



Universidad de
los Andes

Facultad de
Comunicación

**an
mpe**

Asociación Nacional de Mujeres Periodistas

Encuesta a mujeres periodistas: situación laboral y evaluación de la representación de las mujeres en los medios de comunicación



Alejandra Riveros M.
Doctoranda en Comunicación UAndes
Periodista-Académica
anriveros@miuandes.cl

Ricardo Leiva S.
Doctor en Comunicación
Periodista-Académico UAndes
rleiva@uandes.cl



PRÓLOGO

Mujeres y medios

Resulta un tema importante y prioritario cuando vemos los resultados de este primer estudio de la Asociación Nacional de Mujeres Periodistas en conjunto con la Facultad de Comunicación de la Universidad de los Andes, donde los objetivos bases de igualdad y desarrollo se contraponen, resultando revelador cómo las mismas periodistas ven su propio entorno laboral.

El estudio en su pregunta acerca de si “Las mujeres y hombres son mostrados y tratados de igual forma en la televisión”, dan una nota de un 2,6. Del mismo modo, a la consulta: “Si hubiese más mujeres en cargos de liderazgo o jefatura en los medios de comunicación, cambiarían los clásicos estereotipos de género”, la nota de acuerdo que pusieron a esta declaración fue de un 5,4.

Ahora, si comparamos con otros como el estudio de investigación de la plataforma de Beijing 20 en la que participaron más de 100 países, este reveló que el 46% de las noticias, tanto en medios impresos como en la televisión, promueven los estereotipos de género y solo el 6% hace hincapié a la igualdad de género. En otro estudio que fue realizado a 522 agencias de noticias en 59 países, muestra que la representación de las mujeres en medios es del 27% (UN Women).



Universidad de
los Andes

Facultad de
Comunicación

**an
mpe**

Asociación Nacional de Mujeres Periodistas

Hace 20 años, los 189 Estados Miembros de las Naciones Unidas reconocieron la importancia de los medios de comunicación en el cambio de estereotipos de género y su influencia en el modo de pensar y actuar. A todas luces, y para tener una mirada global, no podemos dejar de mencionar el acuerdo de Beijing que identifica tres objetivos claros para la mujer: igualdad, desarrollo y paz.

De este modo, el estudio de investigación presentado por la Asociación Nacional de Mujeres Periodistas y la Facultad de Comunicación de la Universidad de los Andes, y del cual los académicos e investigadores a cargo Ricardo Leiva y Alejandra Riveros, hacen un análisis del estudio claro, que nos permite ver cómo contribuimos a mejorar y ayudar a las mujeres periodistas, debe sentar el compromiso de intensificar el apoyo a la promoción de las profesionales, aumentar el número de estas en los medios de comunicación, así como, en los cargos de representación, además de, resguardar su seguridad con acciones concretas y así presentarlas como líderes. Seguido de un cambio de paradigma, para fomentar el desarrollo de imágenes y mensajes que den cuenta de la diversidad de las mujeres y de su contribución a la sociedad, dentro de los medios.

Patricia Alrringo G.
Periodista
Secretaria General
Asociación Nacional de Mujeres Periodistas
Santiago, noviembre, 2022



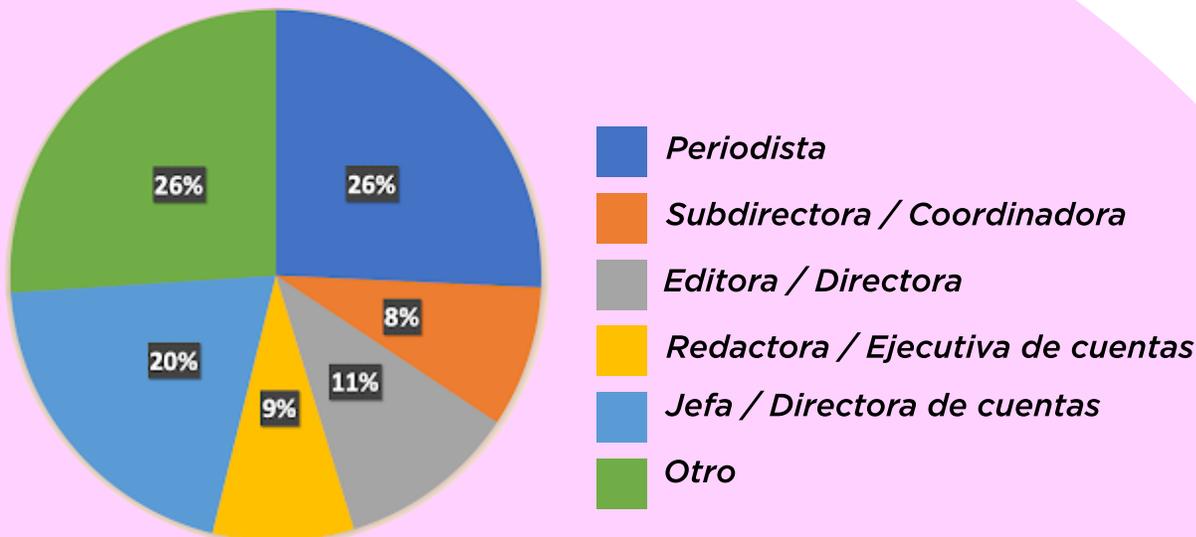
Esta encuesta fue contestada por 363 mujeres periodistas contactadas por correo electrónico por la Asociación Nacional de Mujeres Periodistas, la Facultad de Comunicación de la Universidad de los Andes y algunos académicos colaboradores, entre septiembre y octubre de 2022.

Se trata de un cuestionario que fue aplicado por primera vez por la Facultad de Comunicación de la UANDES en 2016, año en que contestaron 155 mujeres periodistas. Como nos parece importante saber si ha cambiado la opinión de las mujeres periodistas, en los gráficos exponemos las respuestas de las dos muestras (2022 y 2016).



Los gráficos que tienen un asterisco rojo en el titular, muestran una diferencia estadísticamente significativa (mayor que el margen de error) entre 2022 (encuesta FCOM UANDES-ANMPE) y 2016 (encuesta FCOM-UANDES).

Cargo u Ocupación



El 26% de las periodistas que contestó en 2022 tenía el cargo de “periodista o reportera”, el 8% ocupaba un mando medio (subeditora / coordinadora), y el 11% ocupaba un cargo de jefatura (editora / directora).

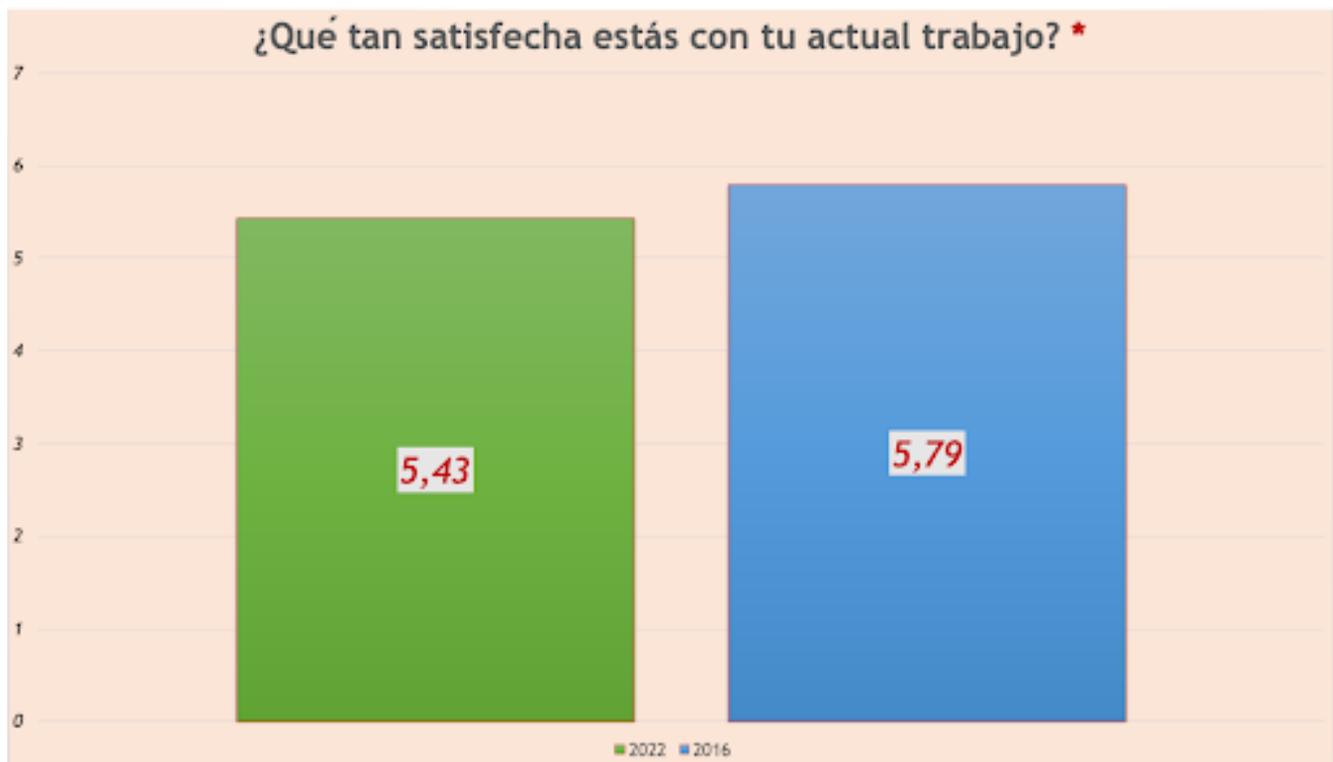
Otro 9% de las mujeres que respondió trabajaba como “ejecutiva o redactora de cuentas” en una empresa o un gabinete de comunicación estratégica u organizacional. El 20% trabajaba como directora o jefa de cuentas en una empresa o un gabinete de comunicación estratégica u organizacional.

El 26% se dedicaba a alguna otra función, como la academia.



También preguntamos a las periodistas qué tan satisfechas estaban con su actual trabajo, con una escala de 1 a 7. El promedio de las periodistas que respondieron fue 5,4.

SE TRATA DE UNA CAÍDA CON RESPECTO A 2016 (5,8) Y LA DIFERENCIA ES ESTADÍSTICAMENTE SIGNIFICATIVA, PERO SIGUE SIENDO UNA NOTA RAZONABLEMENTE BUENA.

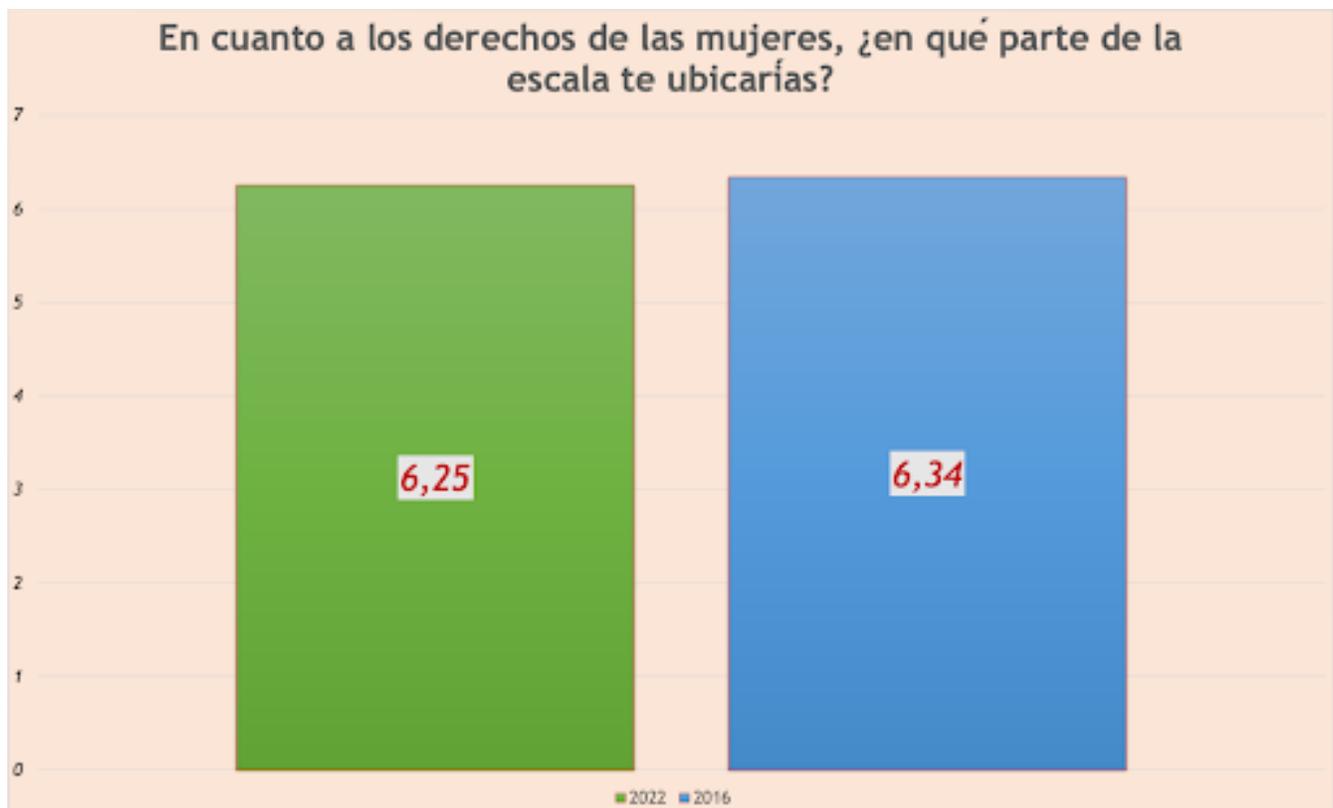




Quando les preguntamos a las periodistas cuánta libertad tenían en su trabajo, respondieron, en promedio, con una nota 5,3, exactamente el mismo promedio que asignaban en 2016.



Tampoco se observa una diferencia estadísticamente significativa con respecto a 2016 a la hora de preguntar a las periodistas cuánto abogan ellas por los derechos de la mujer (con una escala de 1 a 7).



En este caso, ellas ponen, en promedio, una nota 6,3 a su grado de compromiso con la promoción de los derechos de las mujeres.

Prácticamente, se trata de la misma nota que indicaban en 2016.



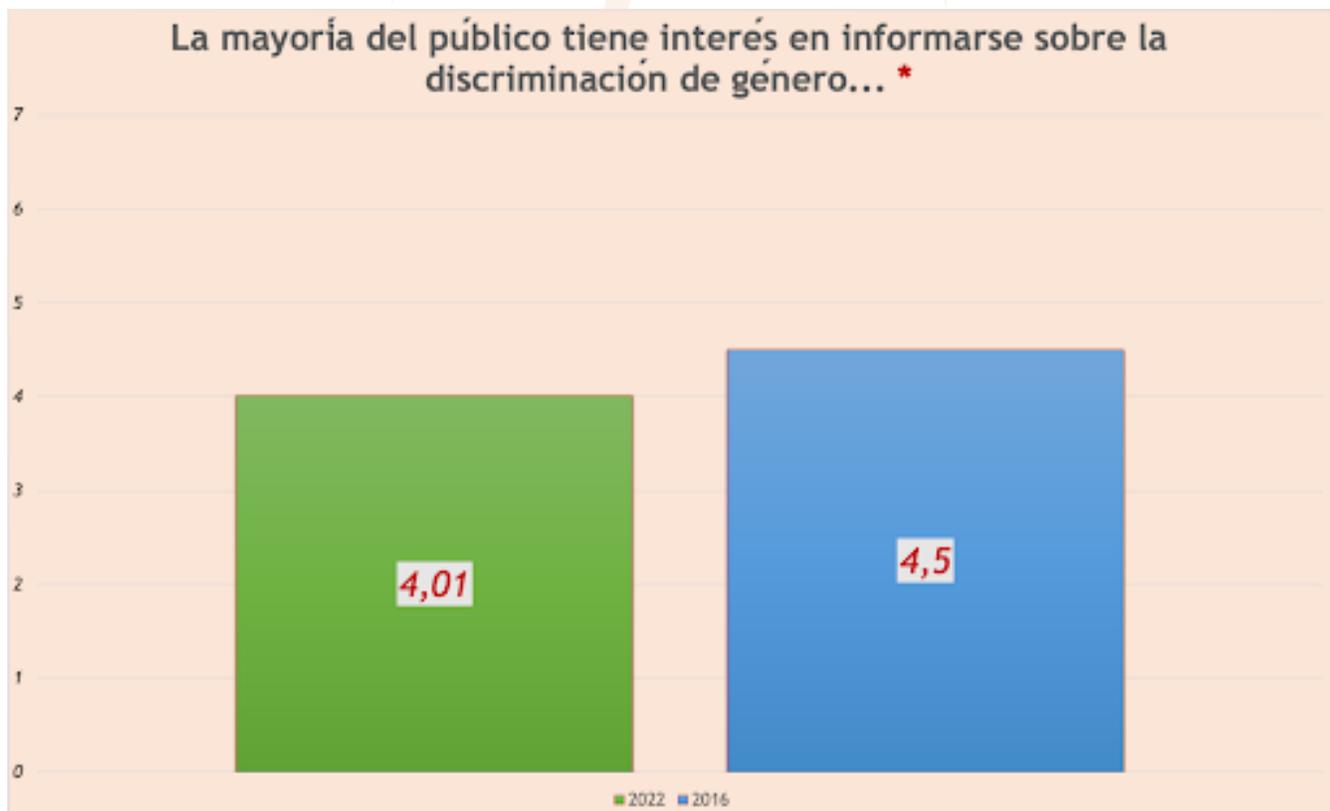
Sí observamos una diferencia importante cuando preguntamos a las mujeres si consideran que su medio o empresa en la que trabajan aboga por los derechos de la mujer.

En este caso, las mujeres ponen un 5,4 a su medio o empresa, como promedio.

En 2016, la nota puesta era 5,7 y la diferencia es estadísticamente significativa.

A continuación, preguntamos a las periodistas si estaban muy de acuerdo o muy en desacuerdo, con una escala de 1 a 7, con varias aseveraciones que les hicimos respecto de la materia investigada.

Por ejemplo, les preguntamos si están de acuerdo o no con que “la mayoría del público tiene interés en informarse sobre la discriminación de género”.



En este caso, la nota que pusieron las mujeres fue un 4 exacto, lo que indica que hay escaso acuerdo con la frase mencionada.

En 2016, ponían un 4,5. O sea que hay una caída de 5 décimas respecto de la percepción de que “la mayoría del público tiene interés en informarse sobre la discriminación de género”.

La diferencia es estadísticamente significativa.

Más crítica es la nota que pusieron las mujeres a su grado de acuerdo con respecto a la siguiente frase:

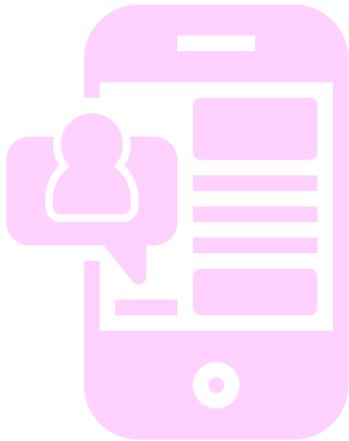
“Las mujeres y hombres son mostrados y tratados de igual forma en la televisión”.



En este caso, la nota que pusieron las mujeres periodistas fue un 2,6, aún más baja que la puesta en 2016 (3,1).

La diferencia es estadísticamente significativa.

En ambos casos, se trata de una nota deficiente respecto del grado de igualdad que perciben las mujeres sobre la forma en que son mostrados y tratados los hombres y las mujeres en la televisión.



Cuando se les preguntó a las mujeres a su grado de acuerdo con respecto a la siguiente frase:

“Las mujeres y hombres son mostrados y tratados de igual forma en los diarios”, las periodistas pusieron una nota promedio de 2,9.

Se trata de una caída bastante importante y significativa con respecto a 2016 (3,8).

En ambos años, las periodistas “reprobaron” a los diarios.





La entidad mejor evaluada por promover la igualdad de género en nuestro país fue el Gobierno, con mucha distancia.

En 2022, las periodistas pusieron una nota 5,2.
En 2016, pusieron un 4,7.

Se trata de una diferencia estadísticamente significativa con respecto al año 2016.





BASTANTE MÁS CRÍTICA ES LA VALORACIÓN QUE HACEN LAS MUJERES RESPECTO DEL APOORTE QUE REALIZAN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN A LA PROMOCIÓN DE LA IGUALDAD DE GÉNERO EN NUESTRO PAÍS.

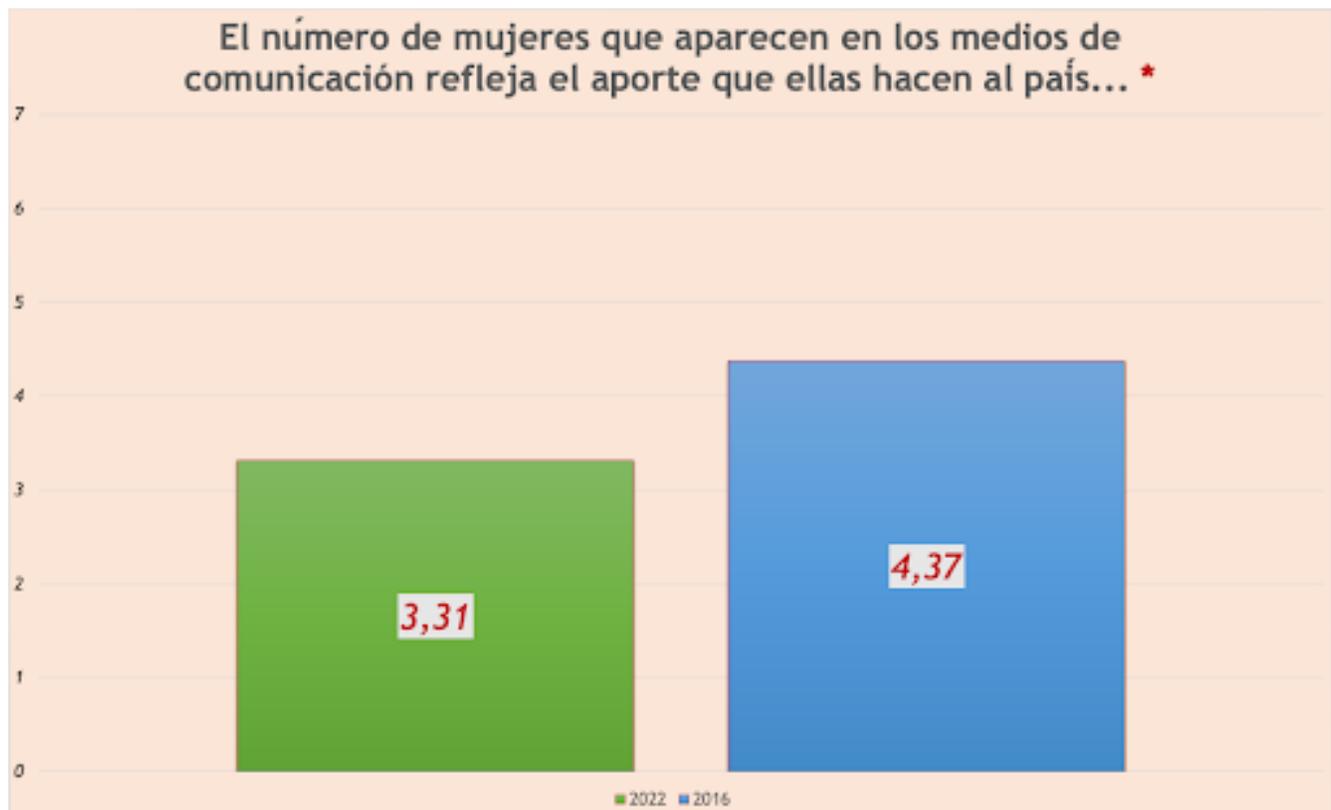
Las mujeres pusieron un 3,4 a los medios de comunicación en esta materia en 2022, nota que era un 4,4 en 2016. La diferencia es estadísticamente significativa.





La valoración que hacen las mujeres respecto del número de mujeres que aparecen en los medios de comunicación y si ellos reflejan así el aporte real que ellas realizan al país también es negativa: en 2022 las mujeres pusieron un 3,3 a los medios de comunicación en esta materia, nota que era un 4,4 en 2016.

La diferencia es estadísticamente significativa.





También preguntamos a las mujeres si estaban de acuerdo o en desacuerdo (escala de 1 a 7) con la frase:

“SI HUBIESE MÁS MUJERES EN CARGOS DE LIDERAZGO O JEFATURA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, CAMBIARÍAN LOS CLÁSICOS ESTEREOTIPOS DE GÉNERO”.

La nota que pusieron a esta declaración fue 5,4, superior a la nota de 2016 (4,9).

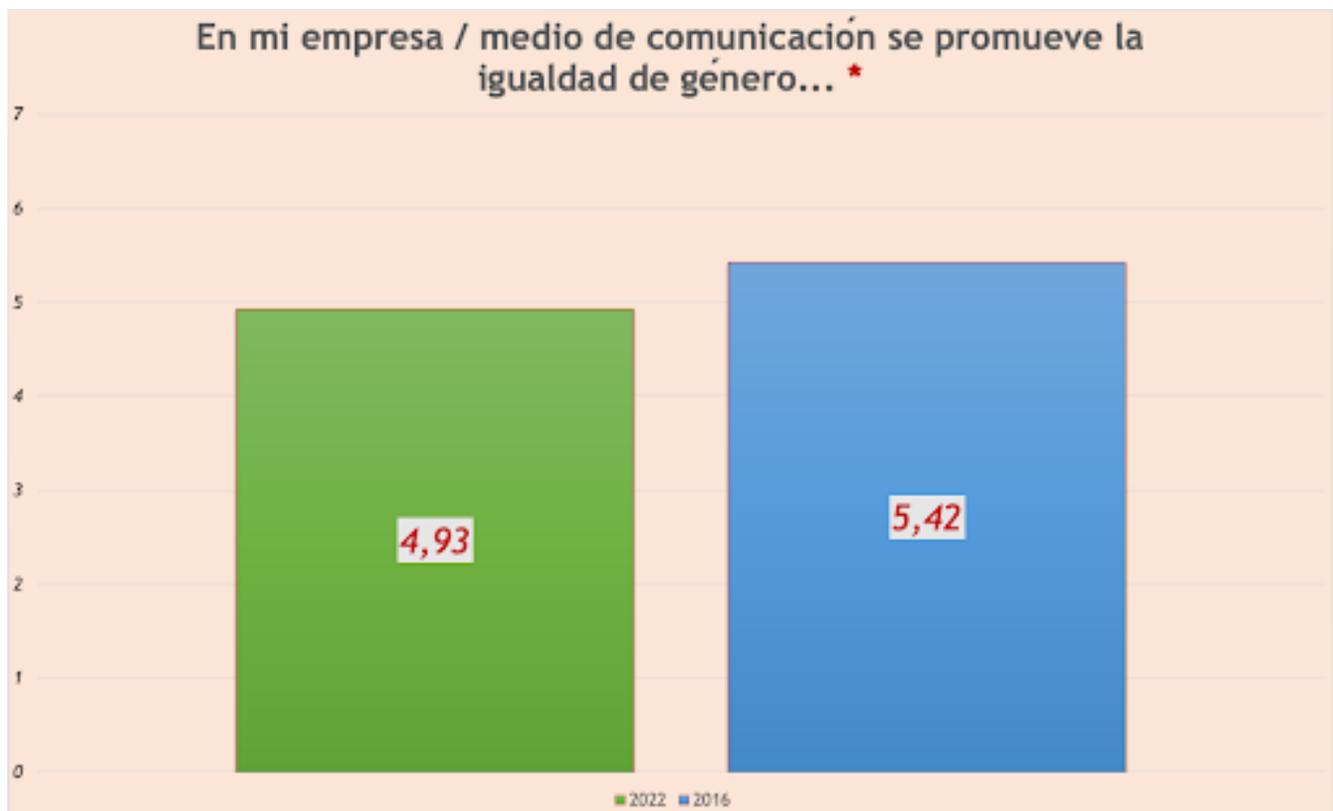
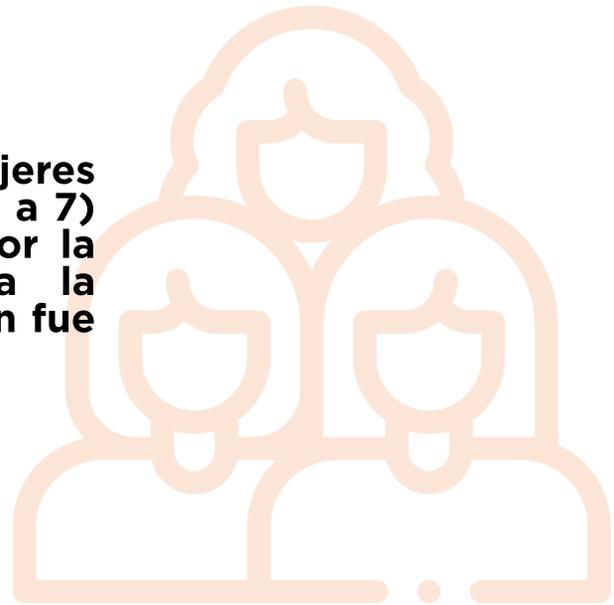
La diferencia es estadísticamente significativa.

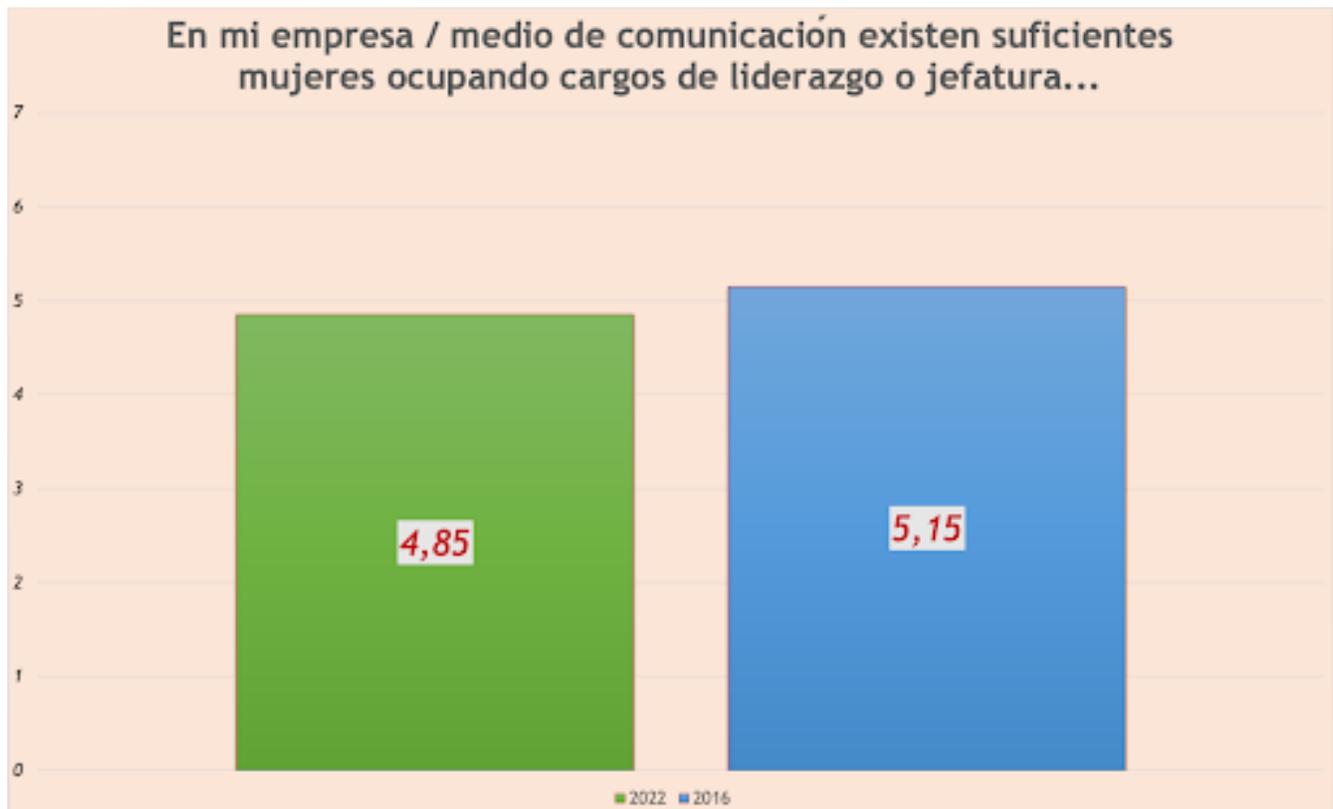




Cuando preguntamos a las mujeres periodistas qué nota ponían (de 1 a 7) a su propia empresa o medio por la promoción que ellos hacen a la igualdad de género, la calificación fue 4,9 en 2022.

Era 5,4 en 2016.



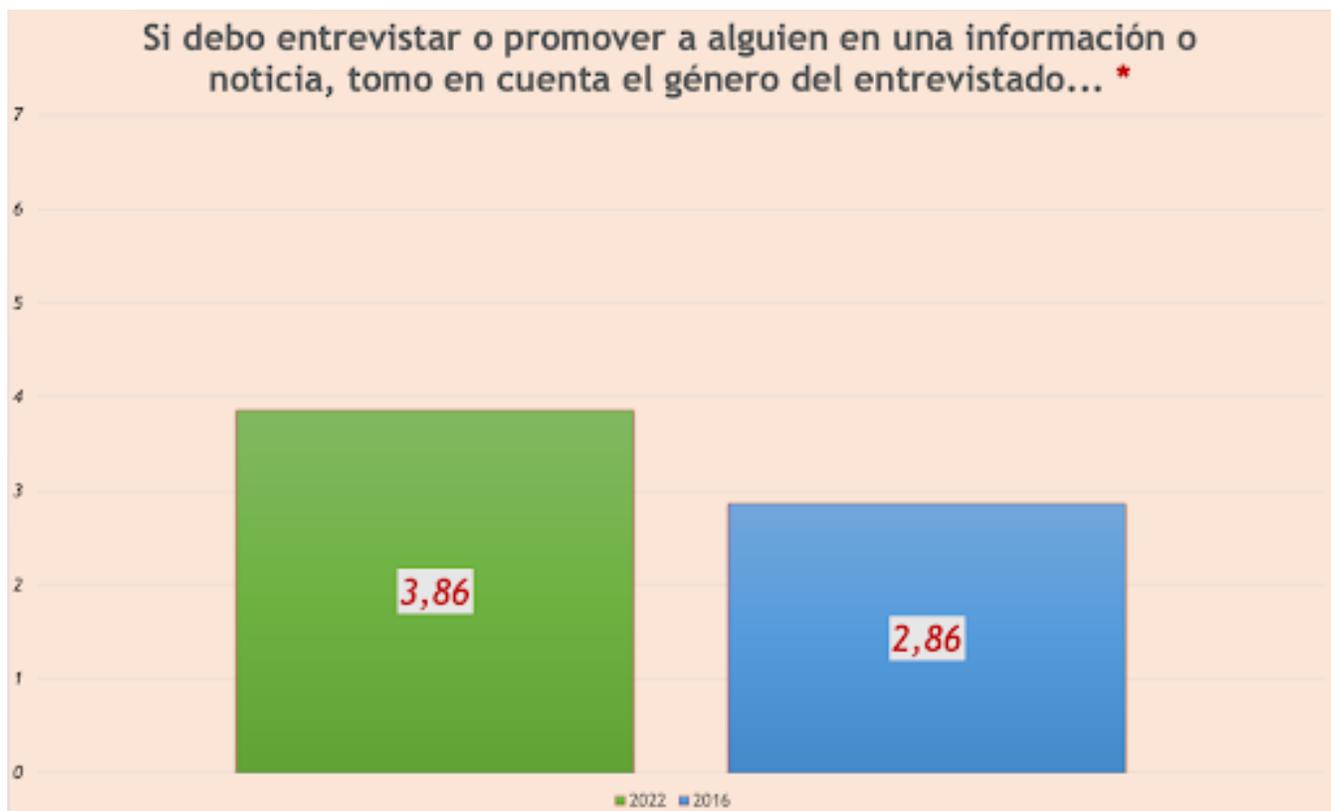


Cuando preguntamos a las mujeres periodistas qué nota ponían (de 1 a 7) a su propia empresa o medio por el número de mujeres ocupando puestos de liderazgo y jefatura, nuevamente se observa una calificación solo “suficiente” (4,9).

En 2016 era 5,2.



Por último, preguntamos a las mujeres periodistas si consideraban el género de sus entrevistados, y la nota fue inferior a 4, aunque mejor que en 2016 (2,9).



Muchas investigaciones destacan que es importante que las mujeres periodistas promuevan a otras mujeres como fuentes o protagonistas de sus informaciones, por lo que una nota inferior a 4 demostraría que no todas las mujeres se preocupan y ocupan de entrevistar y destacar a otras mujeres.



Universidad de
los Andes

Facultad de
Comunicación

**an
mpe**

Asociación Nacional de Mujeres Periodistas

Encuesta a mujeres periodistas: situación laboral y evaluación de la representación de las mujeres en los medios de comunicación



Alejandra Riveros M.
Doctoranda en Comunicación UAndes
Periodista-Académica
anriveros@miuandes.cl

Ricardo Leiva S.
Doctor en Comunicación
Periodista-Académico UAndes
rleiva@uandes.cl