

**DESCRIPCIÓN DE LAS CONDICIONES SOCIO ECONÓMICAS Y
LABORALES DE LAS MUJERES PERIODISTAS VINCULADAS A MEDIOS
TRADICIONALES DE CARTAGENA DE INDIAS Y SUS PERCEPCIONES
SOBRE EL EJERCICIO DE LA PROFESIÓN, DESDE LA PERSPECTIVA DE
GÉNERO**

Karla Genes, Luz Alexandra Quintana, María Camila Hernández

& Marisol Carrasquilla

Diciembre 2019

Universidad de Cartagena

Bolívar

Proyecto de grado

TABLA DE CONTENIDO

1.	INTRODUCCIÓN	3
2.	DESCRIPCIÓN Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA:	6
3.	JUSTIFICACIÓN:	9
4.	OBJETIVOS	10
4.1.	Objetivo general	10
4.2.	Objetivos específicos	10
5.	MARCO TEÓRICO	11
5.1.	Antecedentes:	11
5.1.1.	Escenario Internacional	11
5.1.2.	Escenario nacional	15
5.1.3.	Escenario local	21
5.2.	Referentes conceptuales:	25
5.2.1.	Sexo y género: apuntes sobre su conceptualización	25
5.2.2.	Perspectiva de género como metodología y/o herramienta de análisis del sistema sexo/género	28
5.3.	Periodismo con perspectiva de género	35
6.	DISEÑO METODOLÓGICO.....	40
6.1.	Tipo de investigación:	40
6.2.	Hipótesis:.....	41
6.3.	Población y muestra	41
6.4.	Variables:	44
6.5.	Técnicas de recolección de información y procedimientos:	45
7.	RESULTADOS	47
7.1.	Condiciones socio económicas:	47
7.2.	Condición Socio laboral:.....	50
7.3.	Percepciones sobre la situación de las mujeres en la profesión	59
8.	CONCLUSIONES	67
9.	BIBLIOGRAFÍA	75
10.	ANEXOS	84

1. INTRODUCCIÓN

Los antecedentes del estudio de la equidad de género en el periodismo datan de varios años atrás, tanto a nivel nacional como local se han hecho esfuerzos por describir la situación desde un enfoque de género. Sin embargo, en la ciudad de Cartagena, el estudio de esta situación no cuenta con suficientes referentes que brinden un panorama general o un breve acercamiento que permita definir lo que sucede en los medios tradicionales.

Los medios de comunicación son un termómetro del lenguaje y de las concepciones sociales de la época. Son referentes para la construcción de identidades, para la formación de mentalidades y la creación de ideologías (Arús, Marta, et al, 2000). Es por ello que, al encontrarse en un espacio público, inciden directamente en la toma de decisiones de la sociedad en general, y existe una necesidad latente de conocer todos los campos en los que se involucra, y la perspectiva de género no puede ser un caso alejado.

Este trabajo busca describir la situación socio laboral y socioeconómica de las mujeres periodistas vinculadas a medios tradicionales de la ciudad de Cartagena y conocer sus percepciones sobre el ejercicio de la profesión desde la perspectiva de género, este tema ha sido investigado en el país, pero, hasta hoy, en la ciudad de Cartagena ha sido poco lo estudiado.

La diferencia salarial que hay entre ambos géneros es un factor determinante a la hora de analizar la brecha de equidad de género, según el Financial Times, la brecha salarial que existe en el periodismo entre hombres y mujeres alcanza el 13% y según el Proyecto de Supervisión de los Medios de Difusión a Nivel Mundial (GMMP) de la UNICEF, tan solo un 16% de los medios de comunicación posee una política de empresa sobre la igualdad de género.

En Colombia, para el año 2018, las mujeres poseían mayores títulos académicos en relación con los hombres, pero eran estos últimos quienes ocupaban los cargos directivos (El Espectador, 2018). En los medios nacionales, la distribución de sexos no presenta mucha diferencia, al contrario de lo que sucede en la zona rural, en los medios regionales el 61% de la población es masculina y el 38% es femenina. En el panorama local, de cada 10 personas que trabajan en un medio masivo de comunicación de Cartagena y Montería hay 7 hombres y 3 mujeres (Manrique y Cardona, 2003).

Entonces, teniendo en cuenta lo anterior y partiendo del hecho de que según el Informe Mundial sobre la Condición de la Mujer en los Medios de Comunicación realizado por la UNESCO en el 2011, las mujeres periodistas solo hacen el 37% de las noticias que se difunden y el 63% restante son hechas por hombres quienes ocupan casi el 71,3% de los puestos laborales en las empresas de comunicación, mientras que las mujeres el 28,7%, se convierte en una motivación para llevar a cabo un proyecto donde se estudie la diferencia salarial, los niveles de estudio, cargos, aspiraciones, situación laboral, problemas más comunes en el desempeño de sus labores, entre otros indicadores.

La suscrita investigación se encuentra enmarcada en tres variables: situación socioeconómica, situación socio laboral y la perspectiva de las mujeres periodistas de acuerdo al ejercicio de su profesión. Dentro de las limitaciones al estudiar esta temática data no hay un registro formal de la población total de mujeres periodistas que se dedican a ejercer la profesión en medios tradicionales en la ciudad de Cartagena, por lo que se pretende indagar a partir de una pesquisa en los medios tradicionales más conocidos en la ciudad. Sumándole el hecho que no existe un antecedente investigativo que sirva de punto de partida para hacer contraste de resultados.

La consecución del objetivo y la pregunta problema de la investigación se hará siguiendo una metodología cuantitativa como herramienta para describir las tres variables, cuya técnica de recolección de información utilizada es la encuesta, además, es una investigación *exploratoria* pues abre nuevas posibilidades y orientaciones desde una perspectiva académica, social y de género, teniendo en cuenta las necesidades del contexto social y cultural, y *descriptiva* porque caracteriza la situación de las periodistas entorno al ejercicio de la profesión. Finalmente, el proyecto cuenta con una base teórica y un estudio del estado del arte que guiará el análisis de los resultados obtenidos, brindando recomendaciones para futuras investigaciones hechas sobre esta temática.

2. DESCRIPCIÓN Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA:

Según el más reciente informe publicado por el Banco Mundial (2019) a las mujeres se les reconocen apenas tres cuartas partes de los derechos legales de los que gozan los hombres. Por su parte, la Comisión Europea (2002) revela que si bien ha ido incrementando la presencia de mujeres en distintos entornos, su posición social y laboral sigue siendo menor.

Dicha desigualdad o brecha de género es transversal en distintos escenarios y el periodismo no es la excepción. En el caso colombiano, la primera mujer que ingresó a una sala de redacción, Emilia Pardo Umaña, lo hizo 149 años después del surgimiento del periodismo en el país. Así, en 1934 se inauguró el camino para acceder a medios y empezar a luchar con el sexismo que limita la producción mediática al género masculino. (Diario de Paz Colombia, s.f).

Ese acceso tardío de las mujeres a la producción mediática influyó en que aún se mantenga una brecha considerable, a pesar de todos los avances en materia de derechos. Según la Fundación para la Libertad de Prensa (2017) el rol de las mujeres en el periodismo sigue siendo limitado, minoritario e incluso, excluyente. Se afirma que el “40% de las periodistas consultadas reconocen que han sufrido algún tipo de acoso y discriminación en las salas de redacción, y que existe un trato diferencial en materia de género, que se refleja por ejemplo, en la asignación para el cubrimiento de ciertas fuentes por su condición de ser mujer” (p.2). Además de ello, los grandes medios siguen estando guiados y liderados, en su mayoría, por hombres, quienes ocupan casi el 61,3 % de los cargos de alta dirección, y las mujeres el 38,7 %”. (FLIP, 2017)

En la región Caribe y concretamente en Cartagena de Indias, el Trabajo de Grado “Percepción de los periodistas de Montería y Cartagena acerca de su profesión” (2010)

concluyó que la participación de la mujer en los medios es escasa, a pesar del gran porcentaje que se gradúan de programas de comunicación en las ciudades en cuestión: “de cada 10 personas que trabajan en un medio masivo de comunicación de Cartagena y Montería hay 7 hombres y 3 mujeres”.

En general, y tal como se evidencia en los antecedentes de este trabajo, son pocas las investigaciones a nivel nacional y aún menos a nivel local que se han interesado por indagar el periodismo desde el enfoque de género. Esto a pesar de la relevancia que tiene conocer qué está sucediendo con las mujeres en el entorno periodístico, no sólo para prevenir y subsanar escenarios de vulneración de derechos sino también para ampliar las miradas con las que se hace la producción mediática.

Son diversos los llamados de atención desde la academia y los movimientos feministas que dan cuenta de las implicaciones que tiene la brecha de género en los medios de comunicación. A pesar de ello, sigue siendo poca la producción de investigaciones sobre las mujeres periodistas del país en comparación con otras temáticas.

En este sentido, esta investigación ha querido aunar esfuerzos que permitan ampliar el panorama sobre el ejercicio periodístico, concretamente desde una perspectiva de género. Por ello, este trabajo es un acercamiento inicial/exploratorio en torno a la siguiente pregunta problema: *¿Cuáles son las condiciones socio económicas y laborales de las mujeres periodistas vinculadas a medios tradicionales de Cartagena de Indias y sus percepciones sobre el ejercicio de la profesión, desde la perspectiva de género?*

3. JUSTIFICACIÓN:

Dada la importancia histórica del periodismo en Colombia y ante la escasa información que data acerca de la situación actual en la que se encuentran las mujeres periodistas de la ciudad de Cartagena, la presente investigación es relevante desde lo académico porque será una de las pocas investigaciones que se suman a brindar luces al respecto. Incluso, es la primera investigación en el Programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena que se realiza en este sentido y que ayudará a explorar si realmente existen brechas de género y cómo se auto perciben las periodistas.

De esta manera se le apuesta a la construcción de propuestas académicas ligadas a los grandes movimientos sociales, en este caso feministas. Dicha articulación da cuenta de la relevancia social de esta investigación, en tanto se considera que la Universidad no puede estar alejada de las exigencias sociales, ni mucho menos de la producción de conocimiento que aporte a la configuración de sociedades más justas y equitativas.

La indagación de las percepciones de las mujeres sobre su profesión periodística también es una forma de dar a conocer sus voces, de manera tal que puedan servir de insumo para que se realicen los ajustes necesarios que garanticen el trabajo periodístico en condiciones igualitarias y dignas.

Se espera que este trabajo sienta un precedente y permita aumentar el debate académico y social sobre el papel de la mujer en el periodismo, de tal forma que se incremente el interés por un periodismo con perspectiva de género. Esto no sólo desde la misma formación universitaria y post gradual en el campo de la comunicación social, sino también desde la configuración de las grandes empresas mediáticas y el ejercicio de un periodismo “otro” donde las mujeres puedan tener no sólo acceso sino también poder.

4. OBJETIVOS

4.1.Objetivo general

Describir la condición socioeconómica y laboral de las mujeres periodistas vinculadas a medios tradicionales de Cartagena de Indias y sus percepciones sobre el ejercicio de la profesión, desde la perspectiva de género.

4.2.Objetivos específicos

- Indagar el contexto socio laboral de las mujeres periodistas vinculadas a medios tradicionales de la ciudad de Cartagena de Indias
- Indagar el contexto socio económico de las mujeres periodistas vinculadas a medios tradicionales de la ciudad
- Conocer las percepciones que las mujeres periodistas vinculadas a medios tradicionales en Cartagena sobre el ejercicio de su profesión

5. MARCO TEÓRICO

5.1. Antecedentes:

En este aparte, se hace referencia a los principales trabajos realizados alrededor del problema que se convoca, por ende, se adaptan considerablemente al objetivo de la investigación. En primera instancia, se tiene el escenario internacional y se continúa con el nacional y local. De forma interna, cada uno de ellos se clasifican en función a si son investigaciones académicas, bien sean trabajos de grado o artículos, o si son informes realizados por diversas organizaciones.

5.1.1. Escenario Internacional

Uno de los principales informes ubicados en el plano internacional es el Global Media Monitoring Project: Women's Participation in the News (2005) un estudio que se adelanta cada 5 años con el que se pretende monitorear de forma global la presencia de las mujeres en los medios de comunicación, para construir solidaridad y de esta manera crear conciencia en los medios de comunicación. En la monitorización realizada en el 2015 donde se analizaron los principales telediarios de radio, televisión y periódicos buscando comprobar la representación, roles y forma de presentar las noticias por parte de las periodistas mujeres. Se encontró que el cambio ha sido pequeño. En el periodo de 20 años cuando se inició la realización de dicha investigación: solo el 24% de los sujetos de las noticias, las personas entrevistadas o de quienes se trata la noticia, son mujeres. Una notoria diferencia con relación a la presencia de los hombres en los medios globales.

“Si bien el estudio ha encontrado algunos ejemplos excelentes de periodismo ejemplar con equidad de género y sensible al mismo, se demuestra un déficit general y evidente en los medios de comunicación a nivel mundial, con la mitad de la población mundial apenas presente.” (GMMP 2015)

En el informe “*Participación de las mujeres en los medios de comunicación de Euskadi y en la publicidad*” publicado en 1994, datan los resultados de un análisis a los diferentes medios en el País Vasco, en los cuales el porcentaje de participación y mención de la mujer en los diferentes escenarios periodísticos es inferior al del periodista hombre, esto en cuanto a la importancia que le dan a las mujeres, que temas tratan, etc. Las estadísticas, categorizan a las mujeres en los temas que deberían compartir, como lo son, amor, belleza y hogar. Evidenciando además, que la publicación y difusión de cualquier información está relacionada con los gustos de consumo de la audiencia y por ende con quién la escribe.

En esta línea se ubicó el trabajo *La presencia de estereotipos en los medios de comunicación: análisis de la prensa digital española* (Matheos, 2007) donde referencian los trabajos de tipo cuantitativos realizados en España y el estudio de Franquet et al. (2005) que realiza un análisis de la producción periodística de los principales medios de comunicación online en España. Los resultados del mismo, indican una presencia femenina del 17% frente al 82% de las masculinas. Y aclaran de la misma forma que cuando existe una mención masculina en un 46% de las veces se realizan con nombre propio, mientras que las mujeres lo realizan solo el 26% de las veces. Concluyendo que se ha evidenciado durante décadas la escasa presencia de la mujer en los medios.

Otro estudio cuantitativo acorde al tema de investigación es el realizado en Buenos Aires, Argentina, titulado *Mujeres periodistas en la Argentina; Situación laboral y rol profesional de las comunicadoras en el país* (2018) el cual, a través de una encuesta virtual, buscaba saber la situación y condiciones de igualdad o desigualdad de género de las mujeres periodistas argentinas en los medios de comunicación. Esta encuesta resultó importante y oportuna, ya que, pese a que las mujeres están tomando lugar en los medios, la mayoría respondió que son los hombres quienes cuentan con cargos de rangos más altos,

teniendo ellas menos oportunidades de crecimiento frente a estos; además, no se les reconoce económicamente lo mismo que a los periodistas hombres.

El artículo *¿Determina el género la percepción del rol profesional de l@s periodistas en Ecuador?* publicado por la Revista “Razón y Palabra” en el año 2016, muestra los resultados de una encuesta online aplicada a 372 periodistas ecuatorianos, cuyo propósito era saber la percepción de las mujeres periodistas sobre su rol con respecto a los hombres. Sin embargo, este estableció en sus resultados, diferencias poco significativas entre los hombres y mujeres, ya que, bajo la autopercepción de las mismas mujeres, ambos están enfocados en hacer buen periodismo y manejan una dinámica de trabajo similar.

Otro artículo que se hace indispensable revisar es el titulado *Mujeres sin poder en los medios de Comunicación*, realizado por Elena Criado en el 2012, en el que la autora pretendía identificar los motivos por los que las mujeres periodistas no accedían a los puestos de responsabilidad de los medios analizando el sistema de relaciones sexo-género en el marco de la teoría feminista y orientada desde una consciente perspectiva de género. Criado, luego de hacer entrevistas y una exhaustiva revisión bibliográfica, expresa conclusiones claras de la realidad de los medios de comunicación en España, que a pesar de la feminización que han sufrido, aún hay una brecha existente entre los hombres y mujeres y cómo se desempeñan en los medios de este país, dejando ver que a pesar de los avances en materia femenina, sigue siendo minoritaria la presencia de las mujeres en la toma de decisiones.

[...] Como hemos ilustrado en nuestro trabajo a través de datos recientes, se constata la casi nula presencia de mujeres en cargos de poder, de responsabilidad o de toma de decisiones en las empresas informativas de nuestro país. Por tanto, podemos decir que, de

manera general, están en puestos de trabajo genéricos en la empresa informativa que se visibilizan menos y, por tanto, más proclives a ser fácilmente sustituibles (Criado, 2012).

Otro artículo que conviene revisar para la investigación es el presentado por Carmen Torres y Uca Silva para la universidad Diego Portales de Santiago de Chile, titulado *Periodismo y Género. Reflexiones de intervención desde el género* (2010). En este se exponen dos apartes que dejan ver de manera clara el panorama del periodismo en Chile y la poca presencia de la mujer en el mismo, el tratamiento que se le dá a las noticias desde un enfoque de género y la manera en que este último término está relacionado con la comunicación. Así mismo, da cuenta de la existencia de expresiones sexistas en el lenguaje que denigran y discriminan a la mujer y su labor y que la mantienen al margen de lo que sucede al interior de la esfera periodística.

En el año 2017, fue publicado en la página web de la Barcelona School of Management un trabajo realizado por el profesor de la institución Eloy Fernández Porta, titulado: *El papel de las mujeres en el periodismo y los medios de comunicación*. En ese documento el autor recopila diversos artículos que buscan crear una reflexión en torno al papel que tiene la mujer en el periodismo y en los medios. El primer artículo que se encuentra es el de “*Las mujeres podrán libremente consagrarse en el periodismo*” de **María Angulo Egea** que habla sobre cómo era una novedad, en la primera mitad del siglo XX, que las mujeres se dedicaran al periodismo.

La autora habla del panorama de participación femenina en la actualidad, dejando ver su última ubicación en la “pirámide”, lo cual ha generado un tipo de desigualdad en el acceso a espacios de tomas de decisiones en torno a los medios. Concluye haciendo un análisis de las distintas formas en las que las mujeres son captadas en su intención de igualdad ante la posibilidad de desarrollar la profesión, teniendo en cuenta los malos pagos, el machismo

aún latente, y las afrentas en contra de lo que son como profesionales. El trabajo finaliza dando algunas luces de cómo se podría cambiar o transformar la situación.

Cabe analizar que los estudios relacionados con la mujer y su participación en los medios en el ámbito internacional, en su mayoría son de tipo cuantitativo y permiten determinar el porcentaje real de la presencia de las mujeres en los medios de comunicación, y a su vez dan pie para la creación de nuevas propuestas y estrategias a partir de los datos encontrados. Aun cuando las investigaciones se han realizado en diversos lugares en el mundo, los hallazgos han sido similares al arrojar la poca presencia y participación de la mujer en los medios de comunicación.

5.1.2. Escenario nacional

Existen grandes investigaciones a nivel nacional que permiten trazar una línea de trabajo que genera información relevante respecto a temática. Se parte del trabajo de investigación titulado “*Situación Laboral de los Periodistas en Colombia*” (2003) por Alejandro Manrique e Iván Cardona Restrepo, cuyo objetivo principal fue conocer el estado laboral de los periodistas en Colombia por medio de una metodología cuantitativa. A través de una encuesta a 309 periodistas de 120 medios de comunicación en 9 ciudades del país, entre ellos Bogotá, Medellín, Barranquilla, Cartagena y Pereira. Esta investigación da cuenta de un panorama general de la labor del periodista y describe diferentes acontecimientos que dificultan el debido ejercicio de la libertad de prensa y del periodismo nacional.

Además, en el ámbito femenino concluye que:

“En los cargos de dirección prevalecen los hombres. En los medios nacionales la distribución de sexos no presenta mucha diferencia, lo que sí es evidente en los medios regionales, ya que estos presentan el 61% la población compuesta por hombres y el 38% por mujeres. Por medios; en radio es donde se nota más distancia entre los sexos, ya que el

71% de las redacciones están compuestas por Hombres y el 29% por Mujeres. En prensa es más pareja la composición: el 43% Mujeres y el 55% Hombres, mientras que en Televisión la diferencia es también marcada: el 38% Mujeres y el 62% Hombres” (Manrique & Cardona, 2003)

Por otra parte, la investigación titulada: “*Perfil Sociológico de la Profesión del Periodista en Colombia: Dialogo íntimo con el ser humano detrás de las noticias*” (2004) realizada por Marta Milena Barrios y Jesús Arroyave, permite conocer el perfil que tienen los periodistas colombianos de acuerdo a cuatro entornos de la vida cotidiana: el entorno académico, laboral, social y personal. La investigación es de corte cualitativo realizado a cinco grupos de discusión focal en las ciudades de Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla y Cartagena.

Como conclusión en perspectiva de género, en la encuesta, las periodistas mujeres respondieron que:

“Notan una diferencia grande en cuanto al ejercicio de su profesión si son solteras o si son casadas. Todas hacen énfasis en el sacrificio personal que se requiere para ejercer los roles de periodista y mamá y periodista y esposa. Subrayan la necesidad de encontrar un esposo comprensivo, que algunas veces es un periodista en ejercicio como ellas, y familiares que los ayuden en la crianza de los hijos. De todas maneras, cumplir en el trabajo y en el hogar les genera una tensión que afecta sus condiciones de salud mental y física.” (Barrios & Arroyave, 2004)

El trabajo de grado presentado por Ángela María Carreño Malaver y Ángela María Guarín Aristizábal titulado “*La periodista en Colombia: radiografía de la mujer en las redacciones*” (2008) de la Pontificia Universidad Javeriana buscó investigar si existía algún

tipo de inequidad laboral en el campo del periodismo entre mujeres y hombres en dicho periodo.

Fue una investigación cualitativa cuya metodología estuvo enmarcada en recolectar información a través de testimonios, conversaciones y entrevistas en profundidad, además de una observación participante constante. La muestra utilizada fue de 30 periodistas de medios nacionales. Se concluyó que la mujer ha logrado incursionar en los medios con éxito durante los años 90, pero todavía no había logrado posesionarse al igual que los hombres.

Siguiendo por esta misma línea investigativa, se ubica la investigación titulada: *“Las condiciones laborales y la satisfacción de los periodistas colombianos” (2010)* cuya investigación buscó establecer las características socio demográficas y laborales de los periodistas colombianos y también analizar el índice de satisfacción que muestran con respecto al trabajo que ejercen. La investigación tuvo como instrumento una encuesta de 34 preguntas con una muestra intencional por 11 ciudades del país y 185 periodistas.

Algunas de las conclusiones más importantes indican que el promedio de periodistas en el país en su mayoría está compuesto por personas jóvenes con titulación profesional menores de 41 años, habla sobre la baja remuneración de los corresponsales, los horarios extensos de trabajo, las difíciles condiciones de seguridad para trabajar y la desigualdad de salarios en los diversos medios.

Desde la plataforma “Worlds of journalism” (WJS) estudio que refleja el panorama laboral de los periodistas en el mundo, ejecutado en más de 60 países y que busca entender la visión que tienen periodistas sobre su profesión.

El informe realizado en Colombia en el año 2017 tuvo como objetivo conocer roles, percepciones, información salarial y la ética profesional con una muestra de 552 periodistas del país con métodos de entrevista: cara a cara, teléfono y correo electrónico / e-mail. De los 552 periodistas entrevistados, 219 eran mujeres y 333 eran varones, lo que hace 39,7 y 69,3 por ciento, respectivamente.

Arroyave se ha dedicado a visibilizar y analizar el trabajo del periodista en Colombia, esmerándose por revelar cifras y datos que reflejen la labor. En esta ocasión realizó junto a Isac Blanco un estudio que se titula “*cómo perciben los periodistas su profesión: entre el agotamiento y la fascinación*” donde se muestra las percepciones que tienen los profesionales de los medios sobre el oficio en la región. Participaron en la investigación 36 periodistas activos vinculados a distintos medios de comunicación y con varios años de experiencia. La muestra de 20 hombres y 16 mujeres refleja la composición promedio por género en las salas de prensa.

Como conclusión de dicha investigación, las diferencias salariales se dan por género y medios. En general, en las cuatro regiones los periodistas mencionaron que las mujeres ganaban menos que los hombres.

Por otra parte y un poco más descriptivo, la revista digital lo que vemos las mujeres escribió sobre las “*prácticas de periodismo femenino*” empezando por la profesionalización del oficio del periodismo en Colombia, en el informe final sobre de qué forma están conformados en los medios, se reflejó un 59% de desigualdad por roles y cargos entre hombres y mujeres, resultado que sigue sosteniendo la brecha existente en el campo.

Por otra parte, los informes sobre el estado de la libertad de prensa en Colombia, presentados por la Fundación para la Libertad de Prensa (FLIP) en el año 2017 y 2018

realizan un recuento de la posición de la mujer en los distintos espacios laborales del periodismo; salas de redacción, prensa escrita, reportajes, entre otras.

En 2017 la FLIP nombró al informe “*Estado Depredador*” (2017) y puntualmente hace referencia al estado de la mujer periodista en el capítulo 10 bajo el epíteto “Las reporteras no callan por elección”, cuyo objetivo fue visibilizar el estado y las pocas garantías que tienen las mujeres en las salas de redacción. A lo largo de 22 años se han registrado solamente cuatro casos de violencia sexual a mujeres periodistas, considerando que esto debe al miedo de hablar porque en la mayoría de las ocasiones quienes cometen atropellos que atentan contra la integridad física y moral de la mujer, son personas con mucho poder en la sociedad, aprovechando su estatus o rango para ofrecer información a cambio del silencio de las periodistas, sumidas a conductas de acoso o abuso laboral, según lo indica el informe.

Para FLIP “En muchos casos, se delega un cubrimiento de una fuente a una mujer, no únicamente por sus capacidades, sino por su género” (pág. 49). Como conclusión, se revela que hace falta analizar las garantías que tienen las reporteras para denunciar y qué tipo de acompañamiento se les brinda.

Para el siguiente año, en 2018, el informe anual de la FLIP “*Prensa acorralada: un juego de violentos y poderosos*” presenta cifras que demuestran el panorama del periodismo en Colombia y reflejan que la violencia contra la libertad de prensa va en aumento. Sin embargo, el capítulo que nos compete analizar para la investigación presentada es “*Sin nosotras no hay prensa libre*” (pág. 43), en Colombia, según este informe, la expresión pública de las mujeres es menor que la de los hombres, y en la prensa se ve refleja ampliamente esta desigualdad.

“La libertad de expresión –y de prensa– es ejercida sobre todo por hombres, con poder económico y muchas veces cercanos a los poderes políticos tradicionales del orden nacional y local. Estos grupos suelen ser también los propietarios de los medios de comunicación, con incidencia sobre las decisiones de directores, editores, reporteros: tres hombres, los más ricos del país, poseen el 57% de los medios” (pág., 44).

Para la FLIP la prensa es realmente libre cuando es inclusiva, participativa y propiciadora de escenarios libres y para todas las personas, aún más para las minorías.

El informe concluye con 11 recomendaciones que deben ser vistas desde la perspectiva de género, algunas de estas son aumentar la presencia en los medios de mujeres, diversificar la forma en cómo se ve la mujer, sancionar socialmente actos en contra del periodismo femenino, suprimir la proyección y difusión de estereotipos que atentan contra la mujer, incluir la formación en género y derecho de las mujeres en la prensa, hacer uno consciente del lenguaje y crear una base de datos que permita consultar fuentes femeninas del periodismo.

Es importante mencionar que son escasos los trabajos que profundizan en la historia de las mujeres en el periodismo o centran la atención en sus historias de vida. Así las cosas, el trabajo de grado sobre la primera mujer periodista en Colombia: “*Emilia Pardo Umaña, vida y obra de la primera mujer periodista en Colombia 1907-1961*”, (2010) abre la puerta a iniciar un diálogo en torno al papel de la mujer en el país. Esta investigación pretende ilustrar la vida y obra de la mujer que, en la primera década del siglo XX, rompió esquemas y trazó el camino para que otras mujeres entraran en la vida periodística. Y que hoy, es un referente de la mujer como periodista en medios de comunicación.

Finalmente, se concluyen estos apartes con el artículo titulado “*Situación laboral del periodista: campo de estudio en construcción*” (2015), en el cual se realizó una revisión de la situación laboral del periodista y su satisfacción, a partir de cincuenta investigaciones similares que abordan la temática.

El propósito del artículo fue conocer el panorama laboral de estos profesionales, así como las perspectivas desde las cuales se ha abordado su estudio, realizando un cuadro comparativo entre autores, fechas y resultados. En esta investigación la mujer juega un papel importante porque se reconoce y detalla cómo es su entorno laboral, qué cargos ocupan y cómo se encuentran inmersas en el campo: “las mujeres logran menor tiempo de permanencia en una misma organización, así como menos cargos de alto rango, mientras que los hombres ganan más, ocupan en mayor medida posiciones de alto nivel jerárquico en la organización” (Gómez, 2009).

Según los hallazgos en el panorama nacional, en los medios tradicionales no hay una diferencia visible y tan marcada entre ambos géneros. Sin embargo, se puede vislumbrar un panorama desigual porque el género masculino mantiene la ventaja comparación con el porcentaje del género femenino en los distintos espacios de participación periodística, pocas son las mujeres que han llegado a ocupar puestos directivos o que forman parte de juntas directivas y órganos que influyen en la política de los medios de comunicación, así mismo ello se puede observar contenido que publican y la exclusión en las salas de redacción, sustentado en cada uno de los antecedentes mencionados anteriormente.

5.1.3. Escenario local

En la ciudad de Cartagena, son pocos los estudios donde se ha abordado el tema de las mujeres en el periodismo y cómo se perciben así mismas en el ejercicio de su profesión. Sin embargo, si se ha incluido a Cartagena en trabajos de percepción del oficio del periodista,

en cuanto a satisfacción personal y laboral concierne y hacen una breve alusión al panorama en el que se encuentra la mujer.

En primer lugar la tesis titulada “*Satisfacción Laboral y Autonomía Periodística en Cartagena, Riohacha y Barranquilla*” en cabeza de Indira González, Lauris Mercado y Delys Puente, de la Universidad Tecnológica de Bolívar (2013) Encuestó a 213 periodistas, entre hombres y mujeres de Cartagena, Riohacha y Barranquilla, para determinar las condiciones de los periodistas en relación con la actividad periodística que realizan, a sus equipos de trabajo, autonomía y relaciones interpersonales con su satisfacción laboral. En el análisis de sus gráficas se obtuvieron los siguientes resultados relacionados con el papel de la mujer en el periodismo:

“Se hace evidente que la población es predominantemente masculina, con un representativo 69%, mientras que las mujeres tan solo componen un 31% del total de periodistas encuestados” (pág. 30)

Mencionan, además, que de acuerdo a las gráficas, los periodistas en las ciudades encuestadas están siendo representados en mayor medida por hombres, además también expone la siguiente situación por la que pueden pasar las mujeres periodistas:

“Las mujeres que ejercen el periodismo casi siempre están ligadas a la presentación de farándula o eventos. De modo que estas también pueden ser vistas y consideradas como un objeto sexual para el medio para el cual trabajan”. (pág.30)

De igual manera, estas mismas gráficas indican, que los hombres ganan más que las mujeres y el 6% de las mujeres encuestadas manifiesta haber sufrido acoso sexual.

En la investigación “*Percepciones de los periodistas de la Región Caribe (Montería, Cartagena y Barranquilla), en torno a la inserción de “Las Nuevas Tecnologías en el*

Periodismo” trabajada por Huber Castro, de la Universidad del Norte (2012) de tipo cualitativa, se entrevistaron a 64 periodistas, de 3 ciudades diferentes (Barranquilla, Cartagena y Montería), de los cuales 24 eran de Cartagena. Su objetivo, saber qué opiniones tenían estos, con respecto a la aplicación de las Nuevas Tecnologías de la Información y sus percepciones en el ejercicio profesional. En los resultados de las entrevistas, que incluían a la ciudad de Cartagena, en cuanto al tema del género, concluyó: “existe una mayor presencia de periodistas de género masculino (64.7%), que periodistas de género femenino (35.3%)” (pág. 47).

Aunque, hacen la salvedad de que a pesar de ello, las mujeres periodistas van ganando mayor participación en los medios informativos: “Demuestra que poco a poco las mujeres han venido ganando espacios de liderazgo en este terreno periodístico que históricamente ha sido manejado por los hombres” (pág. 47)

En este orden de ideas, el trabajo de grado realizado por Rosmayra Ruiz Cantillo, de la Universidad Tecnológica de Bolívar y, titulado “*Percepción de los periodistas de Montería y Cartagena acerca de su profesión*” (2010) bajo un enfoque cualitativo, buscaba saber a través de entrevistas estructuradas, la percepción de las condiciones del oficio en la sociedad y en lo laboral de los periodistas de Montería y Cartagena.

En éstas entrevistas, participaron 24 periodistas (hombres y mujeres) de Cartagena y, en sus resultados generales, concluyeron que:

“los hombres son el ingrediente más utilizado para estar detrás de un micrófono, de una cámara de televisión o escribiendo en un periódico, pues los medios en su mayoría los contratan más a ellos para trabajar que a las mujeres, en general de cada 10 personas que trabajan en un medio masivo de comunicación de Cartagena y Montería hay 7 hombres y 3 mujeres, así lo corrobora la muestra seleccionada donde 35 resultaron ser del sexo

masculino, equivalentes al 68.6%, mientras que 14 fueron del sexo femenino representadas en un 27.4%". (pág. 77)

Además, la investigación en sus anexos expone un listado donde figuran los 24 nombres de los periodistas entrevistados, los medios donde laboran y sus cargos. Se evidencia la minoría de las mujeres periodistas frente a los hombres, ya que de esos 24 periodistas, 18 son hombres y 6 son mujeres.

Como aporte necesario y resultado útil a la investigación, contamos con El libro de Gloria Estela Bonilla Vélez "*Las mujeres en la prensa de Cartagena de Indias 1900 - 1930*". Es una exploración que debate la relación entre prensa - género - discurso y poder, que recoge un análisis de la manera en que la prensa examina a la mujer por medio de situaciones concretas, realizando un trabajo de observación documental durante los años 1900 al 1930 sobre la prensa escrita. Así mismo en su artículo «*Mujeres y escritura en prensa: secciones, opiniones y páginas femeninas en Cartagena para la primera mitad del siglo XX*», se reflexiona sobre los aportes realizados por escritoras en Lumbre, revista de cultura femenina y divulgación turística que tuvo vigencia entre los años de 1949 hasta 1954 en Cartagena. Centrándose en hacer visibles a las mujeres (Scielo, 2016).

Podemos concluir entonces que la persistencia de los estereotipos sexistas en los medios de comunicación a nivel local, nacional e internacional demuestra la falta de perspectiva de género que hay en la profesión.

5.2. Referentes conceptuales:

En este apartado se describirán los conceptos claves que rodean la temática en cuestión. Inicialmente se pretende explicar el significado de sexo y género, para luego, adentrarse en la perspectiva de género y posteriormente la relación de estos, con el ejercicio periodístico.

5.2.1. Sexo y género: apuntes sobre su conceptualización

El *sexo* es la diversificación genética o lo que la Unicef conceptualiza como las características fisiológicas y sexuales con las que nacen mujeres y hombres. Por su parte, *El género* es la construcción social que se hace en torno al sexo. En otras palabras, son aquellos roles socialmente contruidos, comportamientos, actividades y atributos que una sociedad considera como apropiados por el hecho de tener sexo femenino o masculino. Por tanto, el género es un mandato cultural que se manipula y/o forma a lo largo de la vida (García, p. 14,2009).

Sexo y género se configuran en una estructura binaria, en un marco heteronormativo y por supuesto, patriarcal: “El sexo es un término biológico; género es un término psicológico y cultural. El sentido común sugiere que sólo hay dos maneras de mirar una misma división y que alguien que pertenece a, digamos, el sexo femenino, automáticamente pertenecerá al correspondiente género femenino y lo mismo sucede con lo masculino.” (Oakley, 1972)

Simone de Beauvoir, quien fue una de las luchadoras incansables por la igualdad de derechos de la mujer y que es considerada una de las precursoras del feminismo contemporáneo, estableció que: “hombres y mujeres son el resultado de una construcción cultural, no biológica. Nunca se nace siendo mujer, sino que se llega a ser mujer”. Con esta afirmación, ratifica el carácter construido del género en función al sexo. No se es mujer por

unas características físicas, se es en tanto se cumple con unas disposiciones sociales alrededor del sexo.

Algunas autoras feministas establecen que esa relación entre sexo y género es un sistema; el sistema “sexo/género. Su principal precursora, Gayle Rubin plantea que “es el sistema de relaciones sociales que transforma la sexualidad biológica en productos de actividad humana y en el que se encuentran las necesidades sexuales transformadas”. (Rubin, G. 1975)

Las condiciones del sexo configuran desde antes de nacer lo que será el sujeto, entonces, la relación sexo/género se encuentra instaurada en un modelo desigual y de poder que es definido por las condiciones que deben atravesar los sexos según su género. Dicha configuración es instaurada en el seno de la sociedad y terminan siendo asignadas de forma conductual y específica. En un sistema sexo/género la sociedad transforma la sexualidad en actividades por géneros.

Este sistema permite develar el valor sexista, así mismo, posibilita saber cómo se reconocen y cómo se pueden explicar estas diferencias. Hay espacios de participación que se han vuelto un reflejo del sistema género/ poder y que vislumbran las brechas existentes. La sola condición de nacer siendo mujer o hombre configura la hoja de ruta con la que deben vivir, crecer y morir, son contenidos personificados por géneros, todo lo “femenino” asignados a las mujeres y todo lo “masculino” a los hombres.

Es decir, el sistema sexo-género expone cómo las diferencias biológicas entre las mujeres y los hombres se han traducido históricamente en desigualdades de tipo social, político y económico, en el ámbito de los derechos, etc. entre ambos sexos, siendo las

mujeres las más desfavorecidas en este proceso (La primera discriminación de las mujeres: la teoría sexo-género, 2005).

Por ejemplo, la explotación del trabajo femenino, tanto en la remuneración salarial como en el tiempo de trabajo no remunerado. Los índices evidencian que la brecha salarial de género a nivel mundial es del 23 %, pero, la tasa de actividad de las mujeres es del 63 % mientras que la de los hombres es del 94 % (ONU, 2018).

El trabajo no remunerado o las denominadas horas “extras” son las actividades que realizan en el interior de sus hogares y familias las mujeres sin ser reconocidas y que mundialmente son triplicadas en relación al tiempo que dedican los hombres a estas mismas actividades. Esta sobrecarga de trabajo de las mujeres funciona como barrera hacia la participación social, económica y laboral, pues no pueden poseer la misma autonomía porque no cuenta con el dinero ni el tiempo suficiente. Incluso, la gran mayoría de mujeres se encuentran en posiciones inferiores de poder respecto al género masculino, porque las ocupaciones siguen siendo dominadas por la acción política machista.

Otro ejemplo que representa la desigualdad entre hombres y mujeres, es la violencia en contra de la mujer. Según información adelantada por la Entidad de la ONU para la Igualdad de Género y el Empoderamiento de la Mujer (también conocida como ONU Mujeres) para 2018, 1 de cada 3 mujeres en el mundo sufre violencia física o sexual, principalmente a manos de un compañero sentimental.

Tal como se había indicado antes, este sistema sexo/género sienta las bases en una sociedad patriarcal, entendida como “La manifestación e institucionalización del dominio masculino sobre las mujeres y los/las niñas/os de la familia, dominio que se extiende a la sociedad en general. Implica que los varones tienen poder en todas las instituciones importantes de la sociedad y que se priva a las mujeres del acceso a las mismas, pero no

implica que las mujeres no tengan ningún tipo de poder, ni de derechos, influencias o recursos”. (Lernes, pág. 340)

Son los movimientos feministas quienes a lo largo del tiempo han denunciado el sistema sexo genérico sobre el que se han levantado las sociedades. Desde la academia, hay esfuerzos teóricos y metodológicos que han permitido develar y corroborar las desigualdades. Precisamente, esta investigación se suma a dichos esfuerzos, concretamente a través la indagación por la condición socio laboral de las mujeres periodistas y sus percepciones sobre la profesión. Para ello, para hacer visible estas relaciones de poder en tanto hombres y mujeres, es necesario utilizar la perspectiva de género.

5.2.2. Perspectiva de género como metodología y/o herramienta de análisis del sistema sexo/género

La intensificación mundial de las medidas en materia de igualdad de género permitirá avanzar hacia el desarrollo sostenible para el 2030, según las Naciones Unidas. “*Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas*” es uno de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Con esto se busca poner fin a todas las formas de discriminación y violencia, así como velar por la participación social, laboral y económica de las mujeres.

Para poder garantizar apuestas como las anteriores, es necesario asumir la perspectiva de género en los distintos niveles de programación para el desarrollo de los países. Dicha perspectiva se refiere a la metodología y los mecanismos que permiten identificar, cuestionar y valorar la discriminación, desigualdad y exclusión de las mujeres, que se pretende justificar con base en las diferencias biológicas, así como las acciones que deben emprenderse para actuar sobre los factores de género y crear las condiciones de cambio que permitan avanzar en la construcción de dicha igualdad. (Naciones Unidas, 2015)

Desde la mirada de algunos autores, la perspectiva de género permite analizar y comprender las características que definen a las mujeres y a los hombres de manera específica, así como sus semejanzas y diferencias. (Lagarde, pág.2). Así mismo, este enfoque permite analizar las posibilidades vitales de las mujeres y los hombres; el sentido de sus vidas, sus expectativas y oportunidades, las complejas y diversas relaciones. (González, 2000).

En otro orden de palabras, la perspectiva de género es una herramienta conceptual y analítica que acoge los mecanismos de igualdad para todos, que busca visibilizar que las diferencias entre mujeres y hombres se dan no sólo por su determinación biológica, sino también por las diferencias culturales asignadas a los seres humanos y que finalmente se adquieren por contextos culturales como la familia, el trabajo, la política, las organizaciones, la ciencia, la historia y todo aquello que se encuentran atado a la relación sexo/género.

Así las cosas, la perspectiva de género no está dirigida a lo “femenino” únicamente; por el contrario, busca que todos los seres humanos, sin ninguna distinción se acojan a ella y se logre finalmente equivalencia entre ambos y por tanto, avanzar en el camino hacia la equidad. Además, implica una mirada ética del desarrollo y la democracia como contenidos de vida para enfrentar la desigualdad propia del orden social; es “intentar descubrir cuánto de arbitrario hay en la posición que mujeres y varones ocupan en la sociedad”. (Morgade, 2001).

Se trata así de crear nuevas construcciones de sentido para que hombres y mujeres visualicen su masculinidad y su femineidad a través de vínculos no jerarquizados ni discriminatorios. (Gamba, 2008)

Algunos podrían pensar en que no es relevante fijar la atención de manera minuciosa en este tema de las “diferencias”, pero si bien es cierto, cuando se cohibe a alguien a

desarrollar cualquier actividad, se está mermando su capacidad para desarrollar nuevas aptitudes. Así, la perspectiva de género como categoría analítica, incide en el origen sociocultural de la desigualdad entre los sexos, discutiendo y desechando los argumentos biologicistas, anatómicos, fisiológicos y medioambientales que respaldan la “naturalización” y la “inevitabilidad” dominación masculina basada en la diferencia sexual. (Poncela, pág. 81)

5.2.2.1. Dimensiones de análisis de la perspectiva de género

En línea con lo anterior, este trabajo asume la perspectiva de género como una herramienta analítica. En función de esto y siguiendo la metodología planteada por la Agencia de Cooperación Española en su campaña Muévete por la Igualdad (2009), así como por EL Manual de género para periodistas (2011), analizar desde la perspectiva de género implica mirar varias dimensiones y/o indagar en función a una serie de preguntas clave que en esta investigación se toman como referencias:

- *División sexual del trabajo: ¿Qué papeles se asignan socialmente? ¿Quién hace qué?*

Los roles de género son el conjunto de tareas y funciones que se asignan a mujeres y hombres en una sociedad dada y en un momento histórico concreto. Establecidos en función de su sexo, son aprendidos, se estructuran socialmente y están influidos por otros factores como la clase social, la edad, la etnia, etc. (Briñón. 2008). Es decir, son los que establecen cómo se deben comportar hombres y mujeres, dónde y cuál es su lugar, ya sea en un espacio público o privado, quienes son y cómo se deben relacionar.

El artículo “La primera discriminación: la teoría sexo-género” (2005) indica que la división sexual de las funciones y expectativas sociales divide la sociedad en dos campos de actuación, presencia y responsabilidad bien diferenciados:

Lo público: abarca las tareas relacionadas en general con la vida económica, política y social. Territorio ocupado y adjudicado hasta hoy mayoritariamente por y para los hombres. Tiene que ver con el trabajo productivo de carácter mercantil y por tanto tiene un valor de cambio. Es visible.

Lo privado o doméstico: Abarca la organización y atención de la familia y las labores derivadas del cuidado del hogar e incluso, el trabajo barrial o de vecindad. Territorio ocupado y adjudicado hasta hoy mayoritariamente por y para las mujeres. Tiene que ver con el trabajo reproductivo y comunitario, con actividades no mercantiles y por lo tanto no tiene valor y permanece en un segundo plano.

Así las cosas, las mujeres cumplen un triple rol: productivo, reproductivo y comunitario. Mientras que los hombres se asocian en mayor medida al rol productivo, o sea, a las labores que se ejecutan en el ámbito público, teniendo la responsabilidad de mantener y provisionar los recursos para sostener a su familia.

Las cifras arrojan que para el caso de Colombia, las mujeres priman en ciertos sectores del mercado laboral y ocupan cargos de menor rango en relación con los hombres. “La oferta laboral sigue siendo inequitativa, la tasa de informalidad para las mujeres asciende a 49,7 %, y las concentra en actividades de baja productividad donde el 73 % de ellas se ocupan en sectores como comercio, hoteles, restaurantes/servicios sociales, comunales y personales” (RED + Noticias, 2019).

- *Acceso y control de recursos: ¿Quién tiene qué? ¿Quién tiene el control y se beneficia de ello? ¿Qué recursos están disponibles para hombres y mujeres?*

Hace referencia a quien goza del acceso y control de los recursos tanto materiales y productivos, como aquellos de carácter social y político. Es importante precisar que el acceso implica tener la posibilidad de utilizar dichos recursos y el control implica no sólo tener acceso a los mismos sino también tener el poder para decidir cómo serán usados y aplicados.

En el caso periodístico, es posible que se tenga acceso a los medios; es decir, se puede trabajar como periodistas en los mismos pero no necesariamente tener control, el cual está más ligado a tomar decisiones sobre cómo manejar la información, qué se publica y que no se desea publicar. Tal como se indican en los antecedentes de este trabajo, la mayoría de cargos de poder están en manos de hombres, lo que dificulta la toma de decisiones por parte de las mujeres. Además, que, aunque pueden tener participación en la toma de decisiones, aun no hay un completo empoderamiento por parte de estas, frente a ciertos agentes públicos, privados y sociales que se relacionan con su quehacer cotidiano. (García. 2009, p.48)

En el caso colombiano, las dificultades de las mujeres para acceder al mercado laboral son múltiples y complejas. Según la ONG “She Is”, los empresarios discriminan a la población femenina por factores como la maternidad, al considerar que le genera costos y no son productivas. Adicionalmente se confía poco en sus capacidades, teniendo en cuenta que muchas de las ofertas laborales están diseñadas para hombres. “A estas barreras para el acceso al trabajo hay que sumarle la brecha en términos salariales que podría inclusive ubicarse en 30%. Esto significa que si a un hombre le ofrecen un salario de 100, a la mujer, cumpliendo las mismas funciones, la oferta no supera 70”. (Dinero, 2019)

- *Necesidades prácticas e intereses estratégicos: ¿Qué necesidades e intereses tienen mujeres y hombres? ¿Qué factores –económicos, políticos, legales, culturales– afectan a las relaciones de género?*

Para poder comprender esta dimensión se apela al concepto de condición y el de posición. La condición hace referencia a las condiciones materiales concretas y la experiencia inmediata que se desprende de las mismas. Esto está ligado al acceso, tal como se indicaba en líneas anteriores y por tanto, a la resolución de sus necesidades prácticas o básicas.

Por su parte, la posición se refiere a la igualdad o no de la ubicación social, política, cultural y económica en un contexto determinado, en tanto se es hombre o mujer. Esto se relaciona con el control y los intereses estratégicos; es decir, con tener poder sobre la propia vida y/o sobre que las decisiones, en este caso de las mujeres, no dependa de controles sociales. La posición implica mirar las relaciones de desigualdad, las estructuras de subordinación y lo simbólico.

En el caso colombiano, un estudio adelantado por el DANE “reveló que la tasa de desempleo para enero del 2019 fue de 12,8%, lo que refleja un aumento de un punto porcentual con respecto al mismo periodo del año anterior. La brecha de género también aumentó hasta los 7,1 puntos porcentuales, es decir que mientras que los hombres desocupados llegan al 9,8%, las mujeres al 16,9%, cifra preocupante, si se tiene en cuenta que población femenina en Colombia es mayoritaria” (Dinero, 2019)

- *Análisis de la participación: ¿quién participa y toma las decisiones? Y ¿dónde lo hace?*

Esta dimensión depende de mirar articuladamente las otras dimensiones mencionadas. Implica analizar las prácticas y participación en espacios públicos, reuniones, servicios, procesos políticos, a quién se admite, a quién se excluye y quién hace qué; asignación de tareas y responsabilidades específicas. No sólo implica el uso del espacio sino también del tiempo. El género estructura la asignación y disponibilidad del tiempo; donde trabajan hombres y donde mujeres, donde socializan.

La ACIDI establece una escalera de participación que es interesante para analizar esta dimensión. El primer peldaño hace referencia a recibir beneficios de forma pasiva, lo que en última implica no participar. El segundo se refiere al desempeño de actividades definidas por otros. El tercero implica adicionalmente ser consultadas. El cuarto es más amplio en tanto planean, ejecutan y evalúan acciones y el último peldaño, está tomar decisiones autónomas en todos los ámbitos, incluido el político.

El informe *When Women Thrive* (cuando las mujeres progresan) indica que a pesar de que en Colombia las mujeres poseen mayores títulos académicos en relación con los hombres, son estos últimos quienes ocupan los cargos directivos. Solo el 20% de las mujeres ocupan altos puestos, mientras que el 35% se encuentran en los niveles profesionales. A nivel de fuerza laboral su representación es el 39% y en términos gerenciales la cifra disminuye a 31%. (El Espectador, 2018)

5.3. Periodismo con perspectiva de género

Desde la perspectiva sociológica de McNair, el periodismo es “cualquier texto, en forma escrita, auditiva o visual, que *afirma* ser (es presentado a la audiencia como) una declaración *verdadera* acerca de un hecho *hasta entonces desconocido* (nuevo), del mundo *social actual*” (McNair, 1998:4). En definitiva, no es más que la labor de transmitir, interpretar, relatar, contar y construir información que es difundida a través de medios de comunicación al público en general.

El periodismo se constituye un oficio que no distingue de género y está llamado a garantizar igualdad de derechos y oportunidades para mujeres y hombres; dadas sus dinámicas debe estar a la vanguardia de las transformaciones sociales y la evolución colectiva. En la IV Conferencia Mundial de la Mujer en Beijing (1995) se consideró a los medios de comunicación como una de las 12 áreas de especial interés para conseguir el objetivo de lograr la igualdad real de oportunidades para mujeres y hombres. A partir de ese momento, el ámbito de la comunicación adquirió estratégicamente el mismo nivel de importancia otorgado a la economía, la participación política, la violencia o la salud. Con la conferencia se inauguró una hoja de ruta enmarcada en la acción de políticas públicas incluyentes en los medios de comunicación, y una fuente de orientación e inspiración para lograr la igualdad de género y los derechos humanos de las mujeres y las niñas en todo el mundo (Declaración y Plataforma de Acción de Beijing, 2014).

Desde una perspectiva de género, el concepto de “noticia” está centrado en lo público, y restringe a las mujeres como protagonistas de la actualidad mediática. La principal razón es conocida: las mujeres han sido protagonistas históricamente, en otro espacio: el mundo privado. Las mujeres han sido socialmente instaladas en el mundo familiar, en el emotivo y el afectivo. Los eventos acaecidos en este espacio, a no ser que

tengan características excepcionales (crónica roja), no son reconocidos como noticias. (Silva, 2010).

La invisibilidad relativa de las mujeres en los medios de comunicación tradicionales es evidente y develar esta desigualdad no pone en riesgo la libertad de prensa, pero sí llama la atención sobre “la forma” en que la realidad es narrada. Así como pone en discusión y/o cuestiona sobre quienes lideran los grandes medios informativos. Si bien en algunos países hay una importante presencia de mujeres en las redacciones, aún los medios de comunicación son de dominio masculino, si se examinan los puestos más altos: “los hombres ocupan casi el 61,3 % de los cargos de alta dirección, y las mujeres el 38,7 %”. (FLIP, 2017) por lo que se puede confirmar que el mundo del periodismo es un mundo masculino. Apenas hay estadísticas en Latinoamérica sobre la situación interna de los medios que puedan brindar una visión cuantitativa y cualitativa del panorama, pero las que existen ponen a la mujer en una desventaja en el ejercicio de la profesión.

La relación medios/mujeres se establece en el marco de las desigualdades preexistentes en el campo laboral. El género femenino hace parte de la producción mediática, principalmente, de dos formas: 1. Se convierte en un símbolo emotivo que respalda una noticia o 2. Realizan trabajo periodístico en secciones de entretenimiento y cultura. Las mujeres en Colombia sólo representan el 10% del sujeto central de las notas informativas monitoreadas en más de 100 países, en los últimos 15 años. (GMMP, 2015)

Según el Manual de Género para Periodistas (2011), las mujeres son quienes más reportan notas que cuestionan estereotipos de género, reafirmando que el sexo del periodista incide en la selección del sujeto o sujeta de la noticia. Al transitar también en el espacio de lo privado, las mujeres periodistas “están presentes en temas que socialmente son considerados propios de mujeres, lo que sustenta un imaginario social que refuerza

estereotipos de género respecto a los ámbitos de interés de las mujeres (belleza, niñez y farándula)”. Todo ello ha sido determinado e impuesto por los roles establecidos socioculturalmente para que tanto la mujer como el hombre determine que es de su “interés” según su género/sexo.

La mayor iniciativa mundial de investigación y promoción de la igualdad de género es el Monitoreo Global de Medios (GMMP), realizado en intervalos de cinco años y el último fue presentado en noviembre de 2015. Este informe examinó la visibilidad, la voz y la mención de las mujeres y los hombres en los medios de información y encontró un sexismo que ha resistido a lo largo de décadas y a través de fronteras geográficas, adaptándose a los nuevos tipos de medios de comunicación y prosperando en todos los espacios en los que se produce y comparte contenido de noticias (Macharia, 2015).

Los medios interpretan la realidad y, de alguna forma, la construyen. Los profesionales aportan su subjetividad en esta construcción. Los medios presentan en sentido metafórico una “fotografía” de la realidad. Así las cosas, sólo el 4% de las noticias cuestionan los estereotipos de género, lo cual termina, incluso sin quererlo, reforzando los roles tradicionales que perpetúan la desigualdad y las violencias hacia las mujeres y niñas. (GMMP, 2015). Dicho de otra manera, la forma de presentar a la mujer, proyectarla, hablar de ella y asignarle situaciones puede potenciar o disminuir no sólo su marginación, sino también las inequidades de género.

“Hacer una cobertura teniendo en cuenta la perspectiva de género no es más que responder a los principios básicos para la realización de un periodismo de calidad y con responsabilidad social. Podemos dar la vuelta a un tema para aplicar el enfoque de género y que éste sea lo suficientemente atractivo para estar en agenda mediática” (Manual de género para periodistas, p.29)

La UNESCO (2018) ha destacado la necesidad de garantizar que las representaciones de las mujeres en los medios sean justas y multidimensionales en lugar de sexistas o estereotipadas, entendiendo al sexismo como el uso discriminatorio de la lengua, dado que presenta de forma desigual a hombres y mujeres, en ocasiones tendiendo a desvalorizar a la mujer.

La ideología sexista mantiene las diferencias existentes entre hombres y mujeres en cuanto a estatus y poder, muchas de las teorías sobre el poder han descuidado la perspectiva de género. (Miravalles, s.f). Los argumentos expuestos hasta el momento desembocan en la materialización de las brechas de género, diferencias que pueden observarse y medirse dependiendo del contexto social, económico, religioso y político donde se encuentre la persona.

Es necesario impartir un periodismo que visibilice a la mujer por el trabajo que realiza, cubriendo cualquier tipo de noticia y en cualquier cargo, por su experiencia y profesionalismo y no únicamente en secciones o facetas que asuman solo entretenimiento. La inclusión de la figura femenina en el periodismo, es una apuesta conjunta hacia la igualdad. Como periodistas y comunicadores se debe ser consciente del tratamiento que se le da a la información y se debe recapacitar desde la perspectiva que se escribe, ofreciendo alternativas que contribuyan a la paridad y no perpetúen estereotipos de género, como estipula Martínez (2018) “Generando contenidos desde la perspectiva de género y que además, más mujeres sean referentes en los medios de comunicación por su labor periodística y no por su sexo”.

Se ha instaurado en los últimos años la corriente denominada “*periodismo feminista*” campo que se involucra en dicha lucha y bajo el mismo objetivo: buscar representar a la mujer (feminismo) en la transmisión/construcción del mensaje (periodismo). Para Hiriart

(1989), “hacer prensa feminista no basta ni ser mujer ni decir que tu espacio es de mujeres y para mujeres, sino que se necesita tener una visión que cuestiona cómo ha sido hasta ahora el devenir femenino”, es una prensa que transforma al punto de hacer más justo el ejercicio.

Ahora bien, no se busca asociar a la mujer y su participación en el periodismo como una creciente corriente sólo para feministas, sino que su participación pueda verse de la misma forma como se podría considerar la del hombre y así como afirma Lamas, el objetivo de periodismo feminista sea presentar una visión alternativa de los hechos políticos y sociales y que su público vaya más allá de las mujeres y de las feministas, que su público sea el mismo que el de los periódicos en general (Lamas, 1989).

La comunicación con enfoque de género no consiste en escribir e informar solo sobre mujeres y construir un discurso aislado, se trata es de añadir una nueva categoría al análisis de la realidad para la construcción del discurso comunicativo y de entender el género como categoría de análisis transversal en todo el proceso comunicativo. Se trata de que todos los temas sean tratados con perspectiva de género posicionando las temáticas que afecten a toda la sociedad y que dejen ser asuntos de mujeres y evidenciar las causas y consecuencias de la desigualdad de género (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, s.f. p.31).

Los medios de comunicación producen sentido social y en función a ello, es aún mayor su participación en la búsqueda de la igualdad. “Es por eso que la perspectiva de género es imprescindible como herramienta para entender y contextualizar la información que producimos y difundimos, pero también porque su incorporación puede colaborar en la modificación de las estructuras patriarcales” (Comunicación, infancia y adolescencia, Guía para periodistas, 2017, p.10). Estos, están en la total facultad de incorporar, en su teoría y

práctica, nuevas miradas y formas de análisis que alimenten las muchas representaciones que hay en la sociedad, aún más permite incluir a las minorías, los grupos excluidos y las diferentes etnias, temas y problemas que rodean el mundo actual. Procurando un periodismo responsable, igualitario y equitativo.

6. DISEÑO METODOLÓGICO

6.1. Tipo de investigación:

Teniendo en cuenta los objetivos planteados, esta investigación se llevó a cabo a través de un método *cuantitativo*. Para Guillermo Briones (2002) la investigación cuantitativa está directamente basada en el paradigma explicativo, que involucra a la información cuantitativa o cuantificable para describir o tratar de explicar los fenómenos que estudia, en las formas que es posible hacerlo y según el nivel de estructuración en el cual se encuentran las ciencias sociales. De esta manera ayudó a analizar datos cuantificables que describieron la situación actual de las mujeres periodistas en medios tradicionales de la ciudad de Cartagena.

La metodología abarcó dos tipos, por un lado es una investigación de tipo *exploratorio*. Según Arias (2006), la investigación exploratoria es aquella que se efectúa sobre un tema u objeto desconocido o poco estudiado, por lo que sus resultados constituyen una visión aproximada de dicho objeto, es decir, un nivel superficial de conocimientos.

En esta investigación se intentó tener una primera aproximación, detectar variables y relaciones en las que se dan las condiciones sociolaborales de las mujeres en el ejercicio de la profesión periodística, se buscó además, generar más diálogos entorno a la temática en cuestión, que resulta ser primordial en la sociedad contemporánea.

Y por otro lado, es de tipo **descriptivo** porque caracteriza la realidad de la situación del objeto de estudio. En el caso de la investigación descriptiva, la indagación va dirigida a responder a las preguntas *quién, qué, dónde, cuándo, cuántos* (Bordeleau, 1987)

“La investigación descriptiva tiene como objetivo la descripción precisa del evento de estudio. Este tipo de investigación se asocia al diagnóstico. En la investigación descriptiva el propósito es exponer el evento estudiado, haciendo una enumeración detallada de sus características” (Hurtado, 2012)

6.2. Hipótesis:

- La remuneración recibida por el trabajo periodístico que realizan las mujeres en la ciudad de Cartagena es inferior a la que reciben los hombres.
- Las mujeres periodistas de la ciudad de Cartagena no ocupan cargos directivos en los medios tradicionales.
- Las mujeres periodistas de la ciudad, al menos una vez, han sido víctimas de acoso laboral o sexual, en el ejercicio de su profesión.
- Las mujeres periodistas no gozan de las mismas oportunidades laborales o profesionales que los hombres.
- A diferencia de los hombres, las mujeres periodistas de la ciudad de Cartagena enfrentan problemáticas que obstruyen el desarrollo de su labor.

6.3. Población y muestra

Para la presente investigación el sujeto de estudio fueron mujeres periodistas vinculadas a medios tradicionales en la ciudad de Cartagena. Para establecer la población, se presentaron dificultades en tanto no se cuenta con una base de datos o registro de los periodistas en la ciudad y menos, clasificados por sexo. Se solicitó de manera formal dicha información a los medios tradicionales escogidos, los cuales se precisarán más adelante. Sin

embargo, no se obtuvo respuesta (Ver anexo 1). A pesar de dichos inconvenientes y para efectos de esta investigación, se logró armar un registro gracias a contactos en medios de comunicación, voz a voz y rastreo por redes sociales. Dicho registro reporta 40 mujeres periodistas en los medios tradicionales escogidos; cifra que se tomó como la población (Ver anexo 2).

Si bien el instrumento fue enviado a toda la población, la muestra final está conformada por 28 mujeres periodistas. Por tanto, es una muestra que cuenta con un nivel de confianza del 90% y un margen de error del 8.6% según la plataforma estadística QuestionPro. Como se puede deducir, el muestreo fue probabilístico porque de la población estipulada, todos tenían posibilidades de ser escogidos.

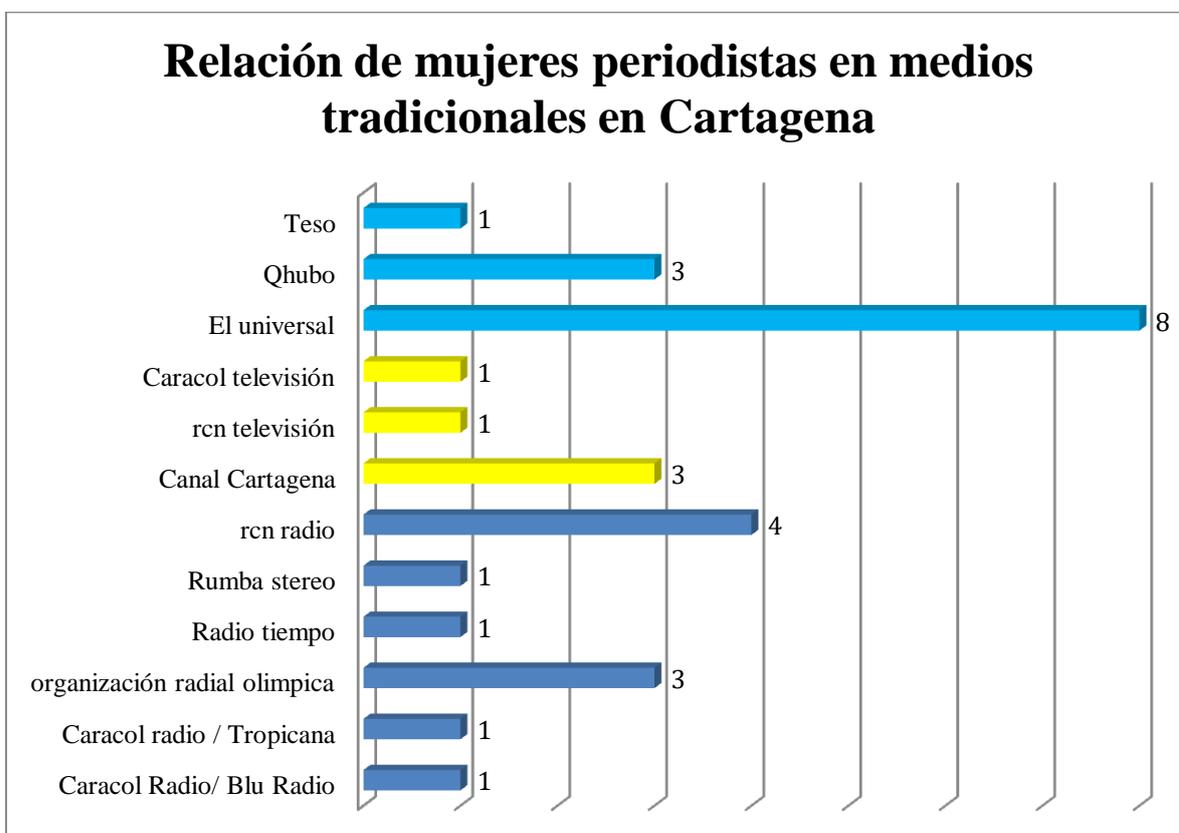
Ahora bien, en cuanto a los medios tradicionales donde se ubicaron nuestras sujetas de estudio, dicha selección se realizó teniendo en cuenta posicionamiento y/o reconocimiento del que gozan en la ciudad. Los medios suscritos a radio, prensa y TV escogidos se reseñan en la siguiente tabla 1:

MEDIO	DESCRIPCIÓN
Radio	<ul style="list-style-type: none"> ○ Caracol Radio ○ Blu Radio ○ Rumba stereo ○ RCN Radio ○ Tropicana ○ Olímpica ○ Radio Tiempo

Televisión	<ul style="list-style-type: none"> ○ Canal Cartagena, ○ RCN Televisión ○ Caracol Televisión
Prensa	<ul style="list-style-type: none"> ○ El universal ○ Qhubo ○ El teso

Tabla 1. Medios tradicionales que hicieron parte de la muestra.

En total fueron 12 medios tradicionales los que hicieron parte de esta aproximación investigativa. La gráfica 1 describe el número de mujeres periodistas que participaron por cada medio tradicional.



Gráfica 1. Relación de mujeres periodistas en medios tradicionales en Cartagena

6.4. Variables:

La investigación se desarrolló por medio de tres variables ligadas a cada objetivo específico: situación socio laboral, situación socioeconómica y percepciones sobre el ejercicio de la profesión periodística. Cada una de estas se describe a continuación con sus respectivos indicadores y fueron indagadas a través de una encuesta; técnica de investigación escogida.

Es importante indicar que estas variables fueron adaptadas de los estudios reseñados en los antecedentes. Este paso fue vital en vista del carácter exploratorio de la investigación y la ausencia de otras indagaciones a nivel local. Fundamentar la construcción de estas variables desde otras investigaciones ya validadas permite una mayor confiabilidad en el diseño del presente trabajo.

VARIABLE	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES
Situación socioeconómica	Descripción de condiciones asociadas a la preparación laboral con la posición económica y social: relación entre ingresos, educación y empleo.	-Edad -Estudios: -Nivel; -Título -Estado Civil -Hijos -Ingresos mensuales -Tipo de contratación
Situación Socio laboral	Descripción de condiciones laborales y/o profesionales	-Medio(s) en el que trabaja -Cargo actual -Áreas o secciones en las que se desempeña -Inserción al medio -Posiciones de poder:- jefe, coordinadores, mesas directivas/sexo -Enfoque de género

Percepciones de la situación laboral en el ejercicio de la profesión periodística	Percepción de las mujeres periodistas sobre su profesión y condiciones de ejercicio	-Condición de las mujeres en medios: -oportunidades; -retribución económica; -crecimiento y/o ascenso -Aspiraciones o progreso profesional -Vida familiar -Impedimentos y/o problemas del ejercicio de la profesión a razón del género -Violencias: sexual, psicológica - Relevancia de la perspectiva de género
--	---	---

Tabla 2. Variables de investigación, definición operacional e indicadores

6.5. Técnicas de recolección de información y procedimientos:

La técnica de recolección de información utilizada fue la encuesta de carácter descriptivo. En la investigación de objetos de estudio que buscan la medición de un fenómeno, como es el caso en cuestión. Se considera que:

“Es un técnica de recogida de datos a través de la interrogación de los sujetos cuya finalidad es la de obtener de manera sistemática medidas sobre los conceptos que se derivan de una problemática de investigación previamente construida. La recogida de los datos se realiza a través de un cuestionario, instrumento de recogida de los datos (de medición) y la forma protocolaria de realizar las preguntas (cuadro de registro) que se administra a la población o una muestra extensa de ella mediante una entrevista donde es característico el anonimato del sujeto.” (López & Roldán)

En función a los variables e indicadores, tal como se indicó en la tabla 2. La encuesta se organizó en tres bloques con un total de 33 preguntas: el primero con 7 preguntas sobre información básica; el segundo con 11 preguntas sobre condiciones laborales y socio económico y finalmente un bloque sobre percepciones alrededor de la profesión que constó

de 15 preguntas. En total se realizaron 33 en las que las encuestadas pudieron describir a través de sus respuestas el panorama del periodismo local. (Ver anexo 3.)

La estructura de la encuesta aplicada se construyó gracias a los estudios realizados por la Fundación para la Libertad de Prensa (FLIP) en el año 2017 y un estudio acerca de la situación laboral y rol profesional de las comunicadoras en Argentina realizado en el 2018. Ambos fueron citados a lo largo de los antecedentes de la presente investigación. (Ver pág. 9)

En cuanto a los procedimientos, las periodistas fueron contactadas en cada uno de los medios a través de visitas, Facebook, contacto por amigos y/o familiares. Así como la técnica voz a voz, ya que a medida en que se iban realizando, eran las mismas periodistas quienes recomendaban otras más.

Del total de las 28 encuestadas, 6 fueron realizadas de forma virtual por medio de un google form, herramienta utilizada para la elaboración de encuestas online. Y 22 de forma presencial con el desplazamiento de las investigadoras hacia los diferentes medios.

Una vez recopilada la información y teniendo en cuenta que se realizó un estudio cuantitativo se utilizó como software Excel con el fin de poder sistematizar todos los datos y proceder con el análisis.

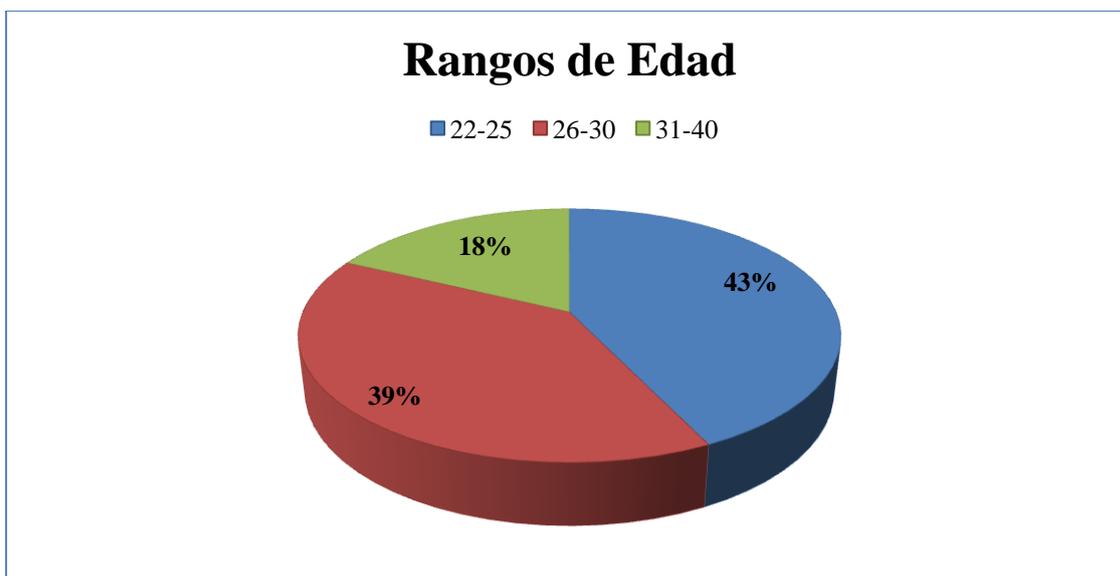
7. RESULTADOS

En este apartado del trabajo, se expondrá la información recogida en la encuesta con el objetivo de describir el panorama socio laboral, socio económico y las percepciones de las mujeres periodistas vinculadas a los medios tradicionales de la ciudad de Cartagena. De esta forma se irá analizando los resultados obtenidos, siguiendo el criterio de organización por variables, tal como fue planteado en el diseño metodológico; del mismo modo pregunta a pregunta se desarrollará una observación, y un grafico que sustente lo dicho.

7.1. Condiciones socio económicas:

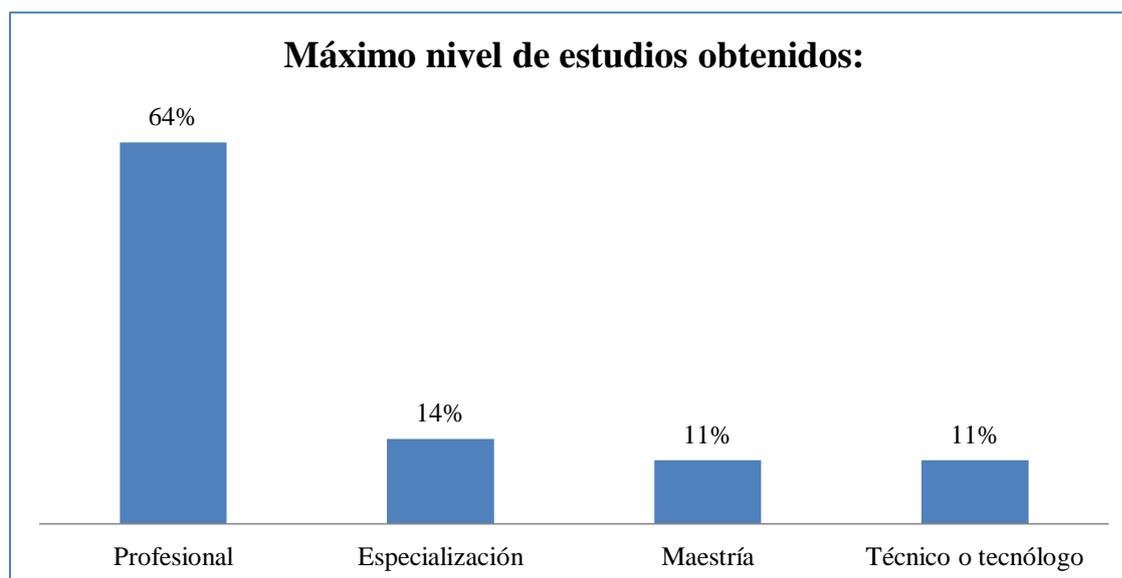
Para esta variable se trabajaron 6 indicadores, que buscaban describir la situación socio económica de las periodistas tal como se reseñó en la tabla de metodología y los cuales se desarrollan a continuación.

Respecto a la **edad**, el 43% de las periodistas encuestadas se encuentran entre 20 a 25 años. En el rango de 26 a 30 años se obtuvo un 39% y un 18% entre 31 y 40 años. (Ver gráfica 2)



Gráfica 2. Rangos de edad.

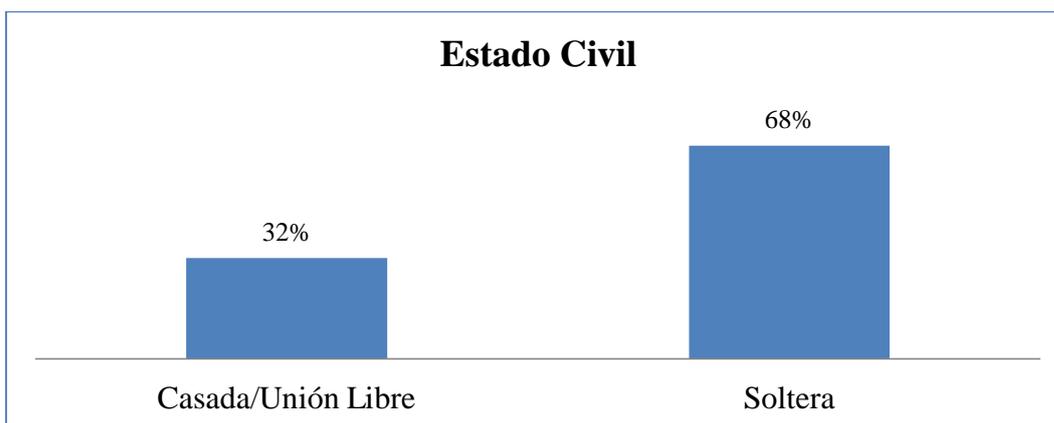
En relación con el **nivel máximo de estudios** obtenidos, el 11% de las periodistas afirman tener un título técnico o tecnólogo; El 64% cuenta con un título profesional; el 14% cuentan con algún título a nivel de especialidad y un 11% se encuentra en nivel de maestría, tal como se referencia en el gráfico 3.



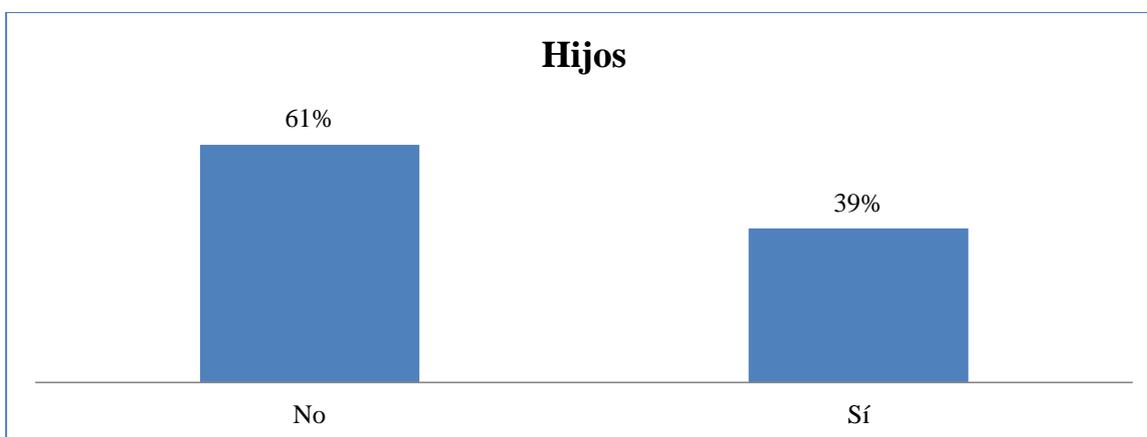
Gráfica 3. Máximo nivel de estudios obtenidos.

Otro factor característico que resulta determinante en la encuesta es el relacionado con el **estado civil**. El 68% de las periodistas están solteras y un 32% son casadas o se encuentran

en unión libre, tal como se indica en el (gráfico 4). Respecto a la **tenencia de hijos**, solo el 39% son madres (Ver gráfico 5).

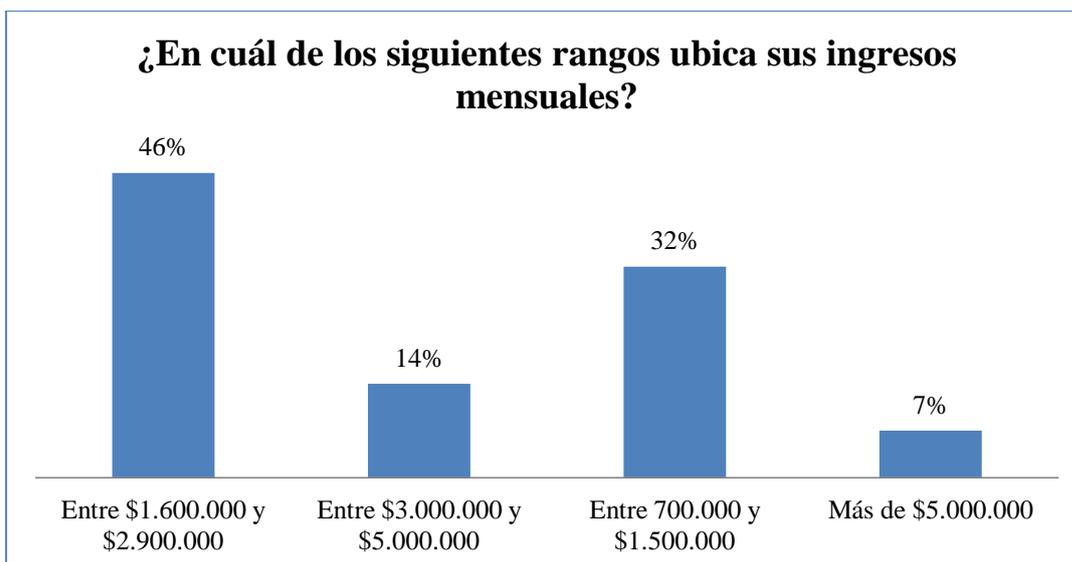


Gráfica 4. Estado civil.



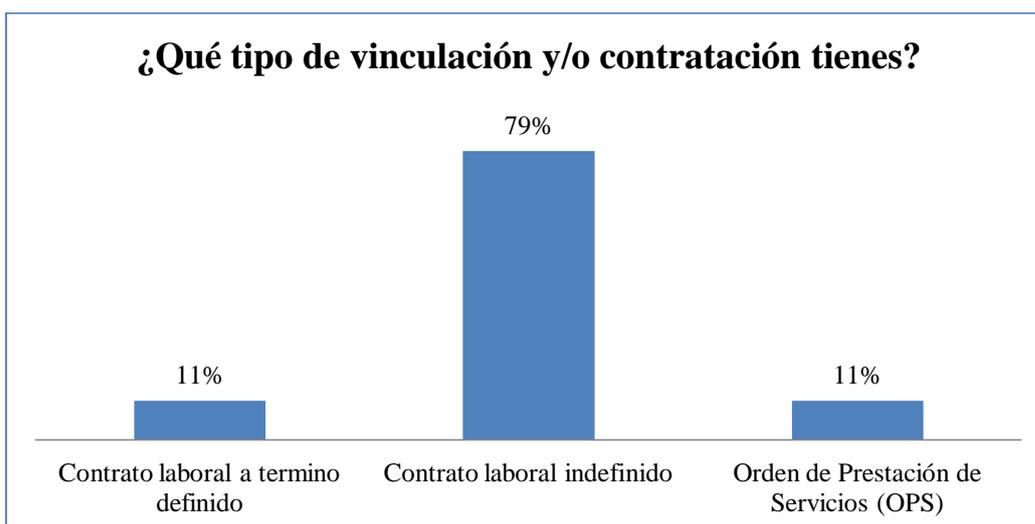
Gráfica 5. Hijos

Sobre el **rango salarial**, el 32 % de las periodistas encuestadas afirmaron devengar un salario entre \$700.000 a \$1.500.000; 46% afirma tener un salario entre \$1.600.000 a \$2.900.000. Po su parte, el 14% afirmó un rango salarial de \$3.000.000 a \$5.000.000. Solo dos mujeres periodistas (7%) aseguran recibir un salario superior a \$5.000.000, tal como lo muestra la gráfica 16.



Gráfica 6. Rango salarial

En relación con el **tipo de vinculación**, el 79% de las periodistas encuestadas afirmó tener un contrato a término indefinido, así mismo el 11% tiene contrato a término fijo y el porcentaje restante (11%) trabajan bajo la modalidad de Orden de Prestación de servicios OPS (Ver gráfico7)



Gráfica 7. Qué tipo de contratación tienes actualmente

7.2. Condición Socio laboral:

Para esta variable se trabajaron 8 indicadores, tal como se reseñó en la tabla de metodología, estos indicadores, serán desarrollados a continuación.

Con relación al **porcentaje de mujeres vinculadas a los medios tradicionales de la ciudad**, la encuesta realizada arrojó que el 39% de las mujeres encuestadas se encuentran en la radio, el 39% en prensa y el 21% de las periodistas en la televisión, tal como lo referencia la tabla 2.

Relación de mujeres periodistas vinculadas a los medios tradicionales de la ciudad de Cartagena				
Radio	39%	Caracol Radio/ Blu Radio	1	11
		Caracol radio / Tropicana	1	
		organización radial olímpica	3	
		Radio tiempo	1	
		Rumba stereo	1	
		Rcn radio	4	
Televisión	18%	Canal Cartagena	3	5
		Rcn televisión	1	
		Caracol televisión	1	
Prensa	43%	El universal	8	12
		Qhubo	3	
		Teso	1	

Tabla3. Porcentaje de mujeres periodistas vinculadas a los medios tradicionales de la ciudad de Cartagena

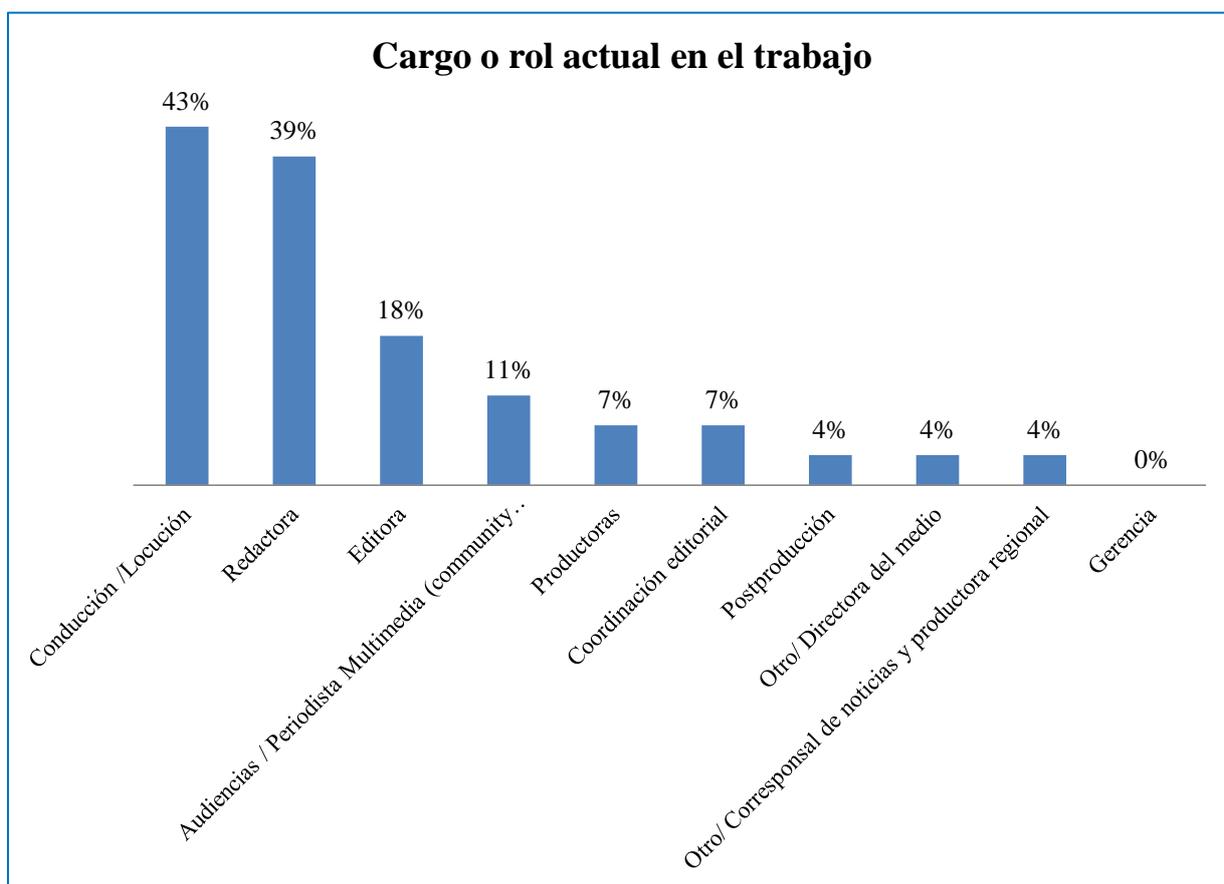
Sobre el rol o cargo actual en el medio, la pregunta realizada daba la posibilidad de escoger varias opciones. Los resultados arrojan que el 43% de las mujeres se desempeñan como conductoras; 39% como redactoras; 7% como productoras; 18% como editoras y 7% como coordinadoras editoriales. Adicionalmente, sólo (1) una mujer realiza funciones en el área de post producción y un 11% se desempeñan como community manager. Una mujer se desempeña como productora regional y en puestos gerenciales, solo (1) mujer indicó ser la directora del medio en el que labora (Ver gráfica 8).

Si se compara la información anteriormente descrita, con el tipo de medio tradicional al cual están vinculadas las periodistas, se encuentra que del 100 % de las mujeres vinculadas

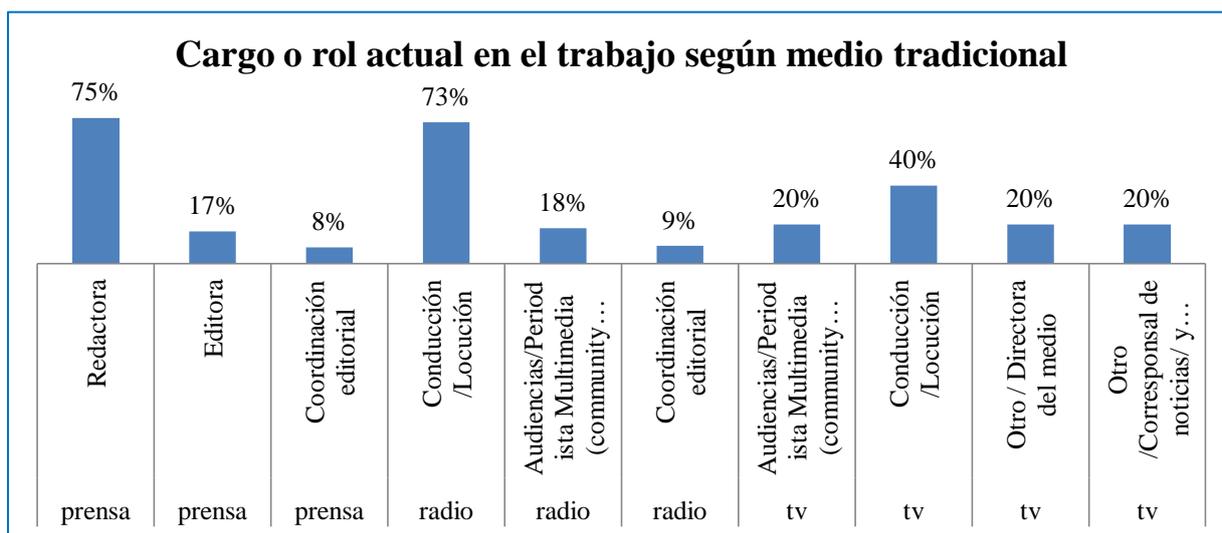
a la prensa, el 75 % son redactoras, el 17% son editoras y el 8% equivale a una mujer en el cargo de coordinadora editorial.

Las mujeres vinculadas a la televisión ocupan diversas funciones: community manager 20%, coordinadoras editoriales 20%, corresponsales de noticias y una directora del medio 20%. y el restante 40% lo ocupan las conductoras y locutoras del medio,

Por su parte, las mujeres vinculadas a la radio se encuentran desempeñando sus funciones de la siguiente manera: 73% como conductoras y locutoras, 18% como community manager y el 9% como coordinadoras editoriales, tal y como lo referencia la grafica (Ver gráfica 9)

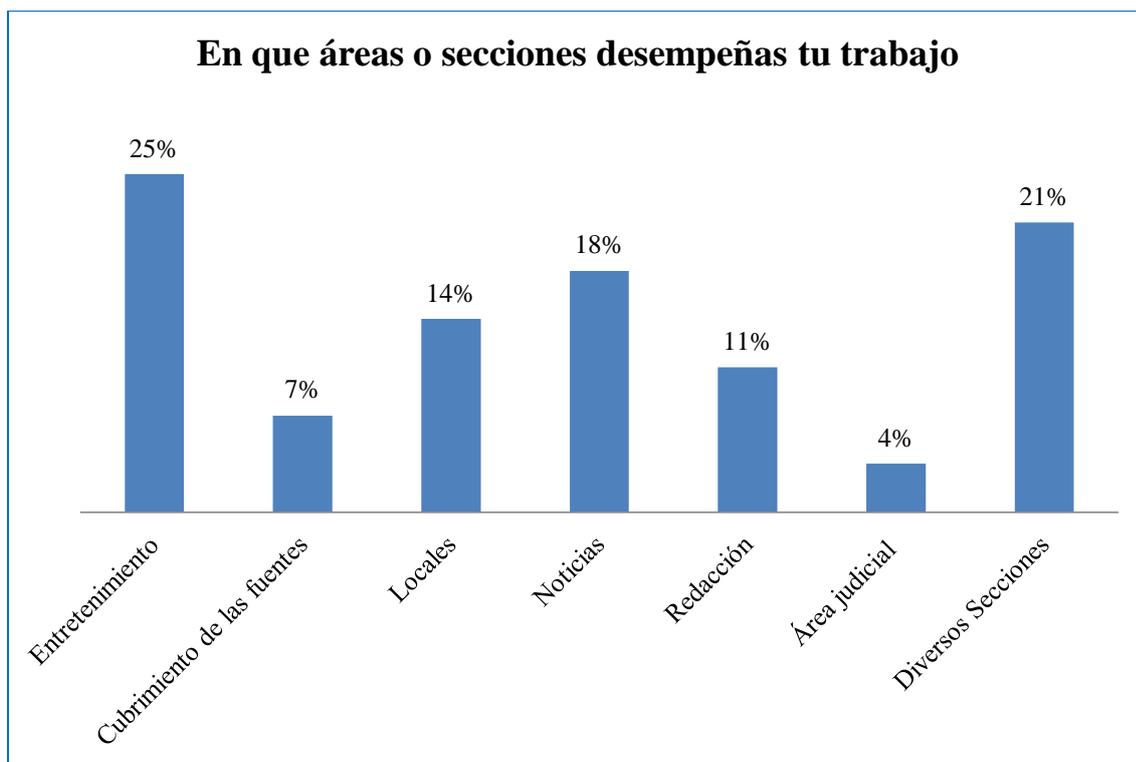


Gráfica 8. Cargo o rol actual en el trabajo.



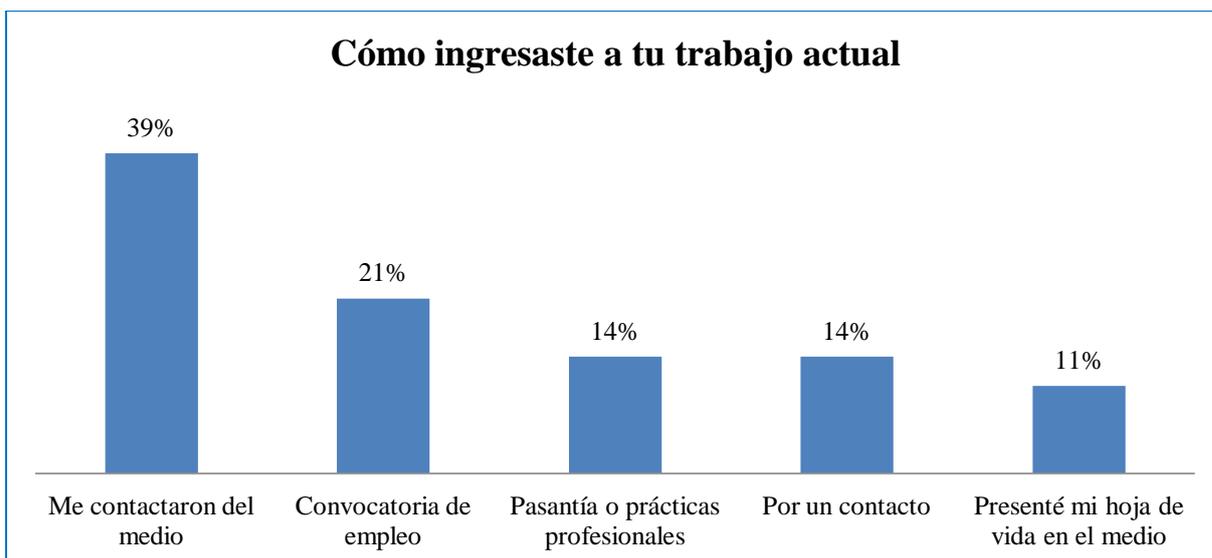
Gráfica 9. Cargo o rol actual en el trabajo según medio tradicional.

Respecto a las **áreas de trabajo**, el 25% de las periodistas encuestadas se encuentra en la sección de entretenimiento; 14 % en las secciones locales; 18% se desempeñan en el área de noticias; 11% en redacción; 7% de mujeres se encargan de la verificación de fuentes; 4% cubren la sección judicial, y por último, 21% afirma participar en diversas secciones, tal y como se reseña en el gráfica 10.



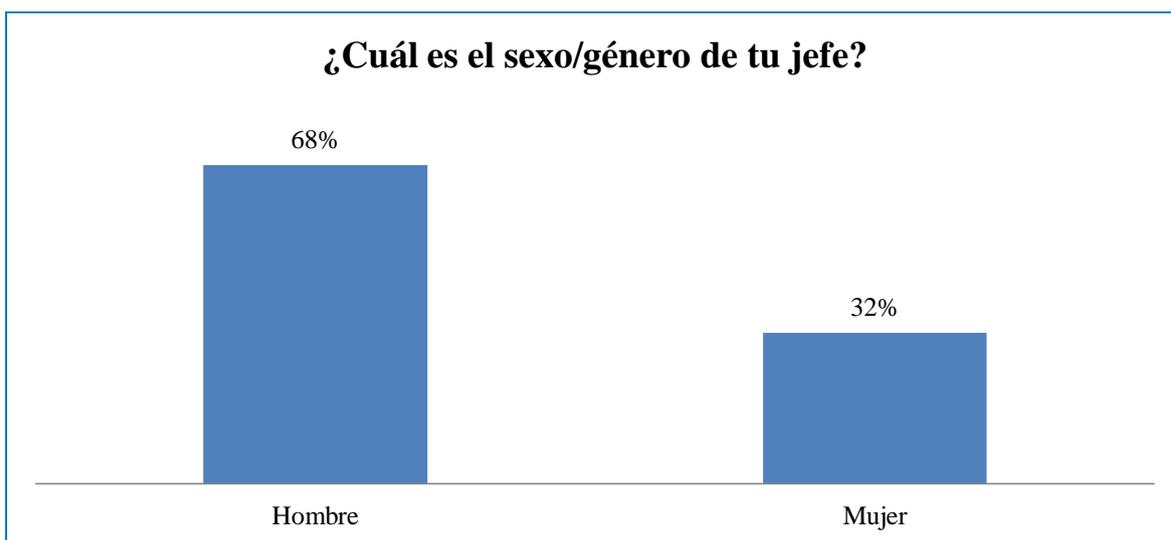
Gráfica 10. Áreas o secciones donde desempeñas tu trabajo

Sobre el **ingreso al trabajo**, 39% de las encuestadas confirma haber sido contactada por el medio en el cual labora actualmente, 21% ingresó por medio de una convocatoria de empleo, 14% inició por pasantías o prácticas profesionales y aun se mantienen en el medio, otro 14% de las mujeres fue acercada al medio a través de un contacto o conocido, y por último, un 11% de las periodistas presentaron su hoja de vida y fueron merecedoras del puesto al cual aplicaron, toda la información descrita se comprueba al observar la grafica 11.



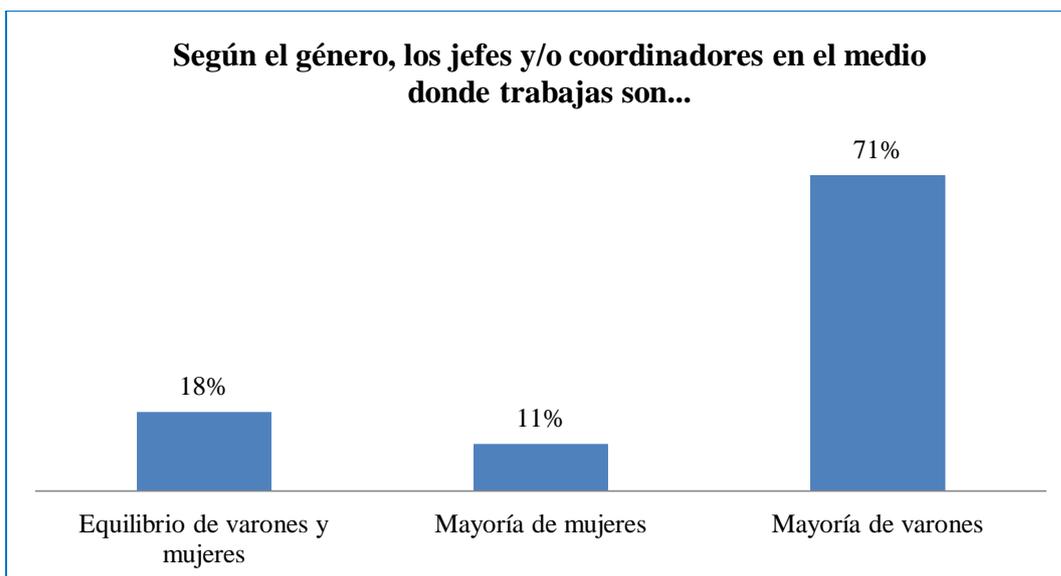
Gráfica 11. Inserción laboral.

Respecto a la **relación entre cargos de poder en el medio y sexo/género** fueron varias las preguntas realizadas. Una de ellas indagó por la existencia o no de jefe inmediato y el sexo. Los resultados arrojaron que para el 68% de las periodistas tienen un hombre como jefe, mientras que el 32% afirmó tener una jefa, tal como se indica en la gráfica 12.



Gráfica 12. Cuál es el sexo/genero de tu jefe(a)

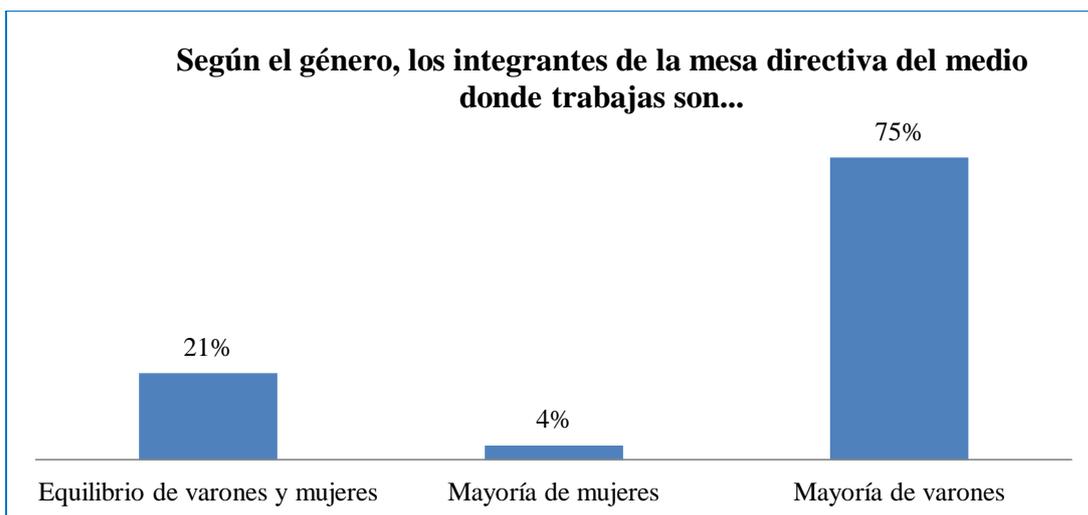
Otra preguntaba, en general, por el sexo/género de los coordinadores y/o jefes del medio, el 71% afirma que la mayoría son varones, y un 11% afirman que la mayoría son mujeres así como también 18% afirma que existe un equilibrio entre ambos géneros, respectivamente (ver gráfico 13)



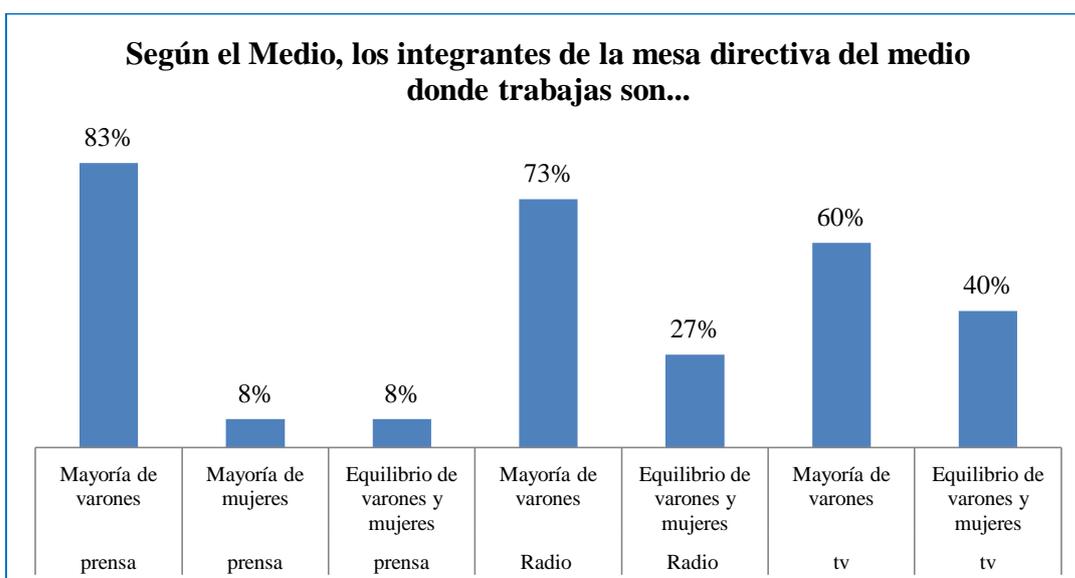
Gráfica 13. Mesas de jefes y coordinadores.

Y por último, otra pregunta indagó por sexo/género de la mesa directiva del medio. El 75% de las periodistas encuestadas afirma que dichos escenarios están integrados en su mayoría por hombres. Por su parte, un 21% de las periodistas considera que hay equilibrio entre hombres y mujeres y sólo un 4% afirmó que las mesas directivas está conformada por mujeres (Ver gráfica 14).

Esta información relacionada con el medio al cual pertenecen las periodistas permite decir que en medios radiales el 73% afirma que los directivos son hombres y en 27% que existe equilibrio entre hombres y mujeres. En medios televisivos, el 60% de las encuestadas afirma que las mesas directivas está ocupada mayoritariamente por hombres y 40% considera que hay equilibrio entre ambos sexos. Por último, las periodistas vinculadas a prensa afirman en un 83% que las mesas directivas están conformada por varones y sólo un 8% considera que son mayoritariamente femeninas y/o están equilibradas entre hombres y mujeres, tal y como se percibe en la gráfica 15.



Gráfica 14. Mesas directivas.

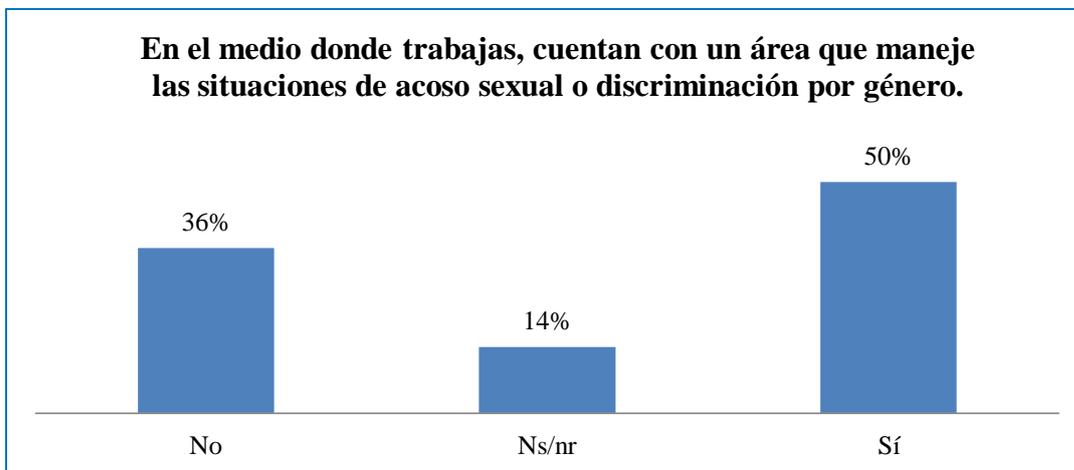


Gráfica 15. Mesas directivas según medio tradicional.

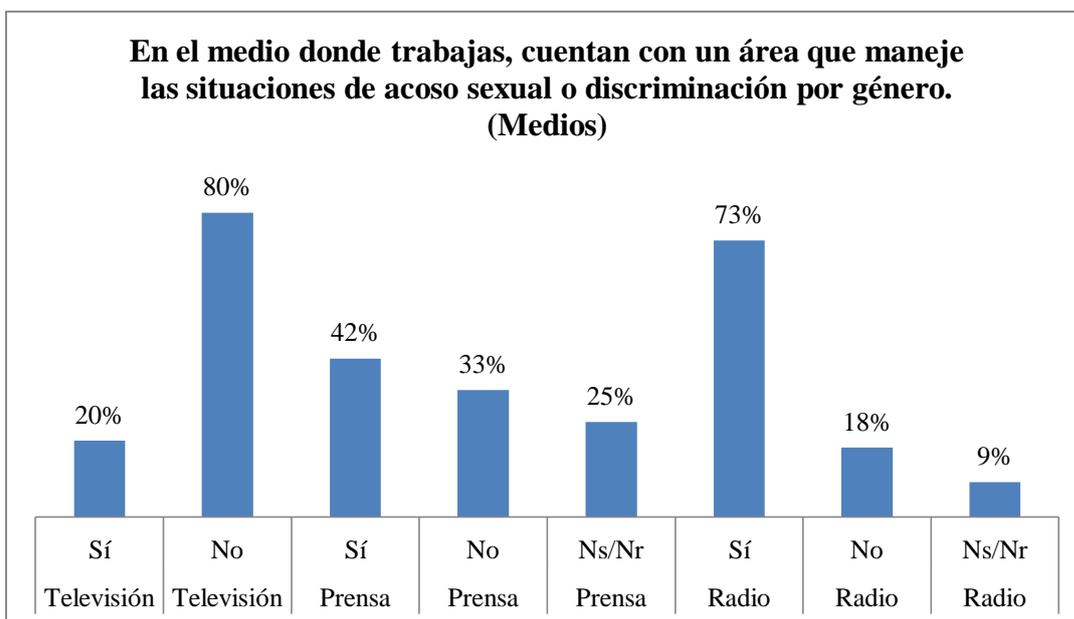
Por último, ante la pregunta de si el medio donde labora **cuenta con un área que maneje las situaciones de acoso y discriminación por género**, el 50% de las periodistas afirmó que sí cuentan con un área para tal fin; mientras que el 36% no cuenta con dicha área. El resto no opinó al respecto (Ver gráfico 16).

Si cruzamos esta información con los medios, se encontró que para el caso de la televisión, el 80% de las periodistas afirmó que no se cuenta con un área donde se manejen dichos temas. Caso contrario al panorama encontrado en los medios radiales, donde el 73%

de las encuestadas afirmó que sí se cuenta con un área capacitada en el manejo de estas problemáticas. En prensa, el 42% de las periodistas afirma contar con áreas que manejen los temas de acoso y violencia sexual, tal como se expone en la gráfica 17.



Gráfica 16. En el medio donde trabajas, cuentan con un área que maneje las situaciones de acoso sexual o discriminación por género.

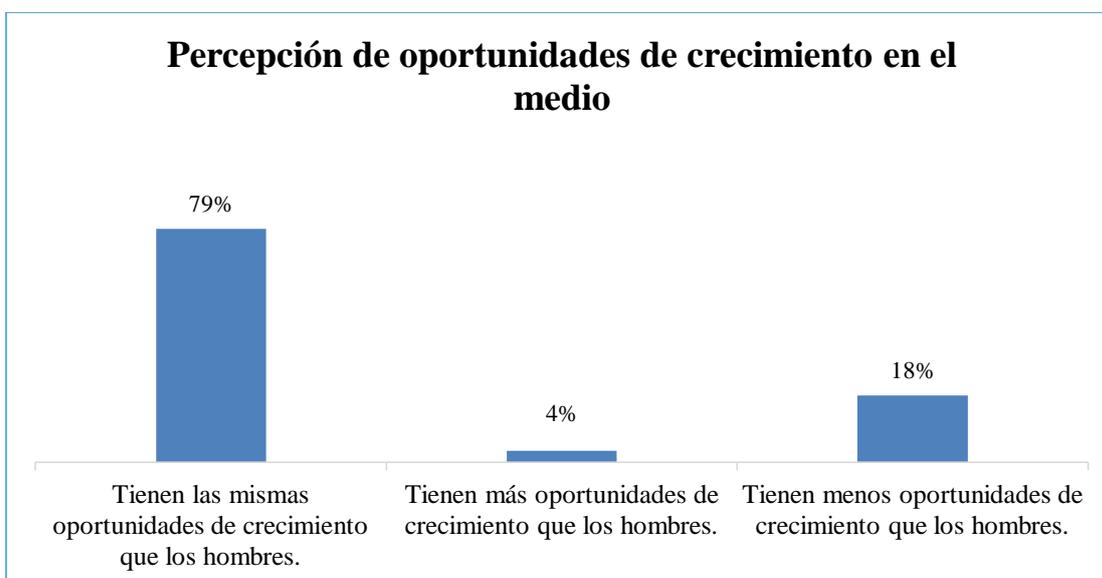


Gráfica 17. En el medio donde trabajas, cuentan con un área que maneje las situaciones de acoso sexual o discriminación por género. (Medios)

7.3. Percepciones sobre la situación de las mujeres en la profesión

Para esta variable se trabajaron 13 preguntas que estuvieron direccionadas a conocer la percepción y/o opinión de las periodistas sobre la profesión y las condiciones de ejercicio.

Sobre su percepción de **las oportunidades de crecimiento de mujeres en las empresas de medios**, el 79% de las periodistas encuestadas perciben que tienen las mismas oportunidades de crecimiento; el 18 % considera que no hay ventaja entre ambos géneros y solo el 4% de las periodistas opinan que tienen menos oportunidades para crecer en el medio, tal como se indica en la gráfica 18.



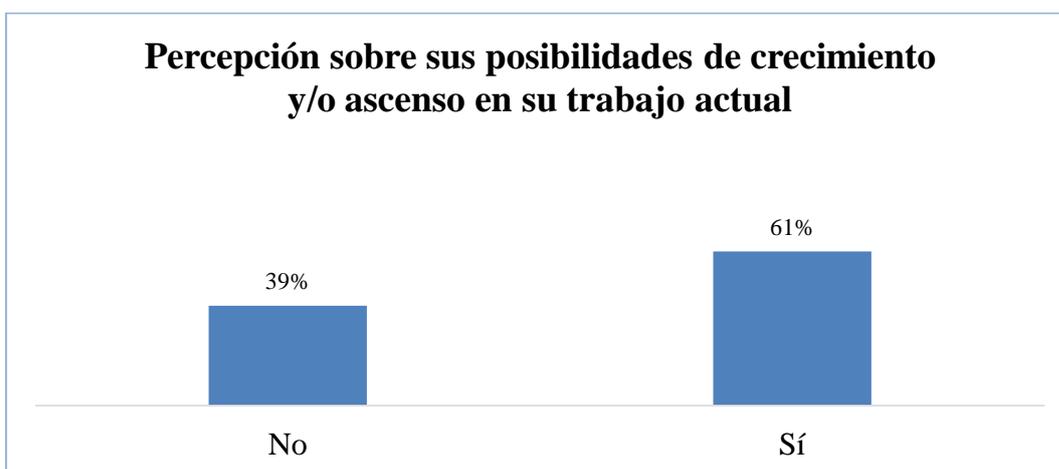
Gráfica 18. Percepción de oportunidades laborales en el medio

En cuanto a la **retribución económica**, el 61% de las periodistas percibe que sí obtienen la misma retribución por el mismo trabajo realizado. Sin embargo, el 21% considera que no tienen las mismas condiciones y por tanto no reciben la misma retribución económica por el trabajo realizado. Hay otro grupo de 5 mujeres que no saben y prefieren no responder al interrogante, tal como se observa en la gráfica 19.



Gráfica 19. Obtiene la mujer la misma retribución económica que el hombre por hacer el mismo trabajo.

Sobre las **oportunidades de crecimiento/ascenso en el trabajo actual**, el 61% de las periodistas encuestadas perciben que sí tienen posibilidades de ascenso laboral frente a un 39% que consideró que no, porcentaje que es considerable (ver gráfico 20).



Gráfica 20. Percepción sobre sus posibilidades de crecimiento y/o ascenso en su trabajo actual.

Respecto al tipo de **progreso profesional que les gustaría tener**, el 35% de las periodistas aspira a ser independiente y/o tener su propio emprendimiento. El 29% desea pasar a un medio más grande. Opciones menos frecuentes, pero no menos importantes, fueron ascender en el medio donde trabajo, cambiar el área en el mismo medio y asesorías

de comunicaciones o docencia universitaria con una frecuencia del 24%, 9% y 3% respectivamente, tal como se ilustra en la gráfica 21.



Gráfica 21. Percepción sobre el progreso profesional que les gustaría tener.

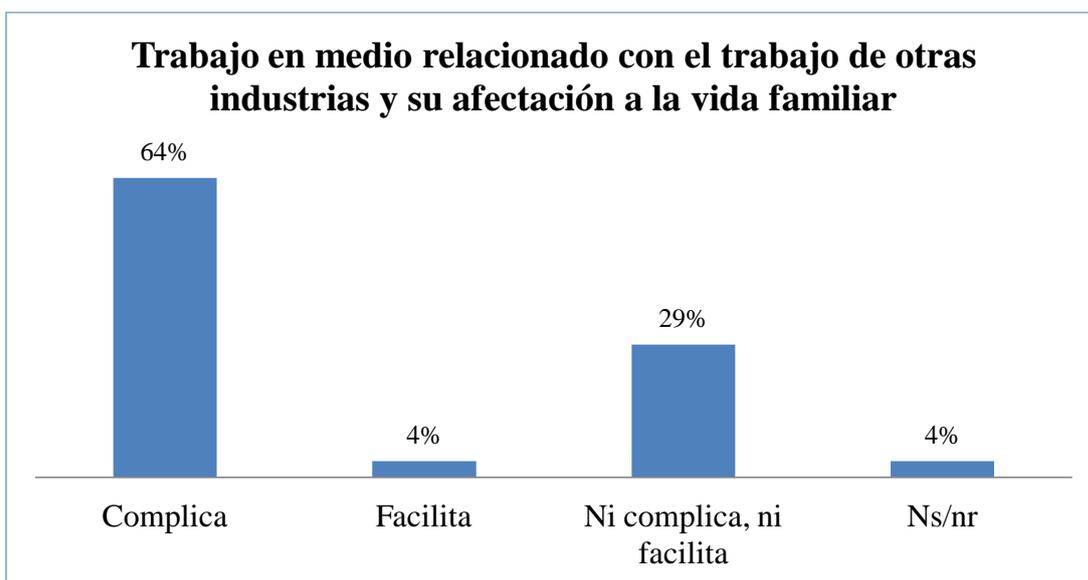
Otra de las dimensiones o indicadores trabajados estaba ligada a sus percepciones sobre **la relación vida familiar, profesión y género.**

Sobre la **compatibilidad de la crianza de hijos con el desarrollo profesional**, el 57% de las periodistas percibe que sí existe tal compatibilidad. Sin embargo, el 25% considera que no existe y un 18% prefirió no responder u opinar al respecto, tal como se muestra en la gráfica 22.



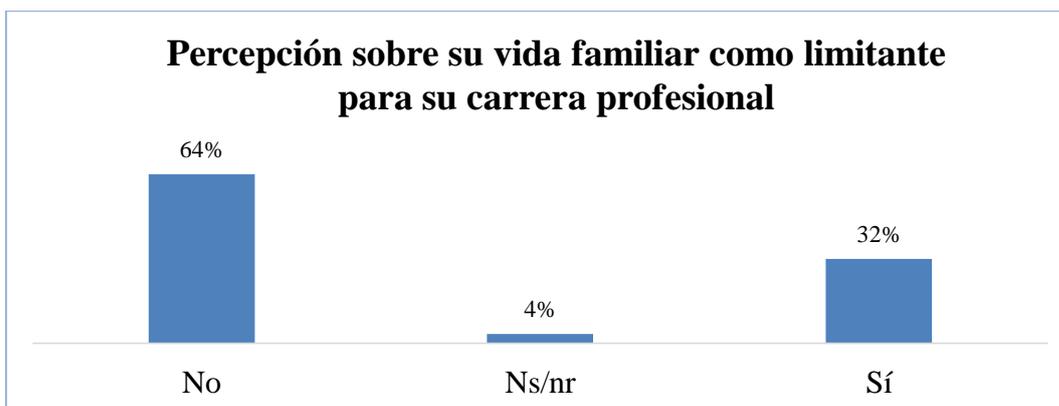
Gráfica 22. Compatibilidad entre crianza de los hijos con el desarrollo profesional.

De igual forma, se les consultó sobre si creen que el trabajo en medios, comparado con el trabajo en otras industrias, **facilita o complica el equilibrio con la vida familiar**. A esto, el 64% considera que efectivamente, ejecutar la labor periodística representa una dificultad mayor a que si realizaran otra profesión para llevar un equilibrio con su familia, tal como lo evidencia la gráfica 19. Sólo un 29% percibe que ni complica, ni facilita la vida familiar.



Gráfica 23. Trabajo en medios relacionado con el trabajo en otras industrias.

Sobre su opinión respecto a la **vida familiar como limitante de su carrera profesional**, paradójicamente, el 64% confirmó que no es un limitante y el 32% considera que sí lo es (ver gráfico 24).



Gráfica 24. Percepción sobre su vida familiar como limitante para su carrera profesional

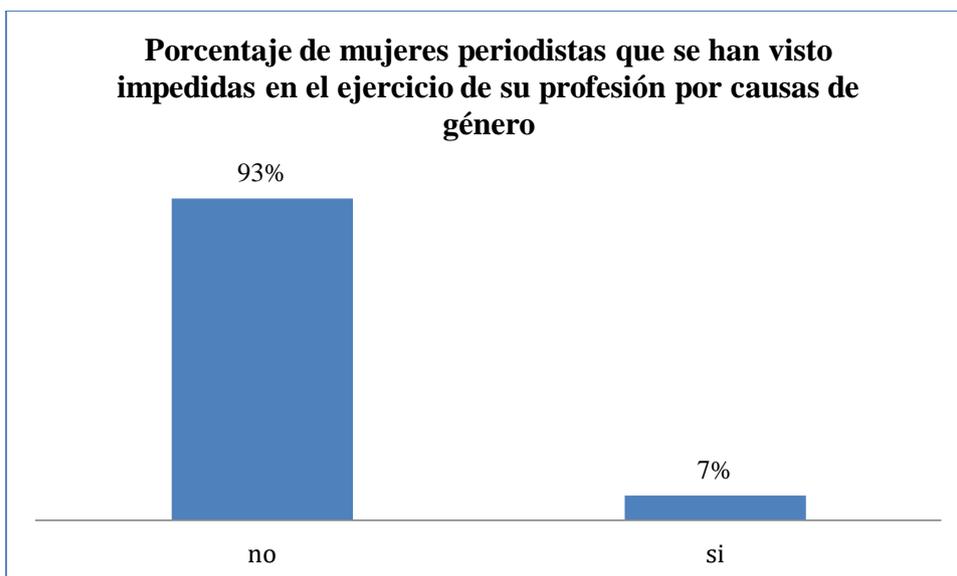
Ahora bien, otra dimensión y/o indicador consultado estuvo relacionado con los **impedimentos y/o problemas para ejercer la profesión por el hecho de ser mujer.**

En cuanto al hecho de ser **mujeres como factor de pérdida de oportunidades laborales**, el 86% expresaron no conocer casos donde ser mujer haya causado la pérdida de su empleo, solo un 4% sí conoce, el restante 10% no sabe y no responde como lo muestra de manera clara en la gráfica 25.



Gráfica 25. Casos de pérdida de oportunidades laborales por el hecho de ser mujer.

Sobre la existencia de experiencias donde ellas se hayan visto impedidas para realizar su labor por causa de género, es significativo el hecho de que el 93% no se haya encontrado en esta situación. Sin embargo, un 7% respondió que sí han tenido impedimentos. En estos casos, describen situaciones como: no poder tener dos periodistas en radio y situaciones de abuso sexual (Ver gráfico 26).



Gráfica 26, Porcentaje de mujeres periodistas que se han visto impedidas en el ejercicio de su profesión por causas de género.

Para recoger los **principales problemas que hoy enfrentan las mujeres en particular, y no los hombres, en la actividad periodística**, las encuestadas, podían seleccionar más de una opción en la encuesta aplicada.

Los resultados arrojados describen que los principales problemas percibidos fueron: en un 23.53% combinar la vida familiar con el ejercicio profesional; el 21.5% percibe la discriminación por edad y un 15.6% ve como problema que prefieren a los hombres cuando hay posibilidades de ascenso (Ver tabla 3).

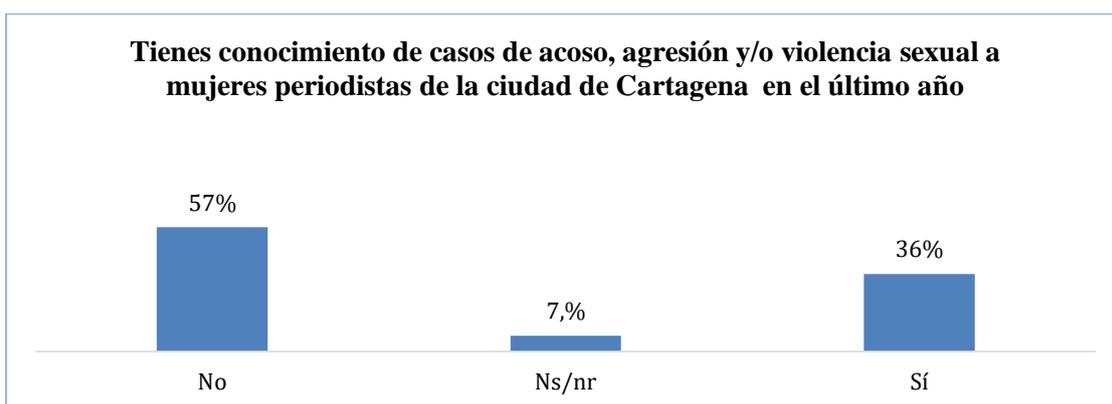
Criterio	Porcentaje
Combinar la vida familiar con el desarrollo profesional	23,52%
Siempre prefieren a los hombres cuando hay posibilidad de ascenso	15,68%
Discriminación por no entrar en los patrones de belleza de la sociedad actual	11,76%
Discriminación por tener hijos	5,88%
No creo que las periodistas enfrenten problemas distintos respecto a sus pares varones	5,88%
Discriminación por el hecho de ser mujeres	5,88%

Discriminación por edad	21,56%
Falta de capacitación	9,80%
Total	100%

Tabla 4. Principales problemas que enfrentan ellas y no los hombres para el ejercicio de la actividad periodística

El restante 33.36% aproximado se reparte según problemas como: discriminación por no entrar en los patrones de belleza de la sociedad actual, falta de capacitación, discriminación por tener hijos, discriminación por el hecho de ser mujeres. Solo el 5.88% considera que no creen que las periodistas enfrenten problemas distintos respecto a sus pares varones.

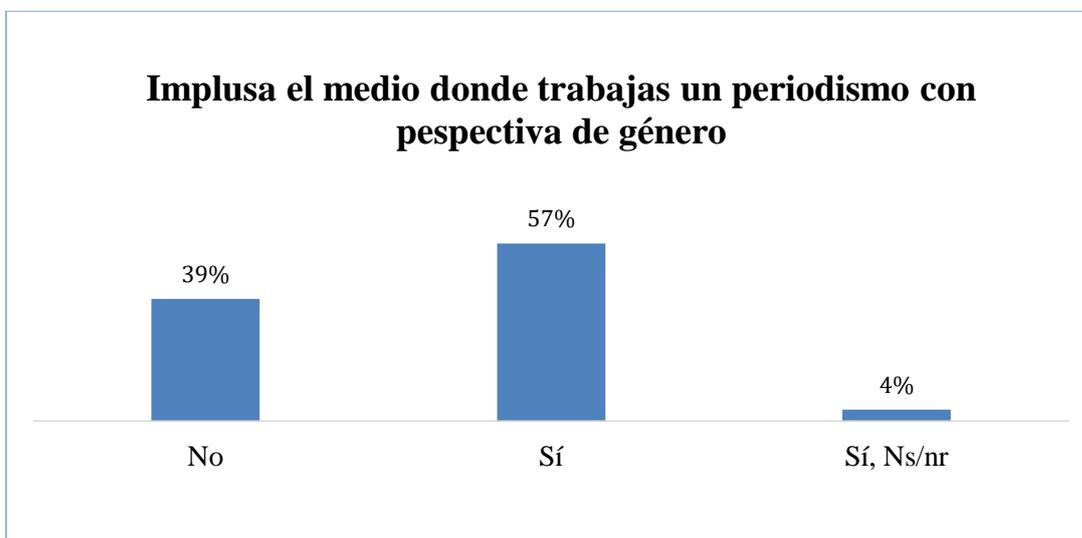
Sobre la dimensión ligada a **violencias**, uno de los cuestionamientos giró en torno a casos de **acosos, agresiones y violencia sexual**, el 57 % de las periodistas afirmó no tener conocimiento sobre este tipo de situaciones sucedidas en el gremio. Sin embargo, el 36% afirmó conocer casos y sólo un 7% no respondió, tal como indica en la gráfica 27.



Gráfica 27. Tienes conocimiento de casos de acoso, agresión y/o violencia sexual a mujeres periodistas de la ciudad de Cartagena en el último año.

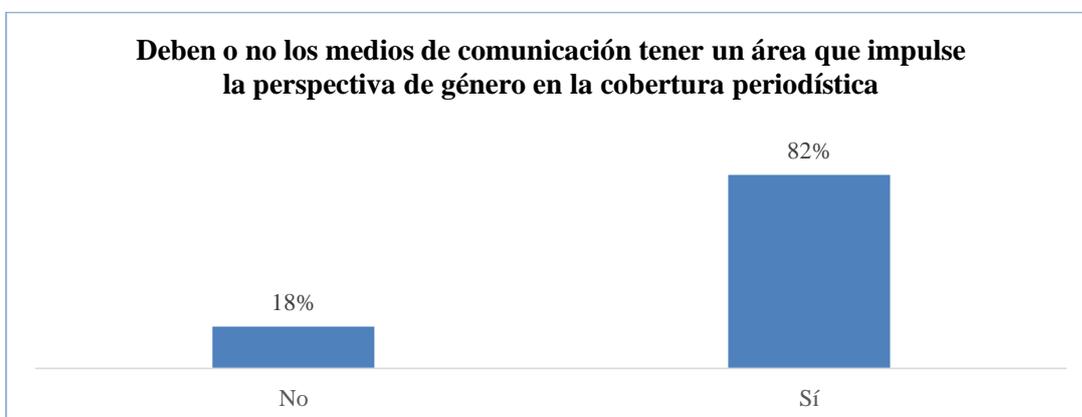
Las encuestadas que sí conocen casos tuvieron la oportunidad de expresar cuáles eran esos, algunas compartieron que son casos de acoso verbal, insultos por el trabajo realizado y una de ellas expresó que ese o esos casos se desarrollaban en audiencias.

Por último, otra de las dimensiones y/o indicadores trabajados fue alrededor de sus percepciones sobre el **periodismo con perspectiva de género**. Ante la pregunta de si los medios donde laboran se interesan por **impulsar el periodismo con perspectiva de género**, el gráfico 23 indica que el 57% de las periodistas perciben que sí lo hacen; mientras que el 39% expresó que su medio no.



Gráfica 28. Impulsa el medio donde trabajas, un periodismo con perspectiva de género.

Respecto a si creen que **los medios de comunicación deberían tener un área que impulse la perspectiva de género**, casi la totalidad de las encuestadas estuvo de acuerdo (82%). Solo el 18% considera que no es necesario, tal como se ilustra en la gráfica 29.



Gráfica 29. Deben o no los medios de comunicación tener un área que impulse la perspectiva de género en la cobertura periodística

8. CONCLUSIONES

El presente estudio tuvo como objetivo analizar la situación socioeconómica y sociolaboral en la que se encuentran las mujeres periodistas de la ciudad de Cartagena de Indias vinculadas a los medios tradicionales. Así, como sus percepciones con respecto al ejercicio de la profesión. Análisis que se realizó, desde la perspectiva de género.

Todo lo concluido es con base a los resultados obtenidos en la encuesta realizada con sus respectivas variables de estudio y respaldado en los referentes conceptuales utilizados; principalmente, los relacionados a las dimensiones del análisis del enfoque de género, así como los antecedentes referenciados.

Sobre la situación socio económica, el 100% de las encuestadas está en un promedio de edad de 25 a 30 años; cuenta con título profesional como comunicador social y periodista; así como, la gran mayoría no tiene hijos (61%) y se encuentran solteras (68%).

El 79% cuenta con una contratación a término indefinido, un 11% con contrato a término fijo y otro 11 % con el contrato de Órdenes de Prestación de Servicios (OPS). Ahora bien, con respecto a los contratos por prestación de servicios, en el estudio *“cómo perciben los periodistas su profesión: entre el agotamiento y la fascinación”* (2005) los autores resaltan a Cardona (2004), el cual menciona que, en Colombia, con frecuencia se recurre a esta modalidad de contratación, para no pagar al trabajador ciertas prestaciones que tiene por derecho, y que existen muy bajos niveles de remuneración salarial. Esta es una modalidad que no es exclusiva para profesionales de los medios de comunicación, pero vale la pena destacar que también una parte de ellos celebra este tipo de contratos.

Al abordarse el tema del salario, es oportuno traer a colación, que los ingresos mensuales de las mujeres periodistas en la ciudad (46%) oscilan entre \$1.600.000 (un millón seiscientos mil pesos) y los \$2.900.000 (dos millones novecientos mil pesos).

En ese sentido, en relación con otra pregunta realizada en la encuesta -si mujeres y hombres recibían la misma remuneración por su trabajo- a pesar de que un 64% de las encuestadas afirma recibir el mismo salario, hay un considerable porcentaje del 36% que afirma que no. Si bien, en esta investigación no se pudo acceder a información salarial discriminada por sexo en cada uno de los medios, los antecedentes nacionales indican que en Colombia, “hay una brecha salarial que puede ubicarse en el 30%, esto significa que, si a un hombre le ofrecen un salario de 100, a la mujer, cumpliendo las mismas funciones, la oferta no supera 70” (Dinero, 2019).

Concretamente para el caso de la brecha de género del periodismo a nivel de ingresos, un estudio que incluyó a la ciudad de Cartagena referenciado en nuestros antecedentes, concluyó que en la costa caribe colombiana el trabajo periodístico no es bien remunerado y que los periodistas hombres ganan más que las mujeres.

En cuanto a la situación laboral, las periodistas de la ciudad de Cartagena han logrado acceder al escenario periodístico. Los resultados ratifican y actualizan los hallazgos de la investigación presentada como antecedente y titulada “percepciones de los periodistas de la región Caribe (Montería, Cartagena y Barranquilla), en torno a la inserción de “las nuevas tecnologías en el periodismo” (2012) en los cuales se afirma que ha sido todo un proceso para las mujeres ganar espacios de participación en el periodismo, a pesar de que históricamente siempre ha sido manejado por los hombres.

Si bien lo anterior parece positivo, es pertinente señalar que este trabajo guarda relación con las investigaciones previamente señaladas; en tanto se concluye que, pese a que las mujeres han ganado mayor lugar en los medios, son los hombres quienes

ocupan los cargos directivos. Esto se puede constatar en el que el 68% de las encuestadas tienen jefes masculinos. Además, aseguran que el 71% de los coordinadores del medio son hombres. De igual manera, las mesas directivas están organizadas de tal forma que son los hombres quienes la conforman con un porcentaje del 75%.

A esto se le suma, que la mayoría de los cargos que ocupan las mujeres periodistas, son: locutoras, redactoras y editoras. Solo una mujer asume el cargo de directora del medio, siendo un número bastante mínimo en comparación con el de los hombres. Del mismo modo, el 25% de éstas y convirtiéndose en mayoría, desarrollan su labor en secciones de entretenimiento y cultura.

Dichos resultados coinciden con los arrojados por la investigación de Elena Criado en el artículo titulado *mujeres sin poder en los medios de comunicación* (2012) en donde expresa que “se constata la casi nula presencia de mujeres en cargos de poder, de responsabilidad o de toma de decisiones en las empresas informativas”. También están en línea con el informe final *“prácticas de periodismo femenino”* citado en los antecedentes, en el que se señala que existe un 59% de desigualdad por roles y cargos entre hombres y mujeres.

Desde la perspectiva de género, lo anterior tiene que ver con los niveles de participación, control, así como con la división sexual del trabajo; esta última caracterizada por la asignación de roles y estereotipos en función del sexo. De igual forma está vinculado con la relación público-privado; también asociada al género, en donde las mujeres si bien están incursionando en lo público, en este caso los medios de comunicación, siguen fuertemente vinculadas a lo privado, así como aún tienen poco control y participación real en cuanto a toma de decisiones en un espacio que históricamente ha sido del dominio masculino.

Concretamente, la periodistas encuestadas si bien son muestra de que se ha ganado acceso en el escenario público a través de su trabajo en medios, la participación vista desde una perspectiva de género, da cuenta de avances pero no lo suficientes como para afirmar que toman decisiones que impacten en la estructura y organización mediática porque estas no ocupan cargos de poder. Así las cosas, siguen siendo los hombres quienes siguen en calidad de jefes y/o directivos. Adicionalmente, se sigue legitimando roles y estereotipos de género en la medida en que la mayoría de las secciones y/o temas que cubren tiene que ver con entretenimiento y cultura; escenario asociado a lo femenino desde la banalidad, lo delicado y/o lo emocional.

En esta línea, Ángela María Carreño Malaver y Ángela María Guarín Aristizábal en el trabajo *“La periodista en Colombia: radiografía de la mujer en las redacciones”* (2008), no se equivocan al decir “que la mujer ha logrado incursionar en los medios con éxito durante los años 90, pero todavía no había logrado posesionarse al igual que los hombres”. Así mismo, el informe *When Women Thrive* (cuando las mujeres progresan) afirma que, pesar de que en Colombia las mujeres posee mayores títulos académicos en relación con los hombres, son estos últimos quienes ocupan los cargos directivos. solo el 20% de las mujeres ocupan altos puestos.

Por tal razón, es necesario impulsar un campo laboral en pro del enfoque de género, para que las mujeres puedan tener mayor participación en cuanto a acceso y control. Lo propio y justo sería que, en las mesas de trabajo, de coordinadores y directivos, haya una distribución de cargos y de trabajo equitativo e igualitario.

Respecto a las **percepciones de las periodistas** sobre el ejercicio de su profesión, fueron varias las dimensiones trabajadas, tales como: condición de las mujeres en medios, aspiraciones o progreso profesional, vida familiar con relación a la vida

profesional, impedimentos y/o problemas del ejercicio de la profesión a razón del género, casos de violencias y relevancia de la perspectiva de género.

Para empezar, vale aclarar, que en varios de los trabajos de investigación referenciados como antecedentes, se concluyó que las mujeres percibían ciertas desventajas frente al género masculino debido a que no tenían las mismas oportunidades de crecimiento profesional ya sea dentro o fuera del medio, que sus colegas varones. Por su parte, en la ciudad de Cartagena, el 79% de las periodistas encuestadas perciben tener las mismas oportunidades de crecimiento que los hombres. Incluso más de la mitad de las periodistas (61%) expresaron tener posibilidades de ascenso laboral.

Sin embargo, esto resulta algo paradójico porque en ante la pregunta acerca de cuáles eran los principales problemas a los que se enfrentaban las mujeres y no los hombres, respondieron que siempre preferían a los hombres cuando había posibilidades de ascenso. La posibilidad de ascenso varía dependiendo del medio donde trabaja. Por los resultados, las mujeres que trabajan en radio consideran que tienen más probabilidad de alcanzar un mejor cargo que las mujeres que trabajan en prensa y televisión. Esta es una de las dimensiones sujeta a ser profundizada en otras investigaciones.

En relación a la vida familiar con el género y la profesión, las periodistas encuestadas consideran que sí existe compatibilidad de crianza de los hijos con el desarrollo de la profesión (57%) y por tanto, no es una limitante para cumplir con su trabajo (64%). Sin embargo, el 64% afirmó que el trabajo en medios de comunicación, comparado con otras industrias, complica el equilibrio de la vida familiar.

Adicionalmente, perciben que uno de los contras a los que hacen frente en la actividad periodística, es el de combinar la vida familiar con lo profesional (23,52%), siendo éste el problema principal, así la discriminación por tener hijos (5,88%).

Al respecto, según la ONG “She Is”, en Colombia los empresarios discriminan a la población femenina por factores como la maternidad, al considerar que le genera costos y no son productivas. Adicionalmente, se confía poco en sus capacidades, teniendo en cuenta que muchas de las ofertas laborales están diseñadas para hombres. Lo cual, sí resulta siendo un inconveniente para las mujeres, aunque no lo perciban de tal manera.

Así las cosas, desde la perspectiva de género, siguen relaciones desiguales entre hombres y mujeres en los terrenos ligados a la vida familiar. Una de las denuncias que se ha hecho es precisamente que las mujeres cumplen tres roles: productivo, reproductivo y comunitario. En este sentido, tienen acceso a lo público, a lo productivo que se suma a la carga tradicional de lo familiar y/o privado; e incluso de lo comunitario. Esto da cuenta de que los hombres siguen en lo público y es poca la distribución equitativa de las cargas en función a asumir labores consideradas femeninas, como es el caso de la crianza, por ejemplo. Si bien hay avances, siguen las periodistas percibiendo que lo familiar pesa más por el hecho de ser mujeres en el desarrollo de su profesión.

Ahora bien, respecto a situaciones de violencias de género tanto físicas como psicológicas, el 86% de las encuestadas manifestaron no tener conocimientos respecto a casos en los que sus colegas hayan perdido oportunidades laborales por el hecho de ser mujeres. Aunque en un menor porcentaje afirmaron si conocer caso, la simple presencia de estas situaciones debe prender las alarmas sobre la necesidad de estar más atentos(as) y hacer las respectivas denuncias.

Concretamente sobre violencias sexuales, un gran porcentaje no tiene conocimiento sobre este tipo de hechos. Sin embargo, algunas afirmaron conocer situaciones, lo que también debe prender las alarmas sobre la necesidad de develar estas violencias.

Asimismo, cabe destacar que, según el punto de vista de las periodistas, el 57% de los medios tradicionales donde ejercen la profesión procuran impulsar el periodismo con perspectiva de género y un 82% asume que los medios deberían tener área que impulse periodismo con perspectiva de género. Pero primero se debe saber de qué manera los medios aplican dicha perspectiva, evaluando su dinámica de trabajo e indagando en mayor medida, puesto que, de acuerdo a la información arrojada por los resultados de la encuesta, aún queda mucho por investigar.

En síntesis, desde sus inicios, el periodismo en Colombia, fue un oficio de hombres e incluyó a la mujer 149 años después de haber existido en el país. Por eso, la importancia de impulsar un periodismo desde la perspectiva de género, no porque éste busque únicamente de dar lugar, participación y empoderamiento a las mujeres, sino porque cualquier persona, sin distinción de sexo o género, pueda desarrollar esta misma labor en condiciones aptas y equitativas, con el único fin de reducir las desigualdades.

Así las cosas, esta es una dimensión que sería importante profundizar en futuras investigaciones para poder cruzar lo que afirman las encuestas en función a los datos que suministren los medios. Seguir en la búsqueda de información, aportará a los esfuerzos de construir una sociedad equitativa en materia de género, enfrentando la desigualdad propia del orden social y de esta manera, mujeres y hombres puedan seguir desarrollando sus actividades laborales sin división

Lo más viable es que los medios deben hacer un esfuerzo mayor por incluir la visión de género en su política laboral. En este caso podrían aplicar las 11 recomendaciones expuestas previamente, en el informe *“Sin nosotras no hay prensa libre”* de la FLIP, algunas de estas son: aumentar la presencia en los medios de mujeres, diversificar la forma en cómo se ve la mujer, sancionar socialmente actos en contra del periodismo

femenino, suprimir la proyección y difusión de estereotipos que atentan contra la mujer, incluir la formación en género y derecho de las mujeres en la prensa.

En este sentido, este trabajo de investigación, permite realizar una aproximación en datos recientes, que constata que la división sexual del trabajo, donde la mujer sigue con una mayor carga en la esfera privada y los hombres en los espacios de poder socialmente estructurados.

La invitación que hacen las investigadoras con base en los resultados obtenidos del presente proyecto es tomar acciones que permitan al periodismo construir un enfoque de género real en los modelos de participación social, que dicho enfoque pueda eliminar las contradicciones con las que se vive a diario en los espacios periodísticos, donde la mayoría de las periodistas tiene menor acceso a la toma de decisiones. Además, se busca fomentar la investigación y el conocimiento donde confluye medio-géneros orientado a promover imágenes equilibradas de las mujeres y de sus múltiples papeles en la sociedad.

Este tipo de iniciativas incrementan el estado del arte en la academia una nueva línea de investigación a la que puede sumarse para conocer más a fondo los problemas que se encuentran alrededor de la igualdad de género. Incluso, es una propuesta también a que desde las aulas y el currículum académico se incluya la visión de género, un tema que compete a todos los estamentos sociales y que promueve finalmente el cumplimiento los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2030.

9. BIBLIOGRAFÍA

- Angulo, M.(2017) *El papel de la mujer en el periodismo y los medios de comunicación*/ Recuperado de <https://www.bsm.upf.edu/es/noticias/mujeres-periodismo-medios-comunicacion>
- Arroyave y Blanco (2016). “*Como perciben los periodistas su profesión: entre el agotamiento y la fascinación*”. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/26461877_Como_perciben_los_periodistas_su_profesion_entre_el_agotamiento_y_la_fascinacion
- Arroyave y Garcés (2017). *Journalists in Colombia*. Recuperado de: https://epub.ub.uni-muenchen.de/32085/1/Country_Report_Colombia.pdf
- Arus, M. (2000) *El sexo de la noticia. Reflexiones sobre el género en la información y recomendaciones de estilo*. [En línea] Recuperado de: <https://cutt.ly/3rwp0Ay>
- Banco Mundial (2019). *A pesar de los avances, las mujeres enfrentan dificultades en el ámbito de los derechos laborales*. Recuperado de: <https://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2019/02/27/despite-gains-women-face-setbacks-in-legal-rights-affecting-work>
- Barrios y Arroyave (2004) *Perfil Sociológico de la Profesión del Periodista en Colombia: Diálogo íntimo con el ser humano detrás de las noticias*. Recuperado de: <http://dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2012/01/75-revista-dialogos-perfil-sociologico-del-periodista-.pdf>
- Bonilla (2011). *Libro: Las mujeres en la prensa de Cartagena de Indias 1900 - 1930*

- Briñon (2008) *Una visión de Género... es de justicia*. Recuperado de:
https://intered.org/pedagogiadelos cuidados/wp-content/uploads/2017/07/vision_genero.pdf
- Briones (2002). *Metodología de la investigación cuantitativa en las ciencias sociales*. Recuperado de:
<https://metodoinvestigacion.files.wordpress.com/2008/02/metodologia-de-la-investigacion-guillermo-briones.pdf>
- Calvo (2011). *Red Colombiana de Periodistas con Visión de Género*. Colombia. Legis editorial. Recuperado de: <https://colombia.unfpa.org/sites/default/files/pub-pdf/Cartilla-red-periodistas-web%20%281%29.pdf>
- Carreño y Guarín (2008). *La periodista en Colombia, radiografía de la mujer en las redacciones*. Tesis de grado, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá Recuperado de:
<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/5129/tesis121.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Castro (2012). *Percepciones de los periodistas de la región caribe (montería, Cartagena y barranquilla), en torno a la inserción de las nuevas tecnologías en el periodismo*. Recuperado de:
<http://manglar.uninorte.edu.co/bitstream/handle/10584/7395/percepciones.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Castro (2013). *Mujeres Precursoras: Gayle Rubin*. Recuperado de:
<http://singenerodedudas.com/blog/mujeres-precursoras-gayle-rubin/>
- CIMAC y UNESCO, 2011. *Hacia la construcción de un Periodismo no sexista*. Segunda Edición. Recuperado de:

<http://www.muji.es/red.net/IMG/pdf/hacialaconstrucciondeunperiodismoosexistacimac46.pdf>

- Criado (2012) *Mujeres sin poder en los medios de Comunicación*, exclusión de las periodistas de los cargos directivos de la empresa informativa. *Recuperado de:* http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/117582/TFM_2012_criadoE.pdf?sequence=1
- Dinero (2019). *Colombia: crece la brecha laboral contra la mujer. ¿Por qué?* Recuperado de: <https://www.dinero.com/management/articulo/cifras-de-la-brecha-laboral-contra-la-mujer-en-colombia/267712>
- El Espectador (2018). *En Colombia solo el 20% de los cargos ejecutivos son ocupados por mujeres*. Recuperado de: <https://www.elspectador.com/economia/en-colombia-solo-el-20-de-las-mujeres-ocupan-cargos-ejecutivos-articulo-743281>
- Emakunde Instituto Vasco de la Mujer (1994) *Participación de las mujeres en los medios de comunicación de Euskadi*. Recuperado de: https://www.emakunde.euskadi.eus/contenidos/informacion/publicaciones_informes/es_emakunde/adjuntos/informe.09.participacion.mujeres.medios.comunicacion.publicidad.cas.pdf
- FOPEA (2018). *Mujeres periodistas en la argentina*. Recuperado de: https://www.fopea.org/wp-content/uploads/2018/12/Estudio_MujeresPeriodistasEnLaArgentina_FOPEA_Informe.pdf
- FLIP (2017) *ESTADO DEPREDADOR. Informe sobre el estado de la libertad de prensa en Colombia 2017*. Recuperado de: <https://flip.org.co/images/Documentos/Informe-FLIP-2017-Estado-Depredador.pdf>

- FLIP (2018). “*Prensa acorralada: un juego de violentos y poderosos*”. Recuperado de: <https://flip.org.co/index.php/es/publicaciones/informes-anauales/item/2315-informe-anual-prensa-acorralada-un-juego-de-violentos-y-poderosos>
- Fundación Juan Vives Suriá (2010). *Lentes de género: lecturas para desarmar el patriarcado*. Fundación Editorial El perro y la rana Defensoría del Pueblo. Recuperado de http://biblioteca.clacso.edu.ar/Venezuela/fundavives/20170104031339/pdf_138.pdf
- Fundación Mujeres (2005) *La primera discriminación: la teoría sexo-género*. Recuperado de: http://www.mujeresenred.net/IMG/pdf/la_primera_discriminacion-2.pdf
- Gamba (2008). *¿Qué es la perspectiva de género y los estudios de género?* Mujeresenred.net. Disponible en: <http://www.mujeresenred.net/spip.php?article1395>
- García, (2009). *Género y desarrollo humano: una relación imprescindible. Campaña muévete por la igualdad, es de justicia*. p.p 17,20,32, 1-105.
- García, Ramírez y Osorio (2015). *Situación laboral del periodista: campo de estudio en construcción*. Recuperado de: <https://journal.poligran.edu.co/index.php/poliantea/article/view/654/547>
- Global Media Monitoring Project (GMMP), (2015). *Global Media Monitoring Project Women's Participation in the News 2015*. Recuperado de: <https://www.5050foundation.edu.au/assets/reports/documents/gmmp-global-report-en.pdf>
- Gómez (2009) *Análisis de la situación laboral/profesional en el periodismo desde una perspectiva de género*. En Actas I Congreso Internacional Latino de

Comunicación Social. La Laguna, Tenerife: Sociedad Latina de Comunicación Social. Recuperado de <http://www.revistalatinacs.org/09/Sociedad/actas/109marisol.pdf>

- Gonzáles (2013), *Los conceptos de patriarcado y androcentrismo en el estudio sociológico y antropológico de las sociedades de mayoría musulmana*. Recuperado de https://ddd.uab.cat/pub/papers/papers_a2013m7-9v98n3/papers_a2013m7-9v98n3p489.pdf
- Gonzáles, Mercado y Puente (2013). *Satisfacción laboral y autonomía periodística en Cartagena, Riohacha y Barranquilla*. Recuperado de: <https://repositorio.utb.edu.co/handle/20.500.12585/2052>
- Gutiérrez (2010). *Las condiciones laborales y la satisfacción de los periodistas colombianos*. Recuperado de: <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/investigacion/article/viewArticle/965/4585>
- Lagarde (1996). *El género. La perspectiva de género*. Recuperado de: https://catedraunescodh.unam.mx/catedra/CONACYT/08_EducDHMediacionEscolar/Contenidos/Biblioteca/Lecturas-Complementarias/Lagarde_Genero.pdf
- La Morada, *Corporación de Desarrollo de la mujer (1999) Género y Derecho*. Chile Recuperado de: https://observatoriojusticiaygenero.gob.do/documentos/PDF/publicaciones/Lib_genero_derecho.pdf
- LGIMH, 2006. *Ley general para la igualdad entre mujeres y hombres art. 5, fracc. VI*. Recuperado de: <https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/359186/lgimh-2015.pdf>

- Lo que vemos las Mujeres. Revista Digital (s.f.) *Prácticas del periodismo femenino*. Recuperado de: <http://pasadoimpreso.uniandes.edu.co/mujeres-de-prensa/lo-que-vemos-las-mujeres>
- Manrique, A. y Cardona, I. (2003). *Situación laboral de los periodistas en Colombia. Informe de la investigación*. Bogotá: Antropos (Cátedra Konrad Adenauer de Comunicación y Democracia).
- Matheos, 2007. *Presencia de estereotipos en los medios de comunicación: análisis de la prensa digital española*. Recuperado de: <http://www.madrid.org/cs/Satellite?blobcol=urldata&blobheader=application/pdf&blobheadername1=ContentDisposition&blobheadervalue1=filename%3Dmujer+en+medios+digital>
- Mc Nair. (1998). *The Sociology of Journalism*. Londres Arnold.
- Memorias Revista Digital De Historia y Arqueología Desde el Caribe Colombiano (2016). *Mujeres y escritura en Lumbre, revista de cultura femenina y divulgación turística en Cartagena 1949-1954*. Recuperado de: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1794-88862016000200005&lng=en&nrm=iso&tlng=es
- Miravalles, J. (s.f). *Sexismo Ambivalente*. Recuperado de <http://www.javiermiravalles.es/Sexismo%20Ambivalente/Las%20Actitudes%20Sexistas.html>
- Mogarde (2001). *Aprender a ser mujer, aprender a ser varón. Ediciones Novedades Educativas*. Recuperado de: <https://www.noveduc.com/l/aprender-a-ser-mujer-aprender-a-ser-varon/407/9789875380318>

- Muévete por la igualdad (2008). *Análisis de género en la ayuda oficial al desarrollo Promoción de la participación política y el liderazgo de las mujeres Valorización y corresponsabilidad en la economía del cuidado*. Recuperado de:
http://www.mueveteporlaigualdad.org/docs/AOD_castellano.pdf
- ONU (2018). *Las mujeres están por debajo de los hombres en todos los indicadores de desarrollo sostenible*. Recuperado de:
<https://news.un.org/es/story/2018/02/1427081>
- ONU Mujeres. (2014). *Declaración y Plataforma de Acción de Beijing Declaración política y documentos resultados de Beijing+5*. Recuperado de:
http://www.unwomen.org/-/media/headquarters/attachments/sections/csw/bpa_s_final_web.pdf?la=es&vs=755
- Paredes y Cardozo (2014). *Investigación DESCRIPTIVA*. Recuperado de:
<http://gerenciafinancieragrupo5.blogspot.com/p/investigacion-descriptiva.html>
- Passionate People Creative Solutions (2015). *¿Cómo determinar el tamaño de una muestra?*» *Psyma*. Psyma.com. Recuperado de:
<https://www.psyma.com/company/news/message/como-determinar-el-tamano-de-una-muestra>.
- Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (2015). *Manual de género para periodistas*. [ebook] Disponible en: <https://www.eird.org/orange-day/docs/genero/manual-de-genero-para-periodistas-pnud.pdf>
- RCN Radio (2017). *Mujeres periodistas en Colombia sufren acoso y discriminación por su género: Flip*. Recuperado de: <https://www.rcnradio.com/colombia/mujeres-periodistas-colombia-sufren-acoso-discriminacion-genero-flip>

- Red Más Noticias, (2019). *En Colombia, a las mujeres les es más difícil conseguir trabajo*. Recuperado de: <http://www.redmas.com.co/colombia/colombia-mas-dificil-conseguir-trabajo-las-mujeres/>
- Revista “Razón y Palabra” (2016). *¿Determina el género la percepción del rol profesional de l@s periodistas en Ecuador?* Recuperado de <http://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/14/pdf>
- Rodríguez (2015) *La perspectiva de género como aporte del feminismo para el análisis del derecho y su reconstrucción: el caso de la violencia de género*. Tesis Doctoral. Recuperado de: https://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/22326/lupe_rodriguez_tesis.pdf
- Ruiz (2010). *Percepción de los periodistas de Montería y Cartagena acerca de su profesión*. Trabajo de grado. Recuperado de: <https://repositorio.utb.edu.co/bitstream/handle/20.500.12585/409/0062443.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Torre y Silva (2010). *Periodismo y Género. Reflexiones de intervención desde el género*. Recuperado de: <http://www.mujeresenred.net/spip.php?article1843>
- UNICEF (2017). *Comunicación, infancia y adolescencia. Guía para periodistas perspectiva de género*. Recuperado de: <https://www.unicef.org/argentina/informes/comunicaci%C3%B3n-infancia-y-adolescencia-gu%C3%ADa-para-periodistas>
- UNESCO. (2010). *Proyecto de supervisión de los medios de difusión a nivel mundial (GMMP)*. Obtenido de UNESCO: <http://www.unesco.org/new/es/communicationand-information/crosscutting-priorities/gender-and-media/women-make-the-news/facts-and-figures/>

- Verdú y Briones (2016). *Desigualdad simbólica y comunicación: el sexismo como elemento integrado en la cultura*. Recuperado de:
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-94362016000200024

10. ANEXOS

Anexo 1. Carta Medios tradicionales de la ciudad de Cartagena.

Cartagena de Indias, __de Noviembre de 2019

(MEDIO...)

Cartagena

Cordial saludo,

Un grupo de estudiantes de décimo semestre del Programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena se encuentran en proceso de recolección de información para su proyecto de grado titulado ***“DESCRIPCIÓN DE LAS CONDICIONES SOCIO LABORALES DE LAS MUJERES PERIODISTAS VINCULADAS A MEDIOS TRADICIONALES DE CARTAGENA DE INDIAS Y SUS PERCEPCIONES SOBRE EL EJERCICIO DE LA PROFESIÓN”-***

Con el fin de lograr el objetivo de esta propuesta, las estudiantes requieren información sobre su organización, especificada de acuerdo a cada medio respectivamente (La Mega, La Cariñosa y RCN radio):

- Número de mujeres y de hombres que se encuentran realizando labores periodísticas
- Tipo de contratación de las mujeres vinculadas en labores periodísticas

La información solicitada por el grupo de estudiantes será exclusivamente con fines académicos.

Los alumnas que llevan esta investigación se encuentran relacionadas a continuación con sus cédulas y códigos estudiantiles respectivamente, así como sus datos de contacto.

- Karla Genes Escudero Cc.1143394562 - Código estudiantil: 0391420029
cgenes23@gmail.com
- Marisol Carrasquilla Marrugo Cc.1047495527 - Código estudiantil: 0391510020
marisolcarrasquillamarrugo@gmail.com
- Luz Alexandra Quintana Pérez Cc. 1047495603 - Código estudiantil: 0391510049
quintanapereza@gmail.com
- María Camila Hernández González Cc.1047489910
Código estudiantil: 0391510022 - camilahndz0521@gmail.com

Agradecemos su colaboración, la cual es valiosa para que las estudiantes puedan culminar su proceso, así como aporta a enriquecer la producción académica en torno a la comunicación social y el periodismo.

Quedamos atentos a su pronta respuesta en los correos electrónicos previamente reseñados.

Zayda Ardila

Directora del programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena.

Anexo 2. Compilada mujer periodistas en la ciudad de Cartagena.

Nombre	Medio	Nombre del medio
Suad Rodríguez		
Ivonne Salamancas	Tv	Rcn
Joyce Cantillo		
Érica Otero		
Joyce Sarmiento		
Ada Echenique		
Yesenia Carrillo	Tv	Caracol
Cindy Ortiz	Prensa	El Universal
Vanessa Gómez	Tv	Telecaribe
Leidy Rivero	Radio	Rcn
Mónica Bovea	Prensa	El Tiempo
Laura Vanessa	Radio	Olimpica
Keyla Romero	Radio	Rumba Stereo
Maite Guzmán	Radio	Olímpica
Carolina Pombo	Tv	Canal Cartagena
Natalia Marrugo	Tv	Canal Cartagena
Laura Anaya Garrido	Prensa	El Universal
Melisa Mendoza Turismo	Prensa	El Universal
Sofía Flores Mendoza	Prensa	El Universal
Ivis Mar	Prensa	El Universal
Carla Orozco Daza	Prensa	El Universal
Zule Balaguera	Prensa	El Teso
Julie Parra Benítez	Prensa	El Universal
Andrea Rodríguez	Prensa	El Universal
María Camila Orozco	TV	Caracol
Marlín Martínez	TV	Caracol
Mayra Torres	Prensa	Semana
Carolina Casadiegos	Radio	Rcn
Luisa España Pantoja	Radio	Rcn
Laura Vanesa Rosales Castro	Radio	Rcn
María José Madariaga	Radio	Radio tiempo
Cindy Watson	Radio	La mega
Thalía Álvarez	Radio	La mega
Agine Melisa Goez	Prensa	El Universal
Wendy Chipá Pájaro	Prensa	El Universal
Libia Domínguez	Prensa	El Universal
Valeria Viana	Prensa	El Universal
Juliana De Ávila	Prensa	El Universal
Julay Anaya	Prensa	El Universal
María Angélica Ferrer	tv	Canal Cartagena

Anexo 3. Encuesta de descripción.

ENCUESTA DESCRIPCIÓN DE LAS CONDICIONES SOCIO LABORALES DE LAS MUJERES PERIODISTAS VINCULADAS A MEDIOS TRADICIONALES DE CARTAGENA DE INDIAS Y SUS PERCEPCIONES SOBRE EL EJERCICIO DE LA PROFESIÓN

***Objetivo:** Esta encuesta se realiza con el fin de recoger información que permita caracterizar las condiciones laborales de las mujeres periodistas vinculadas a los principales medios tradicionales de Cartagena de Indias; así como conocer sus percepciones sobre la situación, en tanto mujeres, en el ejercicio de la profesión. Esta indagación hace parte de un trabajo de grado que será presentado al Programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena.*

Importante:

Esta investigación tiene fines netamente académicos. Solo se hace mediante el tratamiento de datos y análisis, su nombre no se verá expuesto a lo largo de la investigación, reconociendo la confidencialidad y deseando la honestidad necesaria para dicha investigación. ¡Muchas gracias por su colaboración!

1. INFORMACIÓN BÁSICA

1.1 Nombre completo

1.2 Edad

1.3 Máximo nivel de estudios obtenidos:

- Primaria
- Bachiller
- Técnico o tecnólogo
- Profesional
- Especialización
- Maestría
- Doctorado

1.4 Título Obtenido _____

1.5 Universidad y/o institución de la cual egresó _____

1.6 Estado civil

- Soltera
- Casada/Unión Libre
- Separada/Divorciada

1.7 ¿Tienes hijos(as)?

- Sí
- No

2. INFORMACIÓN LABORAL Y SOCIOECONÓMICA

2.1. Medio en el que trabaja:

2.2. ¿En cuál de los siguientes rangos ubica sus ingresos mensuales?

- Menos de \$700.000
- entre 700.000 y \$1.500.000
- Entre \$1.600.000 y \$2.900.000
- Entre \$3.000.000 y \$5.000.000
- Más de \$5.000.000

2.3. ¿Cuál es tu cargo/rol actual en tu trabajo?

- Redactora
- Productora
- Editora
- Conducción /Locución
- Coordinación editorial
- Gerencia
- Postproducción
- Audiencias/Periodista Multimedia (community management, estadísticas)
- Otro _____

2.4. ¿En qué áreas o secciones desempeñas tu trabajo? _____

2.5. ¿Cómo ingresaste a tu trabajo actual?

- Por un contacto
- Presenté mi hoja de vida en el medio
- Pasantía o prácticas profesionales
- Convocatoria de empleo
- Me contactaron del medio
- Otro

2.6. ¿Qué tipo de vinculación y/o contratación tienes?

- Contrato laboral indefinido
- Contrato laboral a término definido
- Orden de Prestación de Servicios (OPS)
- Otro _____

2.7. ¿Tienes jefe directo?

- Sí
- No

2.8. ¿Cuál es el sexo/género de tu jefe?

- Hombre
- Mujer
- Otro _____

2.9. Según el género, los jefes y/o coordinadores en el medio donde trabajas son...

- Mayoría de varones
- Equilibrio de varones y mujeres
- Mayoría de mujeres

2.10. Según el género, los integrantes de la mesa directiva del medio donde trabajas son...

- Mayoría de varones
- Equilibrio de varones y mujeres
- Mayoría de mujeres
- Ns/nr

2.11. ¿Trabajas en algún otro medio?:

- En ningún otro
- Medio digital
- Radio
- Gráfica
- Televisión
- Medio convergente (tradicional/ digital)
- Otro _____

3. PERCEPCIONES SOBRE LA SITUACIÓN DE LAS MUJERES EN LA PROFESIÓN

3.1. En las empresas de medios, las mujeres...

- Tienen menos oportunidades de crecimiento que los hombres.
- Tienen las mismas oportunidades de crecimiento que los hombres.
- Tienen más oportunidades de crecimiento que los hombres.

3.2 ¿Dirías que, en el periodismo?, ¿la mujer obtiene la misma retribución económica que el hombre por hacer el mismo trabajo?

- Sí
- No
- Ns/ Mr.

3.3 ¿Sientes que tienes posibilidades de crecimiento y/o ascenso en tu trabajo actual?

- Sí
- No

3.4 ¿Qué tipo de progreso profesional te gustaría tener?

- Ser independiente/tener mi propio emprendimiento
- Ascender en el medio donde trabajo
- Pasar a un medio más grande
- Cambiar de área en el mismo medio
- Otro _____

3.5. Para las mujeres, ¿es compatible la crianza de los hijos con el desarrollo profesional?

- Sí
- No
- Ns/ nr

3.6 Crees que el trabajo en medios, comparado con el trabajo en otras industrias, ¿facilita o complica el equilibrio con la vida familiar?

- Complica
- Facilita
- Ni complica, ni facilita
- Ns/nr

3.7 Tu vida familiar, ¿es, o podría llegar a ser en el futuro, un límite a tu carrera profesional?

- Sí
- No
- Ns/nr

3.8 ¿En el último año usted ha sufrido de obstrucciones o impedimentos para ejercer su profesión por causa de su género?

- Sí (Cuáles)_____
- No

3.9 ¿En el último año, usted ha tenido conocimiento de algún caso de acoso, agresión y/o violencia sexual a mujeres periodistas de la ciudad?

- Sí (cuáles)_____
- No
- Ns/nr

3.10 ¿En el último año, usted ha tenido conocimiento de algún caso de malos tratos y/o violencia psicológica a mujeres periodistas de la ciudad?

- Sí (cuáles)_____
- No
- Ns/nr

3.11 El medio para el que trabajas, ¿impulsa el periodismo con perspectiva de género?

- Sí
- No
- Ns / nr

3.12 ¿Crees que los medios de comunicación deberían tener un área que impulse la perspectiva de género en la cobertura periodística?

- Sí
- No

3.13 ¿Existe un área que maneje las situaciones de acoso sexual o discriminación por género en el lugar para el que trabajas?

- Sí (cómo se llama)
- No
- Ns/nr

3.14 ¿Cuáles crees que son los principales problemas que hoy enfrentan las mujeres en particular, y no los hombres, en la actividad periodística?

- Combinar la vida familiar con el desarrollo profesional
- Siempre prefieren a los hombres cuando hay posibilidad de ascenso
- Discriminación por no entrar en los patrones de belleza de la sociedad actual
- Discriminación por tener hijos
- Acoso sexual
- No creo que las periodistas enfrenten problemas distintos respecto a sus pares varones
- Discriminación por el hecho de ser mujeres
- Discriminación por edad
- Falta de capacitación
- Otro _____

3.15 En el lugar donde trabajas, ¿conoces casos de mujeres que hayan perdido una oportunidad laboral por el hecho de ser mujeres?

- Sí
- No
- Ns/n