

El techo de hormigón de las mujeres periodistas

El techo que impide a las periodistas llegar a los altos cargos no es de cristal, sino de hormigón. Revertir la situación que dificulta a las mujeres **igualmente preparadas** que los hombres llegar a puestos de responsabilidad y liderazgo requiere un **cambio de mentalidad**. De lo contrario, proseguirá este **desperdicio de talento femenino**.

MAYTE ANTONA LÓPEZ

En el año 1978, la consultora laboral estadounidense Marilyn Loden expuso por primera vez el término “techo de cristal” para explicar las causas de por qué había tan pocas mujeres en puestos directivos. Ella explicó que ese “techo de cristal” que limita a las mujeres llegar a lo más alto en sus carreras profesionales es invisible, como un cristal, porque no existen leyes que impongan esa limitación en su ascenso profesional, pero sí una cultura que obstruye sus aspiraciones e impide la igualdad en un mundo dominado por los hombres.

La paridad no existe en los puestos de dirección. A pesar de que la mitad de la población son mujeres, su representación en los cargos directivos es bajísima en todos los ámbitos profesionales, in-

cluido el periodismo.

Hoy, 44 años después de la acuñación del término, las mujeres saben que el techo no es de cristal, sino de hormigón, y que revertir la situación que impide a las mujeres igualmente preparadas que los hombres llegar a puestos de responsabilidad y liderazgo requiere un cambio de mentalidad. Para ello, como prescriben las feministas, es necesario acabar con el dominio de la cultura patriarcal, que sigue asignando roles de cuidadora y tareas en el ámbito doméstico a las mujeres, y que echa solamente sobre sus espaldas la conciliación de la vida laboral con la familiar.

España cuenta con un Ministerio de Igualdad, en manos de Unidas Podemos, que dirige Irene Montero. El día de su

Mayte Antona López es redactora jefa de la sección de Sociedad de la agencia de noticias Servimedia y presidenta de la Comisión de Igualdad de la Asociación de la Prensa de Madrid

toma de posesión, esta periodista dialogó con una persona de su entorno más cercano para saber cuál sería la política que desplegaría el organismo para conseguir la ansiada igualdad, y esta afirmó que lo primero es “que dejen de matarnos; para lograr la igualdad, primero tenemos que estar vivas”.

En España, desde el año 2003, han sido asesinadas por sus parejas o ex parejas 1.149 mujeres (a fecha de 10 de junio). Desde ese año, son asesinadas, de media, 70 mujeres; si bien, en 2020 y 2021, la cifra de feminicidios no ha llegado a 50.

En el mundo, según datos de la ONU, en 2020 fallecieron por violencia machista más de 81.000 mujeres y niñas, solo por el hecho de ser mujeres. Cada once minutos, una mujer es asesinada por un hombre, aunque se teme que el número sea mayor, porque en muchos países no se utiliza el término violencia de género, acuñado por la propia ONU, como causa de asesinato.

Estas cifras, estos datos demoledores, merecen al menos una reflexión de la situación de la mujer en el siglo XXI, porque son muchas las que antes que luchar por alcanzar cuotas de poder y liderazgo, de romper con un martillo neumático ese techo de hormigón que impide su ascenso social, tienen que preservar su vida.

“La educación lo es todo” era el eslogan de una campaña de la Fundación FAD Juventud del año 2002 y así es: sin

formación, sin educación, es imposible progresar como persona y como profesional.

Y el primer peldaño que permite a hombres y mujeres progresar en la vida es el acceso a la educación, que, sin embargo, está prohibido para las niñas en muchos países del mundo. Como en Afganistán y en Pakistán, en donde Malala Yousafzai con solo 15 años se rebeló contra esa imposición machista de los talibanes; y por reivindicar el acceso de las niñas a los colegios, sufrió un atentado en 2012. Fue tiroteada y estuvo a punto de morir. Sin embargo, su valentía dio la vuelta al mundo y por esto recibió el Premio Nobel de la Paz en 2014 a los 17 años, convirtiéndose en la persona más joven en acceder a ese galardón en cualquiera de las categorías que se otorga.

Malala señaló que “la educación es un poder para las mujeres, y eso es por lo que los terroristas tienen miedo a la educación. Ellos no quieren que una mujer se eduque, porque entonces esa mujer será más poderosa”. “Los terroristas”, señaló en otra comparecencia, “pensaban que podrían cambiar mis objetivos y frenar mis ambiciones, pero nada cambió en mi vida excepto esto: la debilidad, el miedo y la desesperanza murieron. La fuerza, el poder y el valor nacieron”.

Y mientras que en el tercer mundo y en países en desarrollo muchas mujeres se inmolan y luchan por lograr el acceso a la educación para las niñas, ese primer

paso para tener una vida mejor que no sea buscar algo que vender en los basureros, cultivar la tierra, cargar agua, coser doce horas al día para hacer prendas de vestir de usar y tirar y también cuidar de los hermanos menores, en el primer mundo, en donde se mueve el dinero, otras mujeres que han tenido acceso a la educación y formación luchan por tener cargos de responsabilidad acordes a su preparación.

Apenas el 22% de los puestos jerárquicos de los 240 medios analizados está en manos de mujeres

El pasado 8 de marzo, el Día Internacional de la Mujer, el Instituto Reuters para el Estudio del Periodismo presentó el informe *Mujeres y liderazgo en los medios informativos en 2021: evidencias de doce mercados*¹, en el que analizó la desigualdad de género en el liderazgo de las redacciones. Tomó una muestra estratégica de 240 grandes medios *online* y *offline* en doce mercados de cuatro continentes: Kenia, Sudáfrica, Hong Kong, Finlandia, EE. UU., Corea del Sur, Brasil, Alemania, Reino Unido, México, España y Japón. La primera conclusión es que

“una clara mayoría de los medios analizados están dirigidos por hombres”. La más dolorosa es que en Japón, uno de los países más importantes del planeta, no hay ninguna mujer al frente de los principales medios. La buena noticia es que en el periodismo sudafricano mandan las mujeres. El 62% de los periodistas de ese país son féminas y el 60% de los cargos de responsabilidad están ocupados por ellas.

Pero Sudáfrica es la excepción que confirma la regla mundial, ya que el estudio subraya que apenas el 22% de los puestos jerárquicos de los 240 medios de la muestra está en manos de mujeres, pese al hecho de que, en promedio, las mujeres suponen un 40% del total de periodistas que ejercen en esos doce lugares estudiados.

El estudio pone el foco también en la cantidad de personas que obtiene información de medios liderados por mujeres. Así, el porcentaje de usuarios *online* que consume al menos un medio liderado por una mujer va desde un alto 94% en Kenia hasta un 0% en Japón. Como explicábamos antes, no hay ninguna mujer al frente de los medios analizados en el país del sol naciente, en donde, a pesar de que el acceso a la educación es igualitario y hay miles de periodistas tan preparadas como sus compañeros,

¹ <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/mujeres-y-liderazgo-en-los-medios-informativos-en-2021-evidencias-de-12-mercados>

no han logrado acceder a un puesto de responsabilidad, ya que persiste una cultura machista muy exacerbada.

Hay otro dato para la esperanza de un futuro mejor que permitirá a las mujeres periodistas tener puestos de responsabilidad: el porcentaje de mujeres al mando ha pasado del 22% en 2020 al 24% en 2021. En esas organizaciones se nombraron 37 nuevos directivos y el 16% son mujeres. Y entre quienes dejaron sus puestos en este periodo, hubo un 14% de mujeres.

La paridad, una asignatura pendiente en la dirección de empresas periodísticas españolas

Si se comparan los datos de este estudio con los del año pasado, se observa que en Sudáfrica el porcentaje de mujeres líderes subió de 47% a 60%, y en los otros once mercados hay mayoría de hombres al frente de los medios, aunque Estados Unidos está cerca de la paridad. También se aprecia que, si bien algunos han experimentado un crecimiento de las lideresas como en Corea del Sur, EE. UU. y, por supuesto, Sudáfrica, otros

han mostrado un declive, principalmente, Brasil, Alemania y Finlandia.

Y es que ser un país que cumple con los estándares de índice de igualdad de género que marca la ONU no implica que haya más mujeres en los cargos editoriales más altos. Como ejemplo, Alemania y Corea del Sur, y el citado Japón como el caso más extremo.

El informe destaca que en los mercados en los que hay más mujeres periodistas también es donde más mujeres lideran las redacciones. Pese a ello, en diez de los doce mercados estudiados por el Instituto Reuters, la cantidad de mujeres que trabajan en periodismo es significativamente mayor a la cantidad de mujeres en puestos jerárquicos.

El estudio pone el acento en la importancia que tiene a la hora de fijar los contenidos periodísticos que el director sea hombre o mujer. Sostiene que “los líderes de los medios son figuras clave para marcar la dirección y tomar decisiones, lo cual da forma a las noticias y a las salas de redacción². También tienen su rol en la relación entre los periodistas y las audiencias³. Y representan a sus empresas: por lo tanto, quiénes son los líderes es un hecho que adquiere relevancia en función de cómo las audiencias ven a los medios y, más generalmente, cómo la

2 Griffin, A. (2014). “Where Are the Women? Why we Need More Female Newsroom Leaders”. Nieman Reports, consultado en febrero de 2021.

3 Duffy, A. (2019). “Out of the Shadows: The Editor as a Defining Characteristic of Journalism”, *Journalism*.

sociedad percibe a los medios. El género de los líderes es uno de los aspectos que más importancia tiene, tanto práctica como simbólicamente”, concluye.

Obviamente, una directora apostará y dará visibilidad a campañas y movimientos sociales como #Metoo en Estados Unidos y el *Yo sí te creo, hermana*, respuesta social femenina frente a las violaciones en grupo como el caso de la Manada de Pamplona.

La situación en España es similar a la que ofrece el informe del Instituto Reuters y la paridad es una asignatura pendiente en la dirección de empresas periodísticas. Si bien el periódico más importante, *El País*, está dirigido por una mujer, Pepa Bueno; Encarna Samitier es la directora de *20 Minutos*; Virginia Pérez Alonso, de *Público*; Angélica Rubio, de *El Plural*, o Mamen del Cerro es la directora de Informativos de RNE, entre otras, la infantería femenina no suele llegar al generalato informativo, aunque los Gobiernos sean cada vez más paritarios.

Las causas de este desperdicio de talento femenino, de este techo de hormigón que impide a las periodistas llegar a los altos cargos, son varias. La maternidad sigue siendo una cuestión que afecta solo a las mujeres, que la penaliza y la

aparta de su trayectoria profesional en el momento de mayor proyección laboral, aunque engendrar y sacar adelante a un hijo sea cosa de dos.

Los cuidados familiares siguen también estando en manos de las mujeres, hijos y padres son su responsabilidad que no comparte con su pareja, lo que obliga en muchos casos a pedir reducción de jornada y perder el tren de la carrera profesional que en el mundo del periodismo es especialmente exigente y en el que no hay horarios, porque las noticias no se rigen por ese concepto.

Conciliar la vida familiar con la laboral es aún una tarea que asumen mayoritariamente las mujeres en muchos casos, por la brecha salarial, puesto que las mujeres en España siguen cobrando un 22% menos que los varones por el mismo trabajo realizado.

La solución pasa o por renunciar a la maternidad, lo que se denominó hace años huelga de úteros, en un país como España que está a la cola en número de nacimientos en Europa, o por impulsar y dotar económicamente una política de cuidados que libere a las periodistas de la carga familiar para poder competir con el varón en igualdad de oportunidades y lograr acceder a la dirección de los medios. ■

