación.

La figura de la mujer en los medios se ha venido caracterizando por su ausencia, en contraposición a los hombres. Al gozar de menos representación en las altas esferas del poder político, económico, cultural, social etc. tienen menos posibilidades de

⁷² Op. Cit. IRIARTE, 2005

⁷³ TUBIO, Silvia. 2007. MESA DE LA IGUALDAD: Jóvenes Mujeres Periodistas en los Medios de Comunicación. V Convención de Periodistas de España. Lugo, 3, 4, 5 y 6 de mayo de 2007. Pág. 1 pdf.

⁷⁴ LOVERA, Sara. 2007. "Comunicación y Género: El Reto de este siglo denominado de la Sociedad de la Información" Artículo Académico En: "Comunicación y Género: Acta del Foro Internacional" Galicia, 2006. Pág. 21

⁷⁵ Op. Cit. LOVERA, Sara. 2007. Pág. 21

ejercer los papeles protagonistas de la información, como actrices directas o como fuentes de información.⁷⁶

Por otra parte, la mujer, que a pesar de encontrarse en una situación jurídica igual con respecto a los hombres, en España-por ejemplo-sigue teniendo serias dificultades para desarrollar el ejercicio de su carrera profesional en determinados ámbitos, entre ellos el de medios de comunicación, conciliar su vida familiar y profesional, y para ocupar puestos de responsabilidad en las mismas condiciones que sus compañeros en las empresas. En este sentido, hablaríamos de desigualdad de género.⁷⁷

Esta desigualdad en una determinada profesión se encuentra cuando no existen razones objetivas (formativas, experiencia, aptitudes, actitudes...) para explicar tal desventaja, más allá de la diferencia de sexo.⁷⁸

Las mujeres que trabajan en los medios continúan enfrentando la discriminación de género, incluyendo el acoso sexual en los lugares de trabajo. Están concentradas en revistas, sectores extra-redacción (asesoras de prensa, universidades), televisión y agencias de noticias. Pero la mayoría de los cargos jerárquicos en los medio de comunicación son ocupados por los hombres.⁷⁹

Normalmente el protagonista de la información por excelencia es un hombre, líder en su campo y con un discurso apropiado para ser interpretado por los medios.⁸⁰

3.7.2 La mujer y el periodismo

En julio de 2001, la Federación Internacional de Periodistas - FIP y la UNESCO realizaron en Corea del Sur, la I Conferencia Mundial de Mujeres Periodistas. Las conclusiones de este evento demostraron que la mujer periodista sufre discriminación en cuanto al contenido de los reportajes. Los temas más complejos o

⁷⁶ CARLOS SUÁREZ, Juan. 2007. Medios de comunicación y diferencia de género en "Alter Zoom" - Domingo.29 de julio de 2007 Pág. 7 pdf

⁷⁷TUBIO, Silvia. 2007. 2

⁷⁸ Op. Cit. TUBIO, Silvia. 2007. Pág. 2

⁷⁹ Op. Cit. ROCHA, Paula. 2004. Pág. 6

⁸⁰ Op. Cit. CARLOS SUÁREZ, Juan. 2007. Pág. 7

que causan más impacto en la opinión pública son atribuidos a periodistas de sexo masculino. Otro aspecto registrado fue la estética, principalmente cuando se trata de la televisión. Mujeres negras, gordas o tildadas como feas encuentran más dificultades de ingresar al mercado de trabajo como reporteras y/o emisoras de televisión.⁸¹

Al margen de la discriminación por condiciones físicas, las mujeres cumplen un rol fundamental en la sociedad, bien o mal requieren de condiciones óptimas para desempeñar su función como cualquier otro trabajador; condiciones laborales, seguro de salud, vacaciones, aguinaldos, etc.

A nivel nacional se puede observar que la situación socio laboral de la mujer trabajadora en medios de comunicación, juega un papel importante dentro de la sociedad en que se vive, un ejemplo es Gabriela Orozco, actual corresponsal de **Telemundo**.

3.8 Periodismo

Es la captación y el tratamiento escrito, oral, visual o gráfico, de la información en cualquiera de sus formas y variedades. La noción también hace referencia a los estudios o carrera de periodismo.

En otras palabras el periodismo es la actividad profesional que consiste en recolectar, sintetizar, jerarquizar y publicar información relativa a la actualidad.

⁸¹ SANT'ANNA, Francisco; NARDELLI, Elizabeth. 2002. "Mujer y Prensa en América Latina". Brasilia Sindicato de Periodistas del Distrito Federal. In. PAULA MELANI ROCHA "Mujer Periodista: Relaciones familiares y profesionales.

3.8.1 Periodismo y Género

El periodismo es una profesión que requiere la vocación de servicio de los intereses públicos. Al contribuir en buena medida a la configuración de la opinión pública, constituye una actividad con funciones políticas y sociales trascendentes.

Muchas mujeres se han destacado por su esfuerzo para visibilizar la situación de las mujeres, las necesidades de las mismas y su participación en el ámbito público, a través del quehacer periodístico y de los medios de comunicación en general. Entre ellas, a lo largo de la historia, destacan Sor Juana y Leona Vicario, quienes en los siglos XVII y XIX, respectivamente, tomaron la palabra.

A finales del siglo XIX se funda la primera revista feminista en México, *Las Hijas de Anáhuac*, que más tarde se llamó *Violetas del Anáhuac*, así como el periódico *Mujeres del Anáhuac*. En esa época, de acuerdo con Florence Toussaint (2005), había otras mujeres que trabajaban como redactoras, correctoras y escritoras en medios impresos, pero que firmaban con pseudónimos.⁸²

En el siglo XX, las mujeres empiezan a escribir y a firmar con sus nombres, y dejan de escribir exclusivamente sobre “temas para la mujer”. Sobresale la articulista Adelaida Zendejas, quien trata temas de feminismo en las primeras décadas del siglo XX.

A partir de 1970, con un movimiento feminista organizado, las feministas crearon sus propios medios para hacerse ver y escuchar; y al final de siglo se empieza a observar el trabajo creativo de las periodistas cibernéticas.⁸³

En la actualidad, no existe discriminación a la hora de acceder a la profesión de periodista. No obstante, un mayor número de redactoras no implica que haya mayor

⁸² GONZALES, Wright, Laureana. 2005. “Tanto la revista como el periódico fueron fundados y promovidos por la periodista y escritora”. *Las Mujeres y los Medios de Comunicación*. PDF.

⁸³ Op. Cit. GONZALES, Pag.10

número de directivas. Al igual que en otras profesiones, persiste el famoso “techo de cristal”, esa barrera invisible que impide o dificulta moverse tanto hacia un puesto superior como hacia la cúspide de los organigramas.

Todo ello sigue teniendo que ver con la ilimitada dedicación y disponibilidad, así como con la ausencia de horarios, donde la mujer todavía presenta desventajas porque se le continúa atribuyendo el espacio privado (doméstico), espacio en el que persiste la desigual distribución de tareas entre sexos.

En realidad, las profesionales de la comunicación no viven una situación distinta a la del resto de mujeres que tienen que compaginar vida laboral y vida personal y enfrentarse a la doble jornada, dado que la mujer sigue siendo la responsable principal del funcionamiento del hogar.

Si los medios de comunicación son el reflejo de la sociedad, como deben de ser, ciertamente necesitan reflejar mejor el hecho de que la igualdad de género es un derecho humano fundamental. Se refiere al igual tratamiento de hombres y mujeres y abarca cuestiones como igual salario por igual trabajo, igual acceso a los órganos de decisión, empleo, pensiones, asistencia sanitaria, ascensos y permisos de maternidad y paternidad.⁸⁴

En los medios de comunicación trabajan más mujeres que nunca. En algunos países como Rusia y Suecia forman la mayoría de la mano de obra del periodismo. Pero no juegan un papel igual en el proceso de la información. Según el Proyecto Global de Observación de los Medios (GMPP por sus siglas en inglés), un estudio global que se hace cada 5 años desde 1995, en 2005 el 57% de todos los presentadores de televisión eran mujeres, pero sólo el 29% de las noticias estaban escritas por mujeres.⁸⁵

⁸⁴ FEDERACIÓN INTERNACIONAL DE PERIODISTAS, “INSTALAR EL EQUILIBRIO: Igualdad De Género en el Periodismo”. Résidence Palace, Rue de la Loi 155, 1040 Bruselas, Bélgica Pág. 4

⁸⁵ Op. Cit. FEDERACIÓN INTERNACIONAL DE PERIODISTAS Pág. 4

Según los resultados del Monitoreo Mundial de Medios 2000 realizado en 70 países por la World Association for Christian Communication, WACC, en febrero de 2000, las periodistas constituyen el 41 por ciento de las personas que reportean y producen información en el mundo, sin embargo, las noticias sobre las mujeres en los medios de comunicación representan apenas el 18 por ciento, frente al 82 por ciento en el caso de los hombres.⁸⁶

3.9 Formación Personal

En la última década se ha producido una incursión significativa de las mujeres en las carreras de Periodismo y Ciencias de la Comunicación en el ámbito universitario esta mayor capacitación de la mujer en el área de las comunicaciones facilitó su ingreso a medios privados y estatales de comunicación, sobre todo radio y televisión, ya no sólo como presentadoras, sino también como conductoras, entrevistadoras, periodistas, columnistas y analistas de información.

También aumentó su participación como productoras de programación periodística en la radio y televisión, y la de columnista en los periódicos.⁸⁷

Estudios realizados por UNESCO reflejan que “de 200 empresas de medios de comunicación en 30 países de diversas regiones, sólo siete de ellas son dirigidas por mujeres”. Estos datos se complementan con los hallazgos de Gallagher en el sentido de que “en todos los continentes el porcentaje femenino en los medios promedia alrededor del 30%, índice que decrece ostensiblemente al tratarse de puestos directivos o técnicos que tienen que ver con el trazado de políticas editoriales y decisiones sobre cobertura periodística.”⁸⁸

⁸⁶ CARRILLO Sonia Luz *¿Cambios en la percepción de la mujer a partir de su masiva incorporación al ejercicio del periodismo?* Universidad Nacional Mayor de San Marcos (Ponencia presentada en el Seminario “Historia de los Medios de Comunicación” del 18 de mayo del 2007) Lima.

⁸⁷ BURCH, Sally, LEÓN, Irene. 2000 “La mujeres y los medios de comunicación en América latina y el caribe. ALAI, Quito. In. SAYERS, Dorothi. “Las Mujeres Uruguayas y la televisión: Cambios y Permanencias en las Relaciones de Género” PDF.

⁸⁸ AGUILAR, Yaqui. 1998. “Mujeres oprimidas”. En Cambio 16. 4/9/x .En Monzón , Ana Silvia, “El mundo se escribe en masculino, Mujeres y medios de comunicación” pdf

La mayoría de las mujeres que trabajan reciben salarios muy bajos; en Bolivia hay sólo un 16% trabajando en el ámbito profesional y técnico, casi exclusivamente en áreas urbanas.⁸⁹

3.10 Limitaciones por Factor de Formación

Las mujeres trabajadoras de los medios de comunicación, al igual que las mujeres en otras disciplinas, enfrentan obstáculos para desempeñarse profesionalmente. Estas limitantes incluyen, desigualdad en la remuneración, escasas oportunidades de formación permanente, pocas posibilidades de acceso (especialmente a puestos de dirección), acoso sexual, límite de edad, discriminación laboral. Así como conflictos entre las exigencias familiares y las profesionales y la ausencia de infraestructura de apoyo (guarderías)⁹⁰

Todos estos factores constituyen barreras invisibles de las que ni siquiera todas las comunicadoras están conscientes, pero que de hecho dificultan su desarrollo como ya se anotó.

El número de mujeres que ingresan a las facultades es superior al de los hombres, con un 67% de los estudiantes graduados, pero, el número de mujeres actuando en el mercado laboral no acompaña dicha proporción.⁹¹

Por tanto, el poder de conformar e influir en los medios todavía resulta elusivo para las mujeres. De lo anterior se puede decir que se necesitan todavía más esfuerzos por parte de los gobiernos, empresas de los medios y ONGs para lograr los dos objetivos estratégicos descritos en la Sección J.⁹²

La Sección J, describe los problemas en la relación de las mujeres, los medios y el desarrollo establecidos en La Plataforma de Acción de Beijing (PBA) y adoptada por los estados miembros de las Naciones Unidas en 1995 la cual señala estrategias y

⁸⁹ INE. ONAMFA. (2001) Censo Nacional de población y vivienda . Pag. 481

⁹⁰ PETERS, J.D. (1999). *Speaking into the air*. Chicago: The University of Chicago Press.

⁹¹ Op. Cit. ROCHA, Paula. 2004. Pág. 6

⁹² "Informe sobre la Situación de la Mujer Periodista" en el marco de la Plataforma de Acción de Beijing, 1995

acciones que se consideran primordiales para encarar las preocupaciones de las mujeres con relación a los medios de comunicación.

Pero, mientras esta Sección J captó algunas de las preocupaciones de las mujeres activistas, profesionales y trabajadoras de los medios en su análisis de la situación de la mujer y los medios de comunicación, no se han explorado todas las dimensiones de la relación de la mujer con los medios de comunicación.⁹³

Un diagnóstico realizado sobre la situación de la educación en Bolivia ha evidenciado, las limitaciones que sufre la mujer en referencia a su formación en el sistema educativo.⁹⁴

Uno de esos hechos es que son ellas, más que los hombres, las que abandonan la escuela a edad temprana, en especial en las áreas rurales, sin que ello quiera decir que suceda algo similar en las ciudades.

La tasa de alfabetismo en las mujeres de país es de 80.6 % y en varones de 93 %, es decir. 12.4 puntos porcentuales menor en mujeres, asimismo el promedio de años de estudio en mujeres es de 6.65 años y el de varones 8.24 años.⁹⁵

El nivel más alto alcanzado, entre la población femenina de 19 años de edad, es el primario con 938.327 mujeres seguido, por el secundario con 476.089, el superior con 291.220 y otros niveles con 75.821; no alcanzaron ningún nivel de instrucción 441.733 mujeres.⁹⁶

⁹³ "Informe sobre la Situación de la Mujer Periodista" en el marco de la Plataforma de Acción de Beijing, 1995

⁹⁴ IRIARTE. OMI. Iriarte. (2007) Análisis crítico de la realidad. Compendio de datos actualizados. Pag. 483

⁹⁵ INE (2001) Censo nacional de Población y vivienda realizado por el Instituto Nacional de Estadística.

⁹⁶ Op. Cit. INE (2001)

CAPÍTULO IV

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1 Desarrollo de los procedimientos.

En la interpretación y análisis correspondiente, se parte de un enfoque descriptivo y estructurado.

Inicialmente se desarrollan los cuadros de variables; posterior a ello se hace una interpretación escrita de las entrevistas realizadas en base a respuestas que guardan la misma ambivalencia.

En los cuadros se detallan las variables: medio de comunicación, hora de ingreso, hora de salida, edad, lugar de nacimiento, estado civil, años de servicio, cargo, formación profesional, seguro, salario que percibe, beneficios sociales, tipo de contrato infraestructura del medio y las condiciones técnicas del medio.

4.1.1 Interpretación y análisis de la muestra.

De acuerdo a la muestra establecida en la presente investigación se determinó que del total de mujeres encuestadas el 18% trabajan en los canales Televisivos 15 SPC y Canal 8 TVE respectivamente, mientras que un 3% periódico Prensa Libre y las radios Perla del Acre, Frontera y Fusión FX, respectivamente. (Cuadro 1)

Como se puede apreciar, este resultado determinó que la mayoría de mujeres encuestadas trabajan en los canales televisivos 15 SPC y canal 8 TVE mientras que una mínima cantidad en las radios respectivamente. Por tanto la mayoría trabaja en medios televisivos.

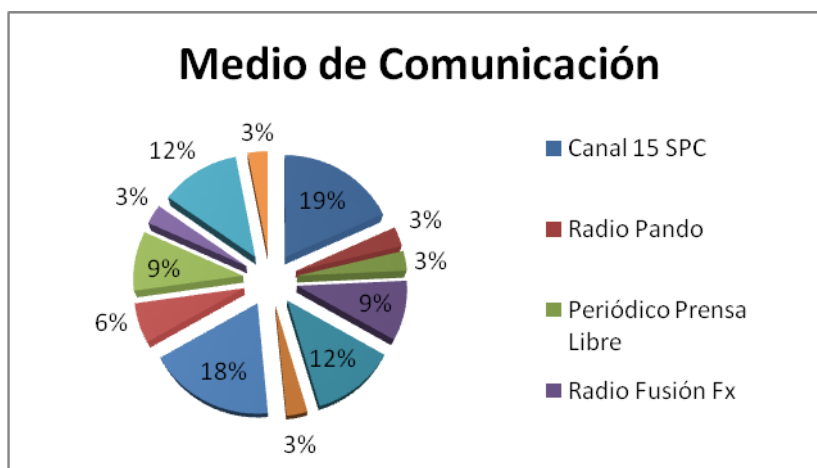
CUADRO Nº 1

Medio de Comunicación

VARIABLE	Nº	%
Canal 15 SPC	6	18%
Radio Pando	1	3%
Periódico Prensa Libre	1	3%
Radio Fusión Fx	3	9%
Canal 11 Unitel	4	12%
Canal 5 RED UNO	1	3%
Canal 8 TVE	6	18%
Canal 7 Bolivia TV	2	6%
Radio Universitaria	3	9%
Radio Frontera	1	3%
Canal 45 Pando Visión	4	12%
Radio Perla del Acre	1	3%
TOTAL	33	100%

FUENTE: Elaboración propia en base a las encuestas

GRÁFICO Nº 1



FUENTE: Elaboración propia en base a las encuestas

En el cuadro 2, se evidencia que el Horario de Ingreso a sus fuentes de trabajo de las mujeres encuestadas, varía de acuerdo a la función que cumplen en los medios donde realizan labores.

Del total de la muestra, el 36% lo hace entre las 8:00 y las 9:59 de la mañana. Sin embargo, los demás indicadores, varían porcentualmente debido a que la variable se determina en diferentes horarios de ingresos durante el día, por que, si bien algunas cumplen horario de oficina o trabajan más de 8 horas, particularmente en los medios televisivos, otras sólo cumplen horarios reducidos como las que trabajan en medios radiales. Un 15% por ejemplo, tienen un horario de ingreso entre las 16:00 y 16:50 mientras que otras los hacen entre las 18:00 y 18:59, obteniendo el 3% del total de la muestra.

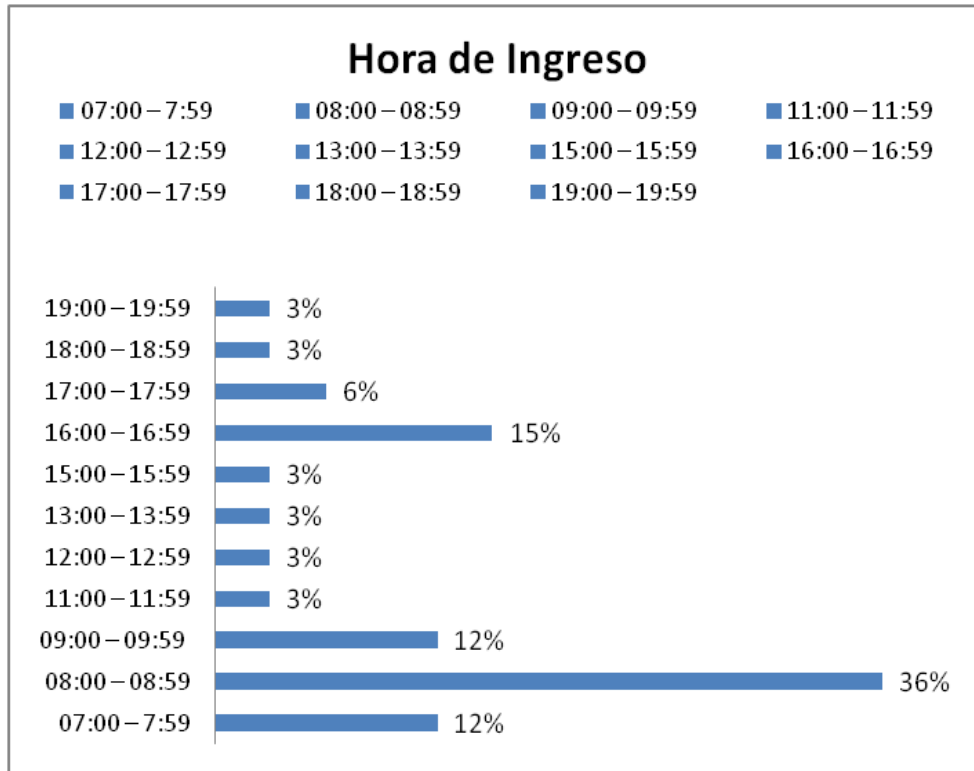
CUADRO 2

Horario de Ingreso

VARIABLE	Nº	%
07:00 – 7:59	4	12%
08:00 – 08:59	12	36%
09:00 – 09:59	4	12%
11:00 – 11:59	1	3%
12:00 – 12:59	1	3%
13:00 – 13:59	1	3%
15:00 – 15:59	1	3%
16:00 – 16:59	5	15%
17:00 – 17:59	1	6%
18:00 – 18:59	1	3%
19:00 – 19:59	1	3%
TOTAL	33	100%

FUENTE: Elaboración propia en base a las encuestas

GRÁFICO Nº 2



FUENTE: Elaboración propia en base a las encuestas

En el cuadro 3, se constata el Horario de Salida, determinando que el 36% lo hace a las 12:30 del medio día y las 18:30 en las tardes. Sin embargo el 9% señaló que su hora de salida es entre 20:30 y las 21:30 en la noche, mientras que, el 6% refirió que lo hace entre las 16:30, 17:30, 22:30 y 23:30 respectivamente.

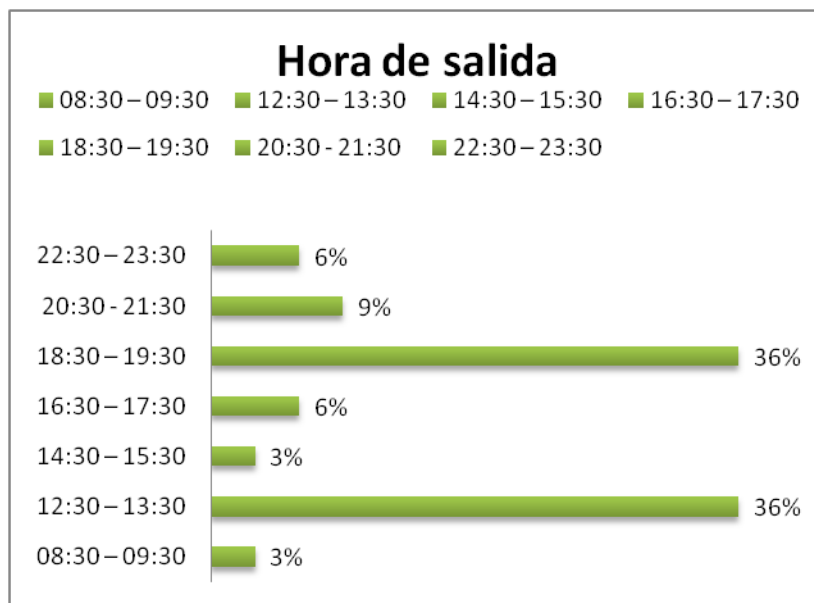
CUADRO 3

Horario de Salida

VARIABLE	Nº	%
08:30 – 09:30	1	3%
12:30 – 13:30	12	36%
14:30 – 15:30	1	3%
16:30 – 17:30	2	6%
18:30 – 19:30	12	36%
20:30 - 21:30	3	9%
22:30 – 23:30	2	6%
TOTAL	33	100%

FUENTE: Elaboración propia en base a las encuestas

GRÁFICO Nº 3



FUENTE: Elaboración propia en base a las encuestas

Del total de las encuestadas (Cuadro 4) el 21% tiene entre 15 a 19 años y 20 a 24 años. Sólo un 3% se encuentran entre 40 a 44, 45 a 49, 50 a 54 y 55 a 60 años. Otro indicador interesante, refleja que un 18% de la muestra se encuentra entre 25 a 29 y 30 a 34 años de edad, respectivamente.

Estos datos demuestran que la mayor parte de las mujeres que trabajan en los medios de comunicación son jóvenes.

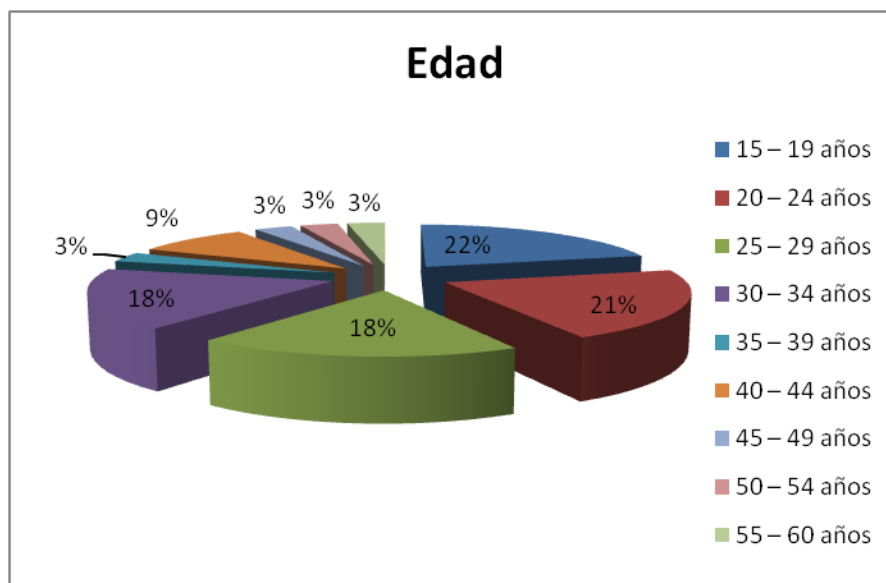
CUADRO 4

Edad

VARIABLE	Nº	%
15 – 19 años	7	21%
20 – 24 años	7	21%
25 – 29 años	6	18%
30 – 34 años	6	18%
35 – 39 años	1	3%
40 – 44 años	3	9%
45 – 49 años	3	3%
50 – 54 años	1	3%
55 – 60 años	1	3%
TOTAL	33	100%

FUENTE: Elaboración propia en base a las encuestas

GRÁFICO N° 4



FUENTE: Elaboración propia en base a las encuestas

Respecto al lugar de origen (Cuadro 5), del total de la muestra se determinó que un 42% es de Pando, siendo el indicador más elevado. Mientras que el 3% refirió ser de Sucre, Cochabamba y Brasil respectivamente. Sin embargo el 21% de las encuestadas indico proceder de La Paz y Beni.

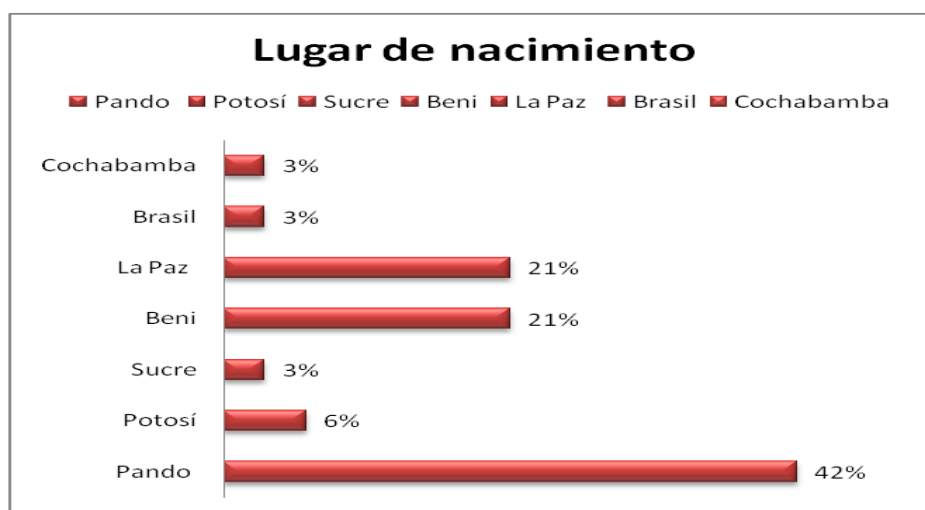
CUADRO 5

Lugar de Nacimiento

VARIABLE	Nº	%
Pando	14	42%
Potosí	12	6%
Sucre	1	3%
Beni	7	21%
La Paz	7	21%
Brasil	1	3%
Cochabamba	1	3%
TOTAL	33	100%

FUENTE: Elaboración propia en base a las encuestas

GRÁFICO Nº 5



FUENTE: Elaboración propia en base a las encuestas

También se evidenció que el 52.5% de las entrevistadas son solteras, mientras que un 27% indicó ser casada, asimismo el 9% de la muestra reveló ser conviviente con

su pareja. Otro indicador interesante es el 12% de las mujeres manifestó estar divorciada.

Aquí se puede determinar que el 64% de las mujeres encuestadas son solteras – divorciadas, lo cual de acuerdo a la teoría feminista tienen o gozan de independencia y autodeterminación propia.

Si se analiza desde el ámbito cultural, estos aspectos son aceptados por la sociedad, que si bien existen algunos criterios o posiciones morales no son condenadas como sucede en otras sociedades, donde predomina el patriarcado, machismo y androcentrismo, todavía.

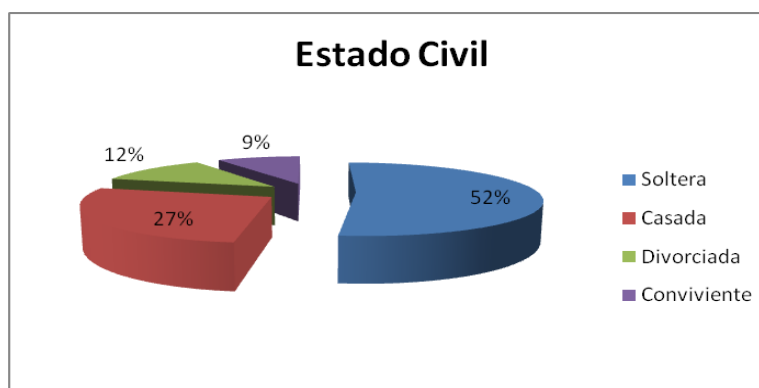
CUADRO 6

Estado civil

VARIABLE	Nº	%
Soltera	17	52%
Casada	9	27%
Divorciada	4	12%
Conviviente	3	9%
TOTAL	33	100%

FUENTE: Elaboración propia en base a las encuesta

GRÁFICO Nº 6



FUENTE: Elaboración propia en base a encuestas.

En el cuadro 7 se pone de manifiesto, que un 70% de mujeres que trabajan en los medios de comunicación, pertenecen a la TV, mientras que un 27% radio y un 3% al periódico.

Lo interesante de estos indicadores, se pone en evidencia haciendo un análisis, que las mujeres que trabajan en televisión son mayoría y por lo tanto como se observa en el (cuadro 12) son las que tienen un mejor salario, porque en las radios la mayoría su remuneración es por comisión de publicidad y porque además el horario de trabajo es menor.

Otro aspecto interesante que se estableció, es partiendo del hecho que en esta investigación no se utiliza Muestra del Universo de estudio, sino, todo el Universo que es de 33 mujeres.

Este dato demuestra que el número de mujeres que trabajan en medios de comunicación es reducido si comparamos con el número de medios que existen en Cobija que sobre pasa las dos docenas. Aun más si se toma en cuenta que el promedio de funcionarios que trabajan en medios en esta ciudad es de 8.⁹⁷

Por tanto se deduce que la mayoría de los trabajadores en medios de comunicación son varones. Si se aplica la teoría de Género se evidencia que no existe equidad de género en los medios de comunicación locales.

⁹⁷ Fuente: Elaboración propia.

CUADRO 7

Medio en que trabaja

VARIABLE	Nº	%
Radio	9	27%
Tv	23	70%
Periódico	1	3%
TOTAL	33	100%

FUENTE: Elaboración propia en base a las encuestas

GRÁFICO Nº 7



FUENTE: Elaboración propia en base a las encuestas

En el cuadro 8, respecto a los años de servicio 51,5% trabaja en el medio comunicación de 1 a 2 años, mientras que un porcentaje mínimo del 3% manifestó trabajar 9 a 10 años. Porcentaje significativo que demuestra que las mujeres vienen trabajando en medios de comunicación desde años pasados.

Este dato refleja que con más razón les corresponde beneficios sociales sobre todo seguridad social.

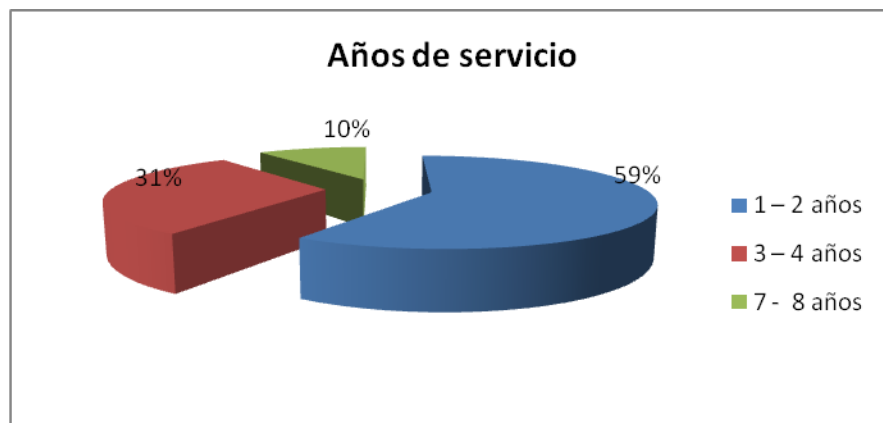
CUADRO 8

Años de servicio

VARIABLE	Nº	%
1 – 2 años	17	52%
3 – 4 años	9	27%
7 - 8 años	3	9%
9 – 10 años	1	3%
11 o más años	3	9%
TOTAL	33	100%

FUENTE: Elaboración propia en base a las encuestas

GRAFICO Nº 8



FUENTE: Elaboración propia en base a las encuestas

En el cuadro 9, cuál es el cargo que desempeña en el medio de comunicación, el 27.3% de las entrevistadas señalaron trabajar como locutoras de radio y otros (operadoras y publicistas) 27,3% mientras que un 3% son Jefe de prensa.

Este dato referido a la ocupación de los cargos jerárquicos reafirma lo señalado en la Plataforma de Beijing que –a pesar del aumento del número de mujeres en el sector de las comunicaciones – pocas ocupan puestos directivos o con influencia en la política de los medios de difusión.

Aquí se confirma la teoría de Bourdieu, quien señala que, a pesar de los cambios en la sociedad contemporánea y de las conquistas femeninas en el campo profesional, económico, político y social, todavía prevalece la dominación masculina.

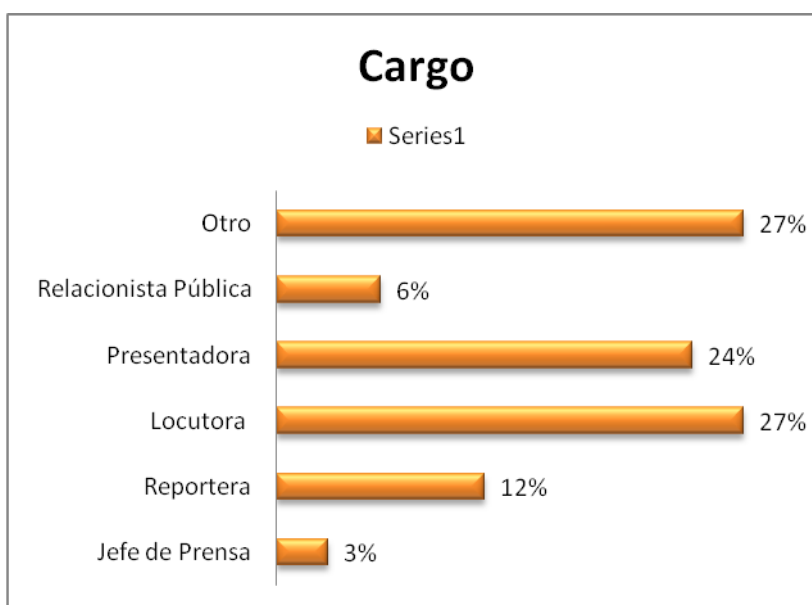
CUADRO 9

Cargo

VARIABLE	Nº	%
Jefe de Prensa	1	3%
Reportera	4	12%
Locutora	9	27%
Presentadora	8	24%
Relacionista Pública	2	6%
Otro	9	27%
TOTAL	33	100%

FUENTE: Elaboración propia en base a las encuestas.

GRÁFICO Nº 9



FUENTE: Elaboración propia en base a encuestas

En relación a la formación de las encuestadas el 39% ha realizado estudios en comunicación, llegando a obtener el Título en Técnico Superior, un 3 % de las mujeres sólo cursó primaria, y sólo un 3% (no terminaron sus estudios, por diversos motivos). Cuadro 10.

Este dato es interesante, por que refleja que si bien existen varios limitantes de orden social, familiar sobre todo, la mujer trabajadora en medios de comunicación se interesa por su formación personal.

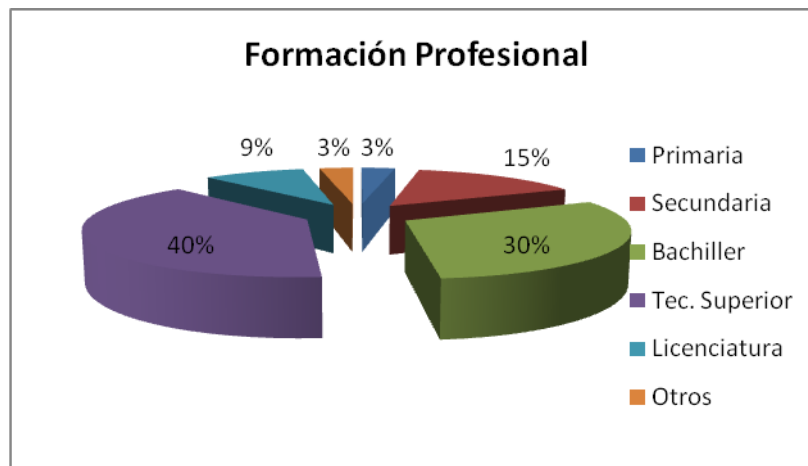
CUADRO 10

Formación profesional

VARIABLE	Nº	%
Primaria	1	3%
Secundaria	5	15%
Bachiller	10	30%
Tec. Superior	13	39%
Licenciatura	3	9%
Otros	1	3%
TOTAL	33	100%

FUENTE: Elaboración propia en base a las encuestas

GRÁFICO Nº 10



FUENTE: Elaboración propia en base a las encuestas

El Seguro social, es un derecho primordial para cualquier persona que presta sus servicios en una institución pública o privada, por lo que, a nuestras entrevistadas se les consulto si el medio en el cual trabaja cuenta con este beneficio.

De las 33 entrevistadas un 39% manifestó contar con seguro social, mientras que un 24% respondió no tener seguro y el 37% no sabe.

Analizando los indicadores, poco o nada están haciendo los dueños de medios de comunicación, con relación al seguro de sus funcionarios, debido a que muchos de ellos no cuentan con ninguna clase seguro de salud.

Tampoco, por lo que percibió, instancias como el Ministerio de Trabajo estaría controlando esta situación, presionando y obligando a que el empleador cumpla con las normas que benefician al trabajador.

Esta realidad, puede redundar en que la trabajadora de los medios de comunicación que en su mayoría no cuentan con apoyo económico del varón (cuadro 6) son solteras y divorciadas, y al no contar con seguro social, tienen que acudir a los servicios públicos de salud, ellas y sus familias. Con los reducidos que son los ingresos económicos (cuadro 12) se encuentran con un situación socio-laboral complicada, ante los gastos que tienen que cubrir en cuanto a las atenciones médicas, el costo de los medicamentos y otros gastos, por lo que se hace fundamental contar con un seguro social para las trabajadoras de los medios de comunicación.

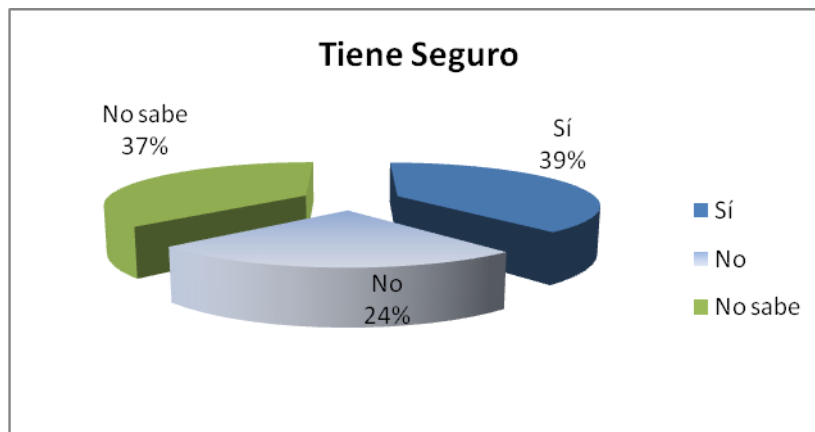
CUADRO 11

Tiene seguro

VARIABLE	Nº	%
Sí	13	39%
No	8	24%
No sabe	12	37%
TOTAL	33	100%

FUENTE: Elaboración propia en base a las encuestas

GRÁFICO Nº 11



FUENTE: Elaboración propia en base a encuestas

El tema salarial es otra de las condiciones de trabajo que refleja una realidad de las mujeres que trabajan en medios de comunicación. Una buena remuneración salarial, es primordial para cualquier trabajador que presta sus servicios, por lo que se les consultó a las mujeres, respecto al salario que reciben en el medio para el cual trabajan, (cuadro 12).

El 39% gana un salario mínimo de 500 a 800 Bs. al mes, el 12% de 1601 a 1900 Bs., un 9% de 801 a 1100 Bs. y 1101 a 1300 Bs., el 6% refirió ganar de 1301 a 1600Bs. mientras que el 3% señaló recibir un salario mensual de Bs. 1.601 a 1.900Bs mes, el 9% 1901 a 2200 y el promedio salarial mínimo es de 18% que percibe de 2201 – más bolivianos por mes.

Un aspecto particular, es el de la radio, que sin bien el indicador de mujeres que trabaja en este medio es de 27%, el rango de ingresos de estas mujeres está en un promedio de Bs. 500 a 800 y en muchos de los casos reciben una comisión porcentual por concepto de publicidad adquirida por la propia trabajadora.

Sus ingresos son reducidos debido a las pocas horas que trabajan en radio a comparación de las trabajadoras de televisión-que sí tienen que trabajar más de ocho horas diarias-no son bien remuneradas. Si comparamos, su horario de trabajo, se asemeja a la de los médicos que ante cualquier emergencia, tienen que estar presentes en el momento que lo requiera la noticia. Cuadro 2 y 3

Esto hace evidenciar que, trabajar en medios de comunicación, no representa buenos ingresos para la mujer, debido a la poca importancia que le da el empleador a la situación económica en que se encuentran sus dependientes.

Esta realidad, también determina que el profesional en el área de comunicación, no desempeña su labor en el ámbito periodístico, prefiere trabajar en otra institución que no sea un medio de comunicación.

CUADRO 12

Salario que percibe

VARIABLE	Nº	%
500 – 800 Bs.	13	39%
801 – 1.100 Bs.	4	12%
1.101 – 1.300 Bs.	4	12%
1.301 – 1.600 Bs.	2	6%
1.601 – 1.900 Bs.	1	3%
1.901 – 2.200 Bs.	3	9%
2.201 - más	6	18%
TOTAL	33	100%

FUENTE: Elaboración propia en base a las encuestas

GRÁFICO 12



FUENTE: Elaboración propia en base a las encuestas

Cuadro 13, A cerca de los beneficios sociales, (vacaciones, seguro social, aguinaldo y otros) de las 33 entrevistadas, un 6% refiere que goza de vacaciones remuneradas, el 39% indica seguro social, un 9% aguinaldo, mientras que el 2% optó por Otros; el 39% no tiene ningún beneficios que serian las trabajadoras de medios radiales.

Estos datos muestran que los medios de comunicación en la ciudad de Cobija no se preocupan por los beneficios sociales de cada uno de sus funcionarios que les corresponde por ley.

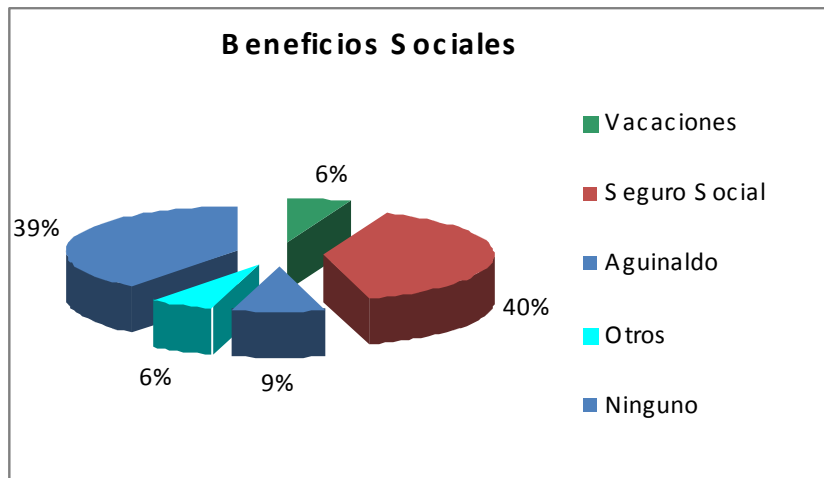
Los dueños de medios de comunicación como empleadores, están en la obligación de afiliar a sus trabajadores en alguna caja de salud, debido al trabajo que realizan y por el riesgo ante cualquier eventualidad que se suscite en su trabajo.

CUADRO 13
Beneficios sociales

VARIABLE	Nº	%
Vacaciones	2	6%
Seguro Social	13	39%
Aguinaldo	3	9%
Otros	2	6%
Ninguno	13	39%
TOTAL	33	100%

FUENTE: Elaboración propia en base a las encuestas

GRÁFICO 13



La situación socio laboral de la mujer en los medios de comunicación, presenta un abanico de escenarios que varían incluso dentro de la misma empresa.

En este cuadro, las relaciones contractuales también presentan tensión. La encuesta estableció como categorías: contrato temporal, contrato permanente, contrato eventual y otro (no tiene)

Del tipo de contrato con el que cuentan, el 36 % temporal, mientras que un 15% permanente, 18,% eventual y un 31% otro (no tiene).

Si se analiza la situación, sumando los indicadores de contrato temporal, eventual y Otros, se tiene como resultado un 84%. Estos resultados demuestran que las trabajadoras de los medios de comunicación no tienen un contrato fijo, que les garantice estabilidad laboral, ni mucho menos goce de beneficios sociales.

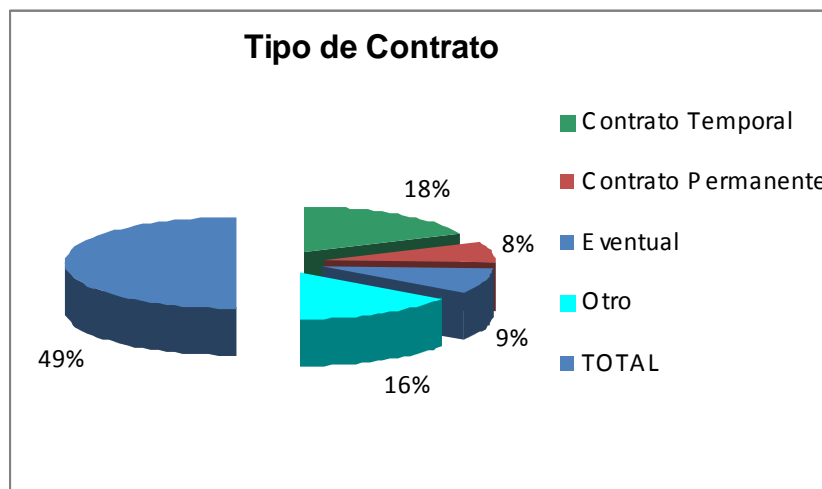
CUADRO 14

Tipo de contrato

VARIABLE	Nº	%
Contrato Temporal	12	36%
Contrato Permanente	5	15%
Eventual	6	18%
Otro	10	31%
TOTAL	33	100%

FUENTE: Elaboración propia en base a las encuestas

GRÁFICO 14



FUENTE: Elaboración propia en base a las encuestas

Contar con una infraestructura adecuada es primordial para cualquier funcionario, lo cual influye en el rendimiento laboral. (Cuadro 15). Respecto a esta variable, el 70% manifestó que es poco adecuada, el 27% refirió que es adecuada y el 3% inadecuada.

Esta falencia en la infraestructura de los medios, se refleja en los ambientes de trabajo asignados a cada una de las trabajadoras que no son los adecuados debido a la poca iluminación, falta de ventilación, espacio estrecho, etc.

Estos resultados son significativos en el sentido que connota disconformidad en las mujeres en cuanto a la infraestructura del medio de comunicación donde desempeñan sus labores, aspecto que podría incidir en un bajo desempeño laboral.

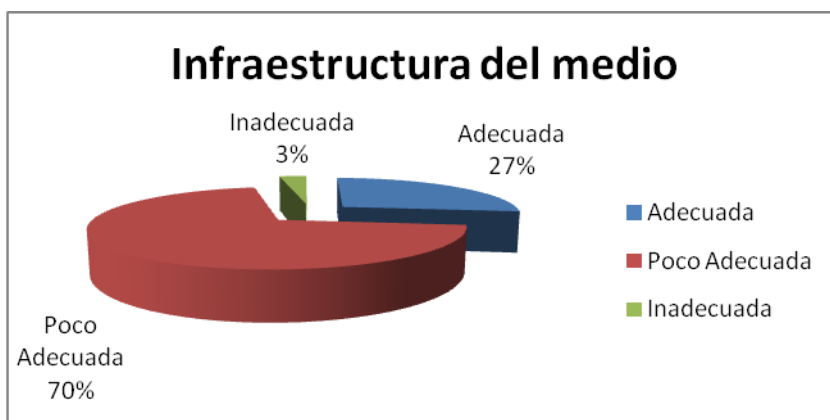
CUADRO 15

Infraestructura del medio

VARIABLE	Nº	%
Adecuada	9	27%
Poco Adecuada	23	70%
Inadecuada	1	3%
TOTAL	33	100%

FUENTE: Elaboración propia en base a las encuestas

GRÁFICO 15



FUENTE: Elaboración propia en base a las encuestas

Respecto a las condiciones técnicas con las que cuenta el medio de comunicación (Cuadro 16), el 30% de las encuestas manifestó contar con los equipos necesarios para realizar su trabajo y en buenas condiciones, mientras que el 70% refirió regular.

Como se puede evidenciar, una mayor parte de las mujeres trabajadoras de los medios de comunicación, no cuentan con las herramientas necesarias para realizar su trabajo diario y en óptimas condiciones, quienes a la hora de realizar su labor cotidiana tropiezan con dificultades.

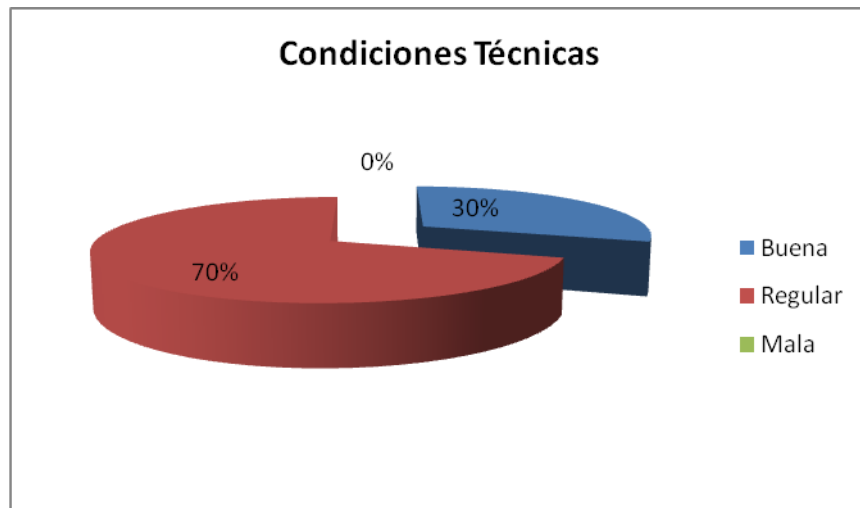
Este aspecto va relacionado directamente con la parte de infraestructura, Cuadro 15, donde estas falencias podrían incidir en el rendimiento de las trabajadoras.

CUADRO 16
Condiciones técnicas

VARIABLE	Nº	%
Buena	10	30%
Regular	23	70%
Mala	0	0%
TOTAL	33	100%

FUENTE: Elaboración propia en base a las encuestas

GRÁFICO 16



FUENTE: Elaboración propia en base a las encuestas

Sentirse bien, en un ambiente acogedor rodeado de personas que valoren el trabajo que realizas, es indispensable por lo que a nuestras entrevistadas se les consulto sobre cuál es el trato que recibe por parte de sus colegas de trabajo (Cuadro 17) 70% buena y el 30% Regular.

Las relaciones humanas son un aspecto fundamental para el buen funcionamiento de la empresa o institución, lo cual puede redundar un una mejor producción.

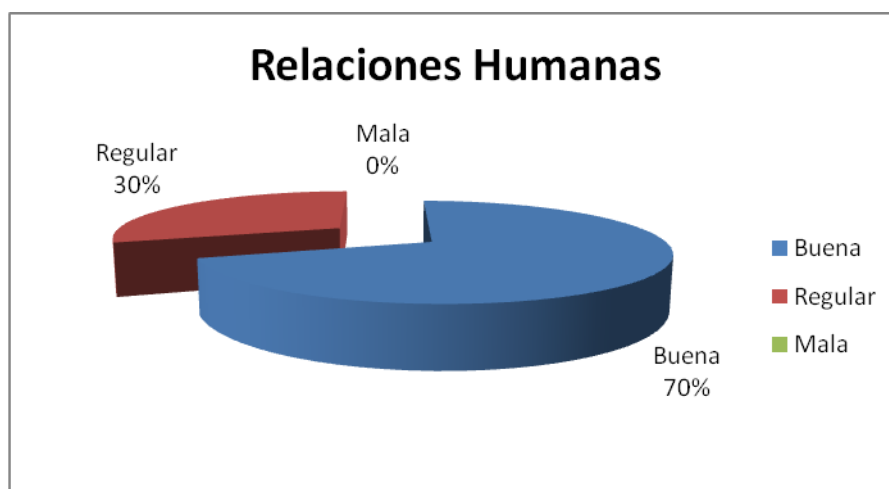
En general se puede asumir que hay una buena relación entre la gente que trabaja en los medios de comunicación, que se refleja en porcentaje mayoritario y en uno menor de condiciones relativas.

CUADRO 17
Relaciones humanas

VARIABLE	Nº	%
Buena	23	70%
Regular	10	30%
Mala	0	0%
TOTAL	33	100%

FUENTE: Elaboración propia en base a las encuestas

GRÁFICO 17



FUENTE: Elaboración propia en base a las encuestas

4.1.2 Análisis de las entrevistas a la trabajadora de M.C.S.

Se identificó que las mujeres que trabajan en medios de comunicación tienen que buscar otra fuente de ingresos económicos, es decir otro trabajo al margen del que realizan. Esto significa que el salario que perciben como trabajadoras de medios de comunicación no es suficiente (Cuadro 12), lo cual las obliga a buscar otros empleos alternativos.

Esta situación demuestra, que a pesar que las mujeres que trabajan en medios de comunicación no reciben una buena remuneración salarial, se ven obligadas a aceptar el mismo, lo que es una imposición del empleador. En Teoría del Feminismo la mujer lucha por ser incluida en el mercado laboral con igual condición salarial que el hombre, por lo tanto actualmente de a poco, lo está consiguiendo, aunque tenga muchos obstáculos.

Otra situación singular que se identificó especialmente en las trabajadoras en medios radiales, que ganan por comisión de las publicidades que consiguen por cuenta propia. Aquí se puede deducir que la actividad que realizan en medios es más bien un trabajo alternativo al que realizan por que definitivamente los ingresos económicos que perciben como locutoras son bajos, si se toma en cuenta que la publicidad comercial en las radios oscila entre los 100 y 500 bolivianos mes, y las comisiones para los locutores entre 10 y 30 por ciento.

*“Muchas veces uno como mujer tiene que buscar
otra fuente de ingresos, debido al bajo salario”*

(Anita Rosales - Guayaramerin)

Sumada a esta situación se evidenció que las mujeres que trabajan en los medios de comunicación especialmente en las radios no gozan de todos sus derechos que les otorga la Ley General del Trabajo.

Las trabajadoras de medios de comunicación no gozan de beneficios sociales en muchos casos, como vacaciones, aguinaldo, desahucios y otros beneficios. Un

aspecto muy sensible es la carencia de seguro social, que es una obligación del empleador que tiene que otorgar a su trabajador o trabajadores.

Aquí hay que enfatizar que tampoco están protegidas por las instituciones del estado llamadas por Ley, como el Ministerio de trabajo, que no están velando por los derechos de la mujer trabajadora de medios de comunicación.

Tampoco reciben el respaldo u orientación de las organizaciones sindicales del rubro correspondiente, donde muchas incluso están afiliadas.

“En la radio no dan contrato y tampoco se me paga mensualmente”

(Anita Rosales - Guayaramerin)

El ser madre soltera y trabajar en medios de comunicación es un obstáculo para poder formarse o capacitarse, sobre todo el lidiar con la familia es lo más complicado convirtiéndose en una de las berreras para la superación personal de estas mujeres.

Contrariamente otro factor que perjudica lograr superarse personalmente es la pareja que no les permite cursar estudios superiores o de capacitación, producto de esa visión androcéntrica que existe en los varones. Esta situación se agrava aun más cuando están los hijos de por medio, peor si son pequeños, convirtiéndose en la principal excusa del varón para que la mujer pueda superarse a nivel personal.

“El ser madre y no estar a disposición las 24 horas muchas veces es una desventaja, para realizar nuestro trabajo ”

*(Entrevista: Ruth Arauz **Guayaramerin**)*

CONCLUSIONES

Los derechos laborales que otorgan las leyes a las mujeres trabajadoras en los medios de comunicación social de Cobija, no se cumplen como corresponde, convirtiéndose en una barrera ante las aspiraciones que tienen como cualquier ciudadano de la sociedad civil organizada.

Las situación socio laboral de la mujer trabajadora de medios de comunicación de la ciudad de Cobija, tiene diferentes falencias en la parte socio laboral que van desde la parte contractual hasta la falta de seguro social.

Los medios de comunicación se manejan bajo un criterio androcéntrico donde no existe equidad de género, debido a que el número de mujeres que trabaja en los medios es mínimo.

En consecuencia, tras la culminación de este estudio, en función a determinar la situación socio laboral de la mujer trabajadora en los medios de comunicación social de Cobija, sobre la base de tres objetivos, se llegó a las siguientes conclusiones:

Objetivo N° 1

Identificar los roles laborales de la mujer trabajadora en los medios de comunicación social de Cobija.

- ✚ Las mujeres han logrado espacios en los distintos medios, sobre todo en la televisión y la radio, pero no precisamente como periodistas, sino también en otras funciones afines a los medios, como operadoras de equipos, relacionista pública, Locutoras, encargadas de producción y publicistas.
- ✚ Las mujeres periodistas que ejercen esta actividad en Cobija son pocas, y en su mayoría empíricas, en relación a la profesión. Factores como la falta de formación académica redundan en esta situación, lo cual como efecto se identificó un sólo caso donde una mujer es una jefa de prensa, denotando así desigualdad en cuanto a los hombres.
- ✚ El rol que desempeña la mujer periodista (en televisión), es muy pesado quien tiene que sacrificar muchos aspectos en relación a su vida personal. Debido al horario de trabajo, tiene similitud con el de un médico que no tiene horas fijas y debe atender emergencias en cualquier momento.

✚ **Objetivo N° 2**

Establecer la formación académica o grado de instrucción de las mujeres trabajadoras, en los medios de comunicación social de Cobija.

- ✚ La falta de formación académica, es una desventaja y obstáculo para acceder a un mejor desarrollo personal y lograr mejores ingresos económicos producto de las funciones que cumplen en los medios de comunicación, lo cual es aprovechado por lo empleadores sean estos privados o públicos.
- ✚ Un factor importante para la falta de formación académica es que un alto porcentaje de las mujeres que trabajan en los medios de comunicación son jóvenes, no han terminado sus estudios y no puede cursar estudios superiores. Pero también, es destacable que varias continúan estudiando para profesionalizarse.

- ✚ Otros factores determinantes para la falta de formación académica en las mujeres trabajadoras en medios de comunicación, son sus parejas que con criterio machista y androcéntrico se oponen a que estudien, sobre todo sin son madres, pero aun, a temprana edad, frustrando así su superación personal.

Objetivo N° 3

Analizar los factores socio-laboral de la mujer trabajadora en los medios de comunicación social de Cobija.

- ✚ Un factor negativo para la mujer trabajadora en los medios de comunicación, es el salario que percibe, el cual no cubre los gastos que realiza dentro de su hogar, por lo tanto, tiene que buscar otras fuentes de ingresos.
- ✚ Muchas de las mujeres trabajadoras de medios de comunicación, no cuentan con seguro social, y con el poco salario que perciben no alcanza para cubrir los gastos de atención en salud.
- ✚ Muchas mujeres trabajadoras de medios de comunicación no cuentan con un contrato de trabajo, que garantice su estabilidad laboral, no gozan de vacaciones y muchos menos podrán jubilarse.
- ✚ No cuentan con un ambiente adecuado para realizar su trabajo diario, debido a la falta de espacio, ventilación en las oficinas y una infraestructura adecuada que este acorde al trabajo que se realiza.

RECOMENDACIONES

De acuerdo, a los resultados a los que se arribó, y tomando en cuenta los aspectos que determinan los estudios de la situación de la mujer trabajadora en los medios de comunicación, se plantean las siguientes recomendaciones:

- ❖ Los propietarios y gerentes de medios de comunicación deben otorgar mejores salarios a sus trabajadoras. Esto coadyuvaría a que el rendimiento en su trabajo sea satisfactorio.
- ❖ Las mujeres trabajadoras de los medios de comunicación, deben de concluir sus estudios y, principalmente, profesionalizarse, lo cual les permitirá acceder a un salario mejor y que esté acorde a su grado de instrucción.
- ❖ Los propietarios de los medios de comunicación deben velar por el bienestar de sus trabajadoras, brindándoles estabilidad laboral.
- ❖ Las instituciones llamadas por Ley deben exigir a los medios de comunicación que otorguen el beneficio del seguro social que por derecho les corresponde a las mujeres trabajadoras en medios de comunicación.
- ❖ Un buen inicio para subsanar estas falencias sería comenzar por un diálogo entre propietarios de medios y las mujeres trabajadoras, con el propósito principal de mejorar sus condiciones socio- laborales.

BIBLIOGRAFÍA

a. Documentos impresos

ARCHONDO, Rafael 2003 Compadres y comadres al micrófono, Ediciones Plural La Paz Bolivia Pág. 25.

BAREIRO. Este texto se basa en la Tesis para optar al grado de Maestría en Desarrollo Sustentable en la Universidad Nur , Titulada "Mujeres y relaciones de poder en instituciones gestoras de recursos naturales Santa Cruz 2004.

BELTRÁN, Luís Ramiro, REYES, Jaime. Radio popular en Bolivia: La lucha de obreros y campesinos. para democratizar la comunicación. En: http://www.dialogosfelafacs.net/dialogos_epoca/pdf/35-03LuisBeltran.pdf

BOURDIEU, Pierre. (1999). "La dominación masculina". Editorial: Seuil, coll. Liber, 134 p. París, Francia. En ROCHA, Paula Melani. 2006. "Mujer Periodista. "Relaciones Familiares y Profesionales" pdf. Pág. 4

BURIN, Mabel. (2006). Género y Psicoanálisis: Subjetividades femeninas vulnerables, Biblioteca Virtual, Doc. Word Pág. 1-2

BRACERO, Torrez. Josefa. (2007) Las mujeres que hablan por radio y televisión Guatemala. Pág. 145.

CHARLES, Mercedes. "La televisión y la construcción de género". PONENCIA: Segundo Congreso de Imagen y Pedagogía. Mazatlán, Sinaloa Noviembre del 2002. pdf

CARREÑO MALAVER, Ángela María LA PERIODISTA EN COLOMBIA: Radiografía de la mujer en las redacciones. Tesis: (Comunicadora Social) Bogotá,

Colombia. Pontificia Universidad Javeriana. Facultad de comunicación y lenguaje, Carrera de comunicación social. 2008. Pág. 15

CALVO, Yadira. 1997 “De lo que sobra y de lo que falta”. En: “Jornadas de Reflexión sobre Violencia contra las Mujeres”. Pág. 33. Guatemala. pdf.

EL KHARA. (2009). 10 hitos de Televisión Boliviana en sus 40 años de transmisión. En: <http://lapaz.metro-blog.com/10-hitos-de-television-boliviana-en-sus-40-anos-de-transmision/> Pag. 49.

FERRÉS, J. (1997): “Enseñar a ver televisión” inc. SOUZA, María Dolores, OYANEDEL, Regina. “La imagen de la mujer en la TV” 2008. Pág. 3. pdf

GIDDENS, Anthony (1991). “*La Consecuencias de la Maternidad*”. São Paulo: UNESP en ROCHA, Paula Melani. 2006. “Mujer Periodista. Relaciones Familiares y Profesionales” pdf. Pág. 4

HERNANDEZ, Sampieri Roberto 2005 Metodología de la investigación Ediciones Mc Graw Hill México pág 56

IRIARTE, Gregorio, ORSINI, Martha. “Conciencia crítica y medios de comunicación”. Cochabamba 2.005

IRIARTE, Gregorio. (2007) Análisis crítico de la realidad. Compendió de datos actualizados. Pag. 483

KORIA PAZ, Richard. S/D “Metodología de la Investigación de la Práctica Didáctica” S/L. Fotocopia Pág. 83

MONZÓN, Ana Silvia. El mundo se escribe en masculino.1999 PDF.

MERCEDES, Charles. La Televisión Y La Construcción De Género. **2.002**

PEREZ, Monica (2004) "Sexo y Género dos conceptos diferentes". Ser distintos no significa ser desiguales. Mexico.

PORTUGAL, Ana María. "Día Internacional de la Mujer: Cuando la historia cambió". Pág. 25

SUÁREZ, Juan Carlos. "Alter Zoom" - julio de 2007

SOUZA, María Dolores, OYANEDEL, Regina. "La imagen de la mujer en la TV" 2008. Pág. 3. pdf

UFARTE, Ruiz, María José. (2007). "Las mujeres en el seno de la profesión periodística: de la discriminación a la inserción. Sevilla Pág. 5

VILLEGAS J. Carlos Suárez. Estereotipos de la mujer en la comunicación.

WOOD, Julia. Gendered lives. Communication, gender and culture. International Thomson Publishing. Estados Unidos, 1994. P. 223. inc.

KORIA PAZ, Richard. S/D "Metodología de la Investigación de la Práctica Didáctica" S/L. Fotocopia Pág. 83

b. Documentos electrónicos

BOSCH E. Bea Ferrer (2002). La voz de las invisibles. Las víctimas de un mal amor que mata. Madrid Cátedra. Pag. 237. Pdf.

CAJIAS. Guadalupe (2008), HOJA DE VIDA:
http://www.transparenciabolivia.org/docs/cv_guadalupe_cajias.pdf.

CINTERFOR. (2004). UN MODELO DE POLÍTICA DE FORMACIÓN PARA EL MEJORAMIENTO DE LA EMPLEABILIDAD Y LA EQUIDAD DE GÉNERO.
<http://www.revistalatinacs.org/09/Sociedad/actas/109marisol.pdf>

COBO. Rosa. (2000) “Ciudadana Mujer” en M. J. Jiménez. Premio de Divulgación Carmen de Burgos (1993 – 2000) Malaga Asociación de estudios Historicos sobre la mujer (A.E.H.M) Universidad de Malaga Pags. 106. Pdf.

LEITE, Elenice. (2004). FORMUJER: UNA MIRADA INTEGRAL SOBRE EQUIDAD Y CALIDAD EN LA FORMACIÓN.
www.ilo.org/public/spanish/region/ampro/cinterfor/temas/gender/formujer/eval/res_ejec.doc

PEGGY. A. Ertmer y Timothy J. Newby (1993), CONDICIONES LABORALES DE LOS PERIODISTAS http://www.cimac.org.mxc /cedoc / publicaciones _ cimac / condiciones_laborales.pdf

ANEXOS

9. ¿CUÁL ES SU SITUACION CONTRACTUAL CON EL MEDIO DE COMUNICACION EN EL QUE TRABAJA?

- a) *Contrato temporal*
- c) *Contrato permanente*

- b) *Contrato Eventual*
- d) *Otro*

10. ¿LA INFRAESTRUCTURA DEL MEDIO DE COMUNICACIÓN, EN EL CUÁL UD. TRABAJA ES:?

a) *Adecuada*

b) *Poco adecuada*

c) *Inadecuada*

11. ¿LAS CONDICIONES TECNICAS DEL MEDIO DE COMUNICACIÓN EN EL CUÁL USTED TRABAJA SON?

a) *Buena*

b) *Regular*

c) *Mala*

12. ¿LAS RELACIONES CON SUS COMPAÑEROS DE TRABAJO DEL MEDIO DE COMUNICACIÓN EN EL CUÁL USTED TRABAJA SON?

a) *Buena*

b) *Regular*

c) *Mala*

ANEXO 3

GUÍA DE ENTREVISTA

Nº-----

Medio de Comunicación:.....

Hora ingreso:.....*Hora salida:*.....

Edad:..... *Lugar de nacimiento:*.....

1. *Usted. ¿Por qué trabaja en medios de comunicación?*

.....
.....
.....
.....
.....
.....

2. *Que grado de responsabilidad implica trabajar en un medio de comunicación. ¿Podemos conocer su criterio al respecto?*

.....
.....
.....
.....
.....
.....

3. *¿Cuáles son los obstáculos que enfrenta el ser mujer y trabajar en un medio de comunicación?*

.....
.....
.....
.....
.....
.....

4 *¿Para usted es importante la formación académica, para trabajar en un medio de comunicación?*

.....
.....
.....
.....
.....

5. Según el trabajo que realiza, en el medio de comunicación ¿Qué podría decir acerca de su remuneración o salario?

.....
.....
.....
.....
.....

6. ¿Por qué Considera usted, que es importante contar con un seguro social del medio de comunicación para el cuál trabaja?

.....
.....
.....
.....
.....

7. ¿Cómo, es el trato que recibe por parte de sus colegas varones de trabajo?

.....
.....
.....
.....
.....

ANEXO 3
FOTOGRAFÍAS



Sra. Sandra Zairo Suárez. Operadora (Emisión)



Sra. Ruth Araúz . Presentadora de Tv. y Locutora de Radio



Sra. Yusara Melena Revollo Jefe de Prensa (Canal 15 S.P.C)



Locutora: Programa de radio "Como Anillo al Dedo"