

III. TRIBUNA ABIERTA

DIVISIÓN SEXUAL DEL PERIODISMO. ELLAS A LAS AULAS Y ELLOS A LAS REDACCIONES: ESTUDIO DEL CASO VASCO

Diana Rivero Santamarina

diana.rivero@ehu.es

Universidad del País Vasco - Euskal Herriko Unibertsitatea

Recibido: 15-01-2014

Aceptado: 19-03-2014

Resumen

Recientemente se viene hablando de una feminización de la profesión periodística derivada de las cada vez mayores tasas de graduadas en Periodismo. Sin embargo, los datos sobre la conformación de los distintos estamentos de los medios de comunicación parecen falsear esta hipótesis, ya que a día de hoy el número de periodistas hombres en activo es superior al de sus homólogos. Por ello, se pretende estudiar este fenómeno por medio del análisis del caso del País Vasco, a través de la obtención de datos de licenciadas y licenciados por la Universidad del País Vasco en los últimos trece años. Asimismo, se ha llevado a cabo un estudio de la composición de los principales medios con sede en este territorio.

Palabras clave: Periodismo, feminización, licenciatura, redacciones, medios de comunicación.

Abstract

There has recently been talk of a feminization of the journalistic profession derived from the growing rates of female graduates in Journalism. Nonetheless, the data on the composition of the different levels of the mass media appears to be out of tune with this hypothesis, since at present the number of working male journalists is higher than that of their female colleagues. For this reason, the aim is to study this phenomenon through analysis of the case of the Basque Country by obtaining data on the male and female graduates from the University of the Basque Country in the last thirteen years. Similarly, a study has been made of the composition of the two main media organizations with their head office in this region.

Keywords: Journalism, feminization, degree, newsrooms, mass media.

1. Introducción

La feminización de los estudios de Periodismo es un hecho constatado a nivel general, ya que según el *Informe Anual de la Profesión Periodística de 2010*, las mujeres representan el 70,1% de las licenciadas frente al 29,9% de licenciados. Según Costa y Tuñez (2009: 777) estas cifras nos permiten hablar de una profesión “eminente femenina”. Esta nueva realidad podría acarrear consecuencias en las prácticas profesionales y en los contenidos de los medios de comunicación, ya que cabe suponer que el desequilibrio favorable a las mujeres en las aulas debería trasladarse también al terreno profesional.

Sin embargo, el estudio del *Collegi de Periodistes de Catalunya* nos advierte que hay que falsear la hipótesis de la feminización o al menos habría que definirla con mayor precisión, dado que parece que los datos nos hablan más de una feminización de los estudios de Periodismo, pero no así de la profesión periodística como tal. Según datos de Soriano, Cantón y Mercé (2005: 44), el 70% de los periodistas catalanes son hombres mientras que la cantera donde se forman los futuros periodistas no ha dejado de licenciar cada año a muchas más mujeres que a hombres. En esta misma línea Poindexter (2011: 69) constata que en 2006, en el caso británico, las mujeres suponían en un 37,7% de las redactoras. Esta misma autora (2011: 70) reconoce que la aparición de las televisiones locales en los setenta supuso un gran impulso a la entrada de mujeres en los medios de comunicación, pero “pese a estos pequeños tramos de cambio, el porcentaje de mujeres en los informativos de televisión apenas ha variado en los últimos años¹”.

A lo que añade que (2011: 71) “a pesar de que el nuevo medio prometía revolucionar tanto la industria de la información como la composición de las redacciones, nos encontramos que en las redacciones online más que nunca el número de mujeres es menor tanto en los puestos directivos como en los intermedios²”. Por lo tanto, parece confirmarse la hipótesis de que un mayor número de mujeres en las aulas de Periodismo no está redundando en un mayor número de mujeres periodistas en activo.

¹ La cita literal dice: “overall, there has been tracks little change in the percentage of women in TV news in quite a few years”.

² La cita literal dice: “Although the new media promised to revolutionize both the news industry and in many ways, the newsrooms itself, fewer women than even before appear to serve as executive editors or editors-in-chief of the top online news sites”.

La feminización del Periodismo supone hoy uno de los ámbitos de investigación de mayor interés, por las consecuencias que puede tener sobre las carreras de las licenciadas y los licenciados, así como en las modificaciones que pueda acarrear en la conformación de las redacciones de los medios de comunicación. Los datos de la Asociación de la Prensa de Madrid, por su parte, indican que se trata de un fenómeno que va en aumento cada curso académico, ya que en 1994 eran 64% las licenciadas; en 2006, ya alcanzaban el 65%; y en la actualidad superan los dos tercios -70,1%- (APM, 2010, 91). Tanto es así que Ortiz Sobrino (2012, 668) describe las principales señas de identidad de los nuevos estudiantes de los grados de Periodismo de la Comunidad de Madrid en clave femenina, ya que “la mayoría de las personas que aspiran a estudiar Periodismo, Comunicación Audiovisual o Publicidad en las universidades madrileñas son mujeres”.

Si tomamos como ejemplo el caso de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, dos de cada tres estudiantes son mujeres, el 65 por ciento del alumnado (Garrido, 2008, 122). En esta investigación se ha analizado si esta feminización de los estudios de Periodismo es extensible al caso del País Vasco, para ello se ha analizado el número de estudiantes mujeres y hombres licenciados en Periodismo en los trece cursos académicos comprendidos entre 1999 y 2013. En un segundo estadio de la investigación se ha analizado la composición de las principales redacciones del País Vasco segregado por sexo, con el fin de comprobar si la feminización de los estudios de Periodismo resulta extrapolable a los medios de comunicación, y por tanto, a la profesión periodística.

Y es que el 71% de los entrevistados por la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (2013) ya anticipan que no existe proporcionalidad entre el número de buenos expedientes académicos, la mayoría pertenecientes a mujeres, que hay en las Facultades de Ciencias de la Información y los cargos que se ejercen en la práctica del Periodismo.

2. Debate teórico

2.1. ¿Feminización de la profesión periodística?

Hace casi dos décadas Natividad Abril afirmaba que “el área de los medios de comunicación es un territorio en el que la presencia de los varones es preponderantemente

mayoritaria en los distintos estamentos profesionales y prácticamente absoluta en los puestos de máxima responsabilidad o decisión” (1994: 125). Hoy en día, la situación no parece haber experimentado cambios sustanciales:

Tabla 1: Mujeres en puestos directivos de los medios de comunicación

MEDIO	% MUJERES DIRECTIVAS
ABC	36%
Cuatro	33,3%
Vocento	21%
Com Radio	15,4%
La Vanguardia	15,2%
Punto Radio	14,3%
El País	12,9%
La Razón	12,5%
El Mundo	10%
TVE	10%
Ser	9,1%
Tele 5	8,3%
Cope	7,7%
Antena 3	7,1%
Grupo Zeta	0%
Sogecable	0%
Recoletos	0%

Fuente: (Defensoría de Igualdad, 2008: 42)

A la escasa presencia de mujeres en la cúspide del organigrama de las redacciones hay que sumar la dificultad de acceso, que tiene su reflejo más directo en el desempleo y las condiciones laborales, caracterizadas por una menor retribución y una mayor inestabilidad profesional.

Los datos relativos al desempleo en la profesión periodística publicados por la FAPE en 2012 muestran que el paro las afecta sobre todo a ellas, con una tasa de mujeres periodistas del 64,3% que se encuentran fuera del mercado laboral, frente al 35,7% en el caso de sus homólogos masculinos. Por tanto, el Periodismo muestra una desproporción entre el empleo femenino y masculino que se sitúa en los 29 puntos.

Las condiciones laborales que afectan a las mujeres mostrado en el *Diagnóstico de la Prensa de Aragón* constatan que el 40% de las periodistas no cuentan con un trabajo indefinido y que la temporalidad recae sobre todo en las mujeres –75%-. A la inestabilidad laboral debemos sumar la retribución salarial, que también resulta desfavorable para las periodistas

aragonesas, el 57,5% percibe menos de 1000 euros, mientras que el salario medio de ellos se sitúa en una orquilla entre 1.100-1600 euros. En el libro *Agencias de género: comunicadoras en el mundo* (2008) de Carlota Garrido, los datos de los medios estatales son similares a los aragoneses, con un 30% de mujeres sujetas a contratos temporales (el doble que los hombres), y un 60% de mujeres con retribuciones inferiores a los 960 euros, mientras que la media retributiva de los periodistas se sitúa en los 1.230 euros.

Sin embargo, llama la atención la relación que establece *El Libro Blanco sobre la Periodística en Cataluña* entre las variables precariedad laboral y mujeres. Si bien en el estudio se concluye que la precariedad es una característica propia de la profesión periodística, también considera que es precisamente esa característica la que provoca que esté más abierta a la incorporación de las mujeres “fonamentament perquè els homes busquen opcions millors, mentre que espessuposa que la dona no és ambiciosa i es conforma amb més poca cosa”. (Collegi de Periodistes de Catalunya, 2006: 214).

Tal afirmación no parece corresponderse con la realidad, ya que en Cataluña únicamente el 35% de las periodistas son mujeres.

Ahora cabe preguntarnos si la desproporción entre el porcentaje de licenciadas en Periodismo y el de mujeres periodistas con empleo encajado, una menor retribución salarial y una presencia casi testimonial en los órganos directivos de los medios de comunicación, viene determinada por el sexo de las personas.

Al menos, así lo perciben el 68,2% de las encuestadas y los encuestados en el estudio sobre *La situación profesional y laboral de los periodistas vascos* (Bezuartea Coca y Cantalapiedra (2000), al considerar que el mérito no es la única condición tenida en cuenta por las empresas de comunicación en los ascensos profesionales. Así, el 61,2% lo relaciona directamente con el sexo del/a candidato/a, al detectar que las mujeres lo tienen más difícil para acceder ya no sólo a los puestos directivos, sino también a los mandos intermedios de las redacciones.

Parece, por tanto, que la feminización se produce por el momento de manera exclusiva en el terreno académico, pero no se traslada al terreno profesional. Así, las cosas podemos hablar de una feminización de los estudios de Periodismo y de una masculinización de la profesión periodística.

2.2. Consecuencias para las audiencias de la masculinización de la profesión periodística

El dominio de lo masculino en el ámbito público, como es el caso de los medios de comunicación, está tan interiorizado que no somos conscientes del predominio de la mirada androcéntrica que presentan los medios, entre otras cosas, porque los parámetros de lo masculino, de tanto repetirse, se han convertido en “modelos de normalidad”. Si atendemos al discurso periodístico, llaman la atención dos aspectos: Los hombres son juzgados por sus acciones: si son positivas se les aplaude y, si no, se les critica, pero, en ningún caso, se pone en tela de juicio su derecho a estar donde están. Sin embargo, esto no ocurre con las mujeres, que son juzgadas por su apariencia, por sus actitudes, por su adecuación. Y es que como afirma León (2007: 19) "esta indiferencia resulta, sin duda, de múltiples factores sociopolíticos, pero también da cuenta de un orden de prioridades en las cuales las reivindicaciones relativas al derecho a la comunicación y a la tecnología son percibidas como temas especializados".

Esta realidad expuesta no sólo preocupa a las teóricas y a los teóricos del género y la comunicación, sino también a las y los profesionales del Periodismo y así se concretó en el I Encuentro Nacional de Mujeres Periodistas por la Igualdad que tuvo lugar en Granada (2008).

Esta particular relación que los medios de comunicación han establecido con las mujeres supone una categorización sólida por medio de la cual la imagen social nos conduce al reconocimiento de las personas que son representadas por ella de forma organizada y asequible. Esta categorización derivada de una síntesis cultural prolongada en el tiempo resulta muy peligrosa, ya que "su gran potencia estriba en que se acepta y se generaliza siendo compartida por toda la ciudadanía; y puede estar cargada de estereotipos y prejuicios" (Loscertales, 2009: 20).

De este tipo de prácticas se deriva que las mujeres aparezcan representadas como un todo homogéneo impregnado de las mismas características. Esta proyección de lo femenino contribuye a desvirtuar la realidad al no reflejar a las mujeres en base a sus identidades y vidas únicas y diferenciadas.

La identidad colectiva, ese sujeto que había protagonizado los primeros cambios, se debilita al mostrar su dificultad para acoger al conjunto de mujeres que se movilizan y que no se ven reflejadas en un discurso que habla de ellas de forma genérica ni en unas campañas que anulan su singularidad. Es así como el debate sobre las diferencias y similitudes entre las mujeres adquieren una enorme relevancia, como explica Montero (2006: 170): "Al presentar a

las mujeres como un colectivo homogéneo se obvia que las prácticas e identidades sociales, y por tanto también las de las mujeres, son extremadamente complejas y se crean a partir de distintas adscripciones sociales y no sólo la de género".

La pertenencia de las mujeres al género femenino, junto con sus otras adscripciones sociales (de clase, raza u orientación sexual) y sus itinerarios vitales, derivan en sus subjetividades diferenciadas que explican las diferentes formas de vivir o percibir la subordinación. "Pero una cosa es afirmar que el género no es la adscripción social de las mujeres y otra que no sea un elemento fundamental de su identidad" (Montero, 2006:171).

Tal y como expone María Pilar Rodríguez (2008: 7-8), las mujeres en los medios aparecen de modo que cumplen la función general asignada por el sistema, que es la de interiorizar el papel de economía de apoyo y resolver los desequilibrios y contradicciones en campos tales como la educación y la familia. La mirada informativa se ha anquilosado en un enfoque androcéntrico, reducido a varones adultos que ocupan los puestos de poder, de modo que la prensa resulta insensible a las transformaciones políticas y sociales de los últimos años.

Por su parte, Juana Gallego (2008) afirma que los papeles sociales que durante siglos se habían atribuido a hombres y mujeres ya no sirven, y no parece que todavía esté muy claro cuál va a ser el recambio. Y esta confusión en los medios se manifiesta de diversas formas: junto a una noticia que desarrolla perfectamente la perspectiva de género encontramos otras que incurren en constantes estereotipos. Por ello, esta teórica apuesta por la perspectiva de género aplicada a la información como herramienta que posibilite dar sentido a la desigualdad y a la diferencia entre los géneros.

Por ello, la inclusión de la perspectiva de género enriquece a los medios de comunicación y a la audiencia receptora de informaciones en tres cuestiones principales: los medios de comunicación cumplen con su función social al integrar a las mujeres en la realidad comunicacional; las mujeres adquieren entidad propia lo que ayuda a la visibilización de su papel en la sociedad; y amplían la realidad informativa a parámetros reales en los que las mujeres forman parte activa de la sociedad.

Al igual que los partidos políticos, los medios de comunicación son instrumentos de intermediación entre el Estado y la sociedad civil. Eso significa que los discursos e imágenes difundidos a través de los medios influyen a ambas partes. Si los medios no hacen visibles determinadas realidades o actores sociales y políticos, "ello quiere decir que incumplen con su función social y además violan los derechos humanos" (Hernández, 2007: 39).

Resulta conveniente aclarar, que introducir la perspectiva de género en la información no siempre es en beneficio de las mujeres. Sencillamente, representa dotar de significado a lo importante que resultan en nuestras vidas las diferencias de género, y que son indicativos, a su vez, de la evolución vivida por la sociedad y los cambios que se generan. De esta manera, las consecuencias que se derivan de la socialización humana se convierten en una cuestión global, que sin excluir a nadie, sea hombre sea mujer, resalta la asimetría debida al sistema social y cultural en el cual nos educamos., ya que según Altés *et al.* (2000: 112-113):

"La introducción de la perspectiva de género en la información puede ser una nueva manera de mirar, de interpretar la realidad con otros ojos, de hacer posible que aparezcan otras visiones del mundo, ello obligaría a cada periodista a romper con las inercias profesionales, las rutinas establecidas y los dogmas no cuestionados. Ahora la sociedad demanda otro tipo de información. Ya no se trata de ofrecer "lo que pasa", sino de que los medios de comunicación tienen que enfocar parcelas de la vida humana nuevas, ámbitos sociales nuevos sobre los que dirigir su interés".

La inclusión de la perspectiva de género parece la mejor solución para la emisión de contenidos no sexistas ni estereotipados porque aunque en los últimos años ha existido una corriente teórica que sostiene que el cambio reside en una mayor integración de mujeres en los medios, a día de hoy la presencia de las mujeres en los medios de comunicación no tiene la relevancia suficiente como para poder establecer conclusiones fehacientes. De ahí, que las posturas en la actualidad sobre el papel de las mujeres en los medios de comunicación estén encontradas. Por un lado, se encuentran quienes defienden que una proporción más alta de mujeres no implica necesariamente la alteración del modelo de contenido de los medios. Así lo cree Steiner (2011: 284) al sostener que:

"La capacidad crítica de las mujeres está condicionada por la cultura de las redacciones - que se asientan sobre las convenciones del sentido común, la coacción de los límites del tiempo, las rutinas, las jerarquías de las relaciones y las estructuras editoriales-. Por eso parte del problema reside en que pese a que haya más mujeres trabajando en periodismo siguen queriendo las mismas tareas, reputación, estatus y salarios que los hombres³".

³ La cita literal dice: "Women's critical mass was over-determined by the culture of newsrooms, with their "commonsense" conventions, timebound constraints and routines, and hierarchical relations and editorial structures.

Aunque algunas investigaciones mantienen que los cambios de contenido son evidentes sólo cuando un número suficiente de mujeres alcanza las capas más altas de los medios de comunicación (Ej: España Fagoaga, Ortega, citado en Bach et al: 24). En esta misma línea, Rodríguez (2008:9) apunta a que tal y como han demostrado diversos colectivos feministas en varios países con poder de intervención, especialmente en Estados Unidos, una mayor presencia de mujeres en los puestos ejecutivos de los medios de comunicación ayuda extraordinariamente a la contratación de más mujeres e indefectiblemente modifica el impacto de las imágenes femeninas proyectadas.

2.3. Consecuencias para las mujeres periodistas del contenido androcéntrico de las informaciones

Recientemente, Dustin Harp (2011: 273) ha defendido la teoría de que en Estados Unidos tradicionalmente han sido los hombres quienes han ocupado los cargos de redactores, encargados y directores, y que esta realidad histórica ha dado como resultado una cultura periodística basada en valores masculinos. De manera que lo que es susceptible de ser noticia ha sido definido por los hombres y su criterio de noticiabilidad podría ser definido bajo la premisa "si sangra, vale"⁴ y, por tanto, como resultado encontramos comúnmente noticias sobre guerras, política y crimen. Según este mismo autor, la preponderancia de los valores masculinos también se aprecia en la abundancia de hombres como fuentes referenciales y la abundancia de firmas masculinas en los periódicos más prestigiosos del país. Y por ello Harp considera que de esta herencia histórica "de la cultura del día a día de las redacciones, éstas se encuentran definidas en términos masculinos"⁵.

Por su parte, Poindexter (2011: 67), que no se atreve a afirmar que más mujeres no suponen variaciones, alude a los datos emitidos por una encuesta realizada por ella misma al profesorado de la universidad de Indiana en el que declaraban que después de la formación, los jefes de redacción son los que mayor capacidad de influencia tienen sobre el juicio de los periodistas.

Part of the issue is that most women working in journalism continue- now in greater numbers- to want the same assignments, reputations, status, and prizes as men".

⁴ La cita literal dice: "What is newsworthy has been defined by men and can be summed up in the newsroom adage "if it bleeds, it leads".

⁵ La cita literal dice: "the day-to-day culture of most newsrooms is still being defined in predominantly male terms.

Y la clave reside precisamente en que se referían a los jefes de sección y no a las jefas –no por una cuestión lingüística, sino porque ellos son quienes ostentan esos cargos-. Poindexter (2011: 68-69) explica esta influencia en base a tres niveles culturales: visible, invisible and “embedded” (incrustado). El primer nivel cultural implica la forma de vestir, la conducta, los símbolos reconocibles, los actos organizativos y la distribución de la redacción. El segundo, que no es observable, incluye los valores y las creencias. Y el tercero suma a los valores y creencias “asunciones que están tan arraigadas que normalmente se dan por sentado sin cuestionar ciertas guías de comportamiento, lenguaje y pautas de interacción social⁶”.

Tal y como expone Holland (1998: 32): “las mujeres aparecen en los medios encerradas en unos estereotipos que son producidos por hombres para construir su poder por medio de los excesos con que adornan a las mujeres que caricaturizan en sus páginas”.

De la explicación de esta distribución del tipo de contenido en base al público que se dirige y a las personas que lo elaboran se entiende, como señala Van Zoonen (2011: 494) “que a mayor prestigioso sea un medio o una sección menor probabilidad de encontrar mujeres en ellos”. Van Zoonen considera que las periodistas trabajan en áreas que son una extensión de sus responsabilidades domésticas y sociales determinadas por su cualidad de cuidadoras y factores socio-económicos, como el hecho de que perciban una retribución inferior a la de hombres en los mismos cargos que ellas. De esta distribución se desprende la clasificación, que se muestra a continuación, del tipo de noticias generalmente elaboradas por hombres y mujeres:

Tabla 2. Tratamiento informativo de las noticias en función del sexo

	Masculino	Femenino
TEMAS	Política	Interés humano
	Sucesos	Consumo
	Finanzas	Cultura
	Educación	Vida social
PERSPECTIVA	Hechos	Contexto y efectos
	Valoraciones	Compasión
	Masculina	General
FUENTES	Hombres	Mujeres
ÉTICA	Objetividad	Necesidades de la audiencia

Fuente: (Van Zoonen, 2011: 36)

⁶ La cita textual dice: “organization members take them for granted and often are not even aware of the assumptions that guide their behavior, language and patterns of social interaction”.

A pesar de que no se pretende anquilosar los estilos informativos de mujeres y hombres como dos categorías dentro de las cuales no se produce diversidad, si que parece que la asignación de secciones y del tipo de noticias permite categorizar de manera general el estilo de cada uno de los sexos. Según este mismo planteamiento, la autora Myra Macdonald (1998: 105) va más allá y considera que “los hombres que diseñan las agenda setting televisivas refuerzan las antiguas jerarquías de estereotipos mediante la producción de fórmulas de entretenimiento en las que participan, sobre todo, mujeres”.

En sintonía con lo expuesto, John Hartley clasifica en cuatro categorías narrativas el periodismo actual: conflicto (seguridad nacional e internacional, defensa y conflictos bélicos); progreso (economía, industria nacional, financiación y presupuestos del Estado); competición (que abarca desde el arte hasta el deporte); accidentes (desastres naturales, innovación y desarrollo y anomalías). Hartley (1998: 53) defiende que en las tres primeras categorías las informaciones están elaboradas en su mayoría por hombres y que de la cuarta categoría participan mujeres y hombres. Según esta idea los hombres periodistas acaparan casi todas las formas narrativas del periodismo actual, lo que obstaculiza el acceso de las mujeres a la profesión, así como una mayor presencia de ellas en radio y televisión donde las *soft news* (noticias blandas), lo que implica que es el contenido el que determina el acceso de mujeres y hombres a los medios de comunicación. Ross señala que la atribución de características masculinas al periodismo político puede deberse que “en un estudio realizado por el *British Group Women in Journalism* se destacase que las mujeres políticas habían sentido que las periodistas frecuentemente habían realizado una cobertura más masculinizada que sus compañeros” (Ross, 2011: 113) probablemente en un intento de entrar en el mundo del periodismo de calidad.

Stuart Allan (1998: 68) considera por ello que un equilibrio entre mujeres y hombres en las redacciones no supondrá un cambio en el contenido, porque las periodistas tenderán a imitar las formas androcéntricas de informar preestablecidas debido a los mecanismos de inclusión-exclusión del discurso, que se sustenta en que los juicios de valor, la credibilidad y las fuentes expertas escasamente responden a mujeres.

Otro de los puntos clave para el entendimiento de los procesos de exclusión de las mujeres de la información de calidad es la objetividad. Desde el siglo XIX los medios de comunicación han prodigado su objetividad como una fórmula para resultar atractivos a todo tipo de anunciantes. Según Steiner (1998: 147) “la demanda de objetividad inmediatamente

descarta a las mujeres por su inherente subjetividad” .Esta atribución de falta de racionalidad de las mujeres las relega a las páginas destinadas para audiencia femenina o a la elaboración de *soft news*. Steiner (1998:152) señala: “cuando me contrataron para trabajar exclusivamente para las páginas femeninas, se me rompió el corazón al comprender que mi oportunidad de convertirme en una auténtica periodista había fracasado” (Steiner, 1998: 152).

Kitzinger_ (1998: 193) va más allá y muestra su pesimismo a la hora de corregir estos estereotipos profesionales por lo que ella denomina *False Memory Syndrome*, que se refiere a que las características que atribuimos a cada uno de los sexos forma parte de un poso de aprendizaje desde la edad más temprana muy difícil de corregir. Por ello, esta autora considera que contabilizar la composición de las redacciones en base al sexo no es suficiente porque una distribución distinta no implicaría nuevos resultados “hasta que no se incluya en las categorías de análisis la relación entre feminismo, antifeminismo, feminidad y como la masculinidad opera sobre ellas y se van diseñando y perpetuando en los medios” (Kitzinger, 1998: 202).

De estas teorías se puede extraer, por tanto, que el establecimiento de criterios periodísticos desde una posición androcéntrica con la repercusión que ello tiene en la división sexual de noticias de calidad – masculinas- y las noticias blandas- femeninas- supone el primer freno para el acceso a los medios de comunicación en condiciones de igualdad para un cada vez mayor número de licenciadas en Periodismo.

3. Resultados

En el apartado teórico hemos comprobado que actualmente la profesión periodística se encuentra masculinizada en todos sus niveles y que la feminización del Periodismo es un fenómeno exclusivo de las aulas universitarias.

A todo ello, hay que sumar que esa masculinización del Periodismo redunde en la elaboración de noticias que presentan a las mujeres como un todo homogéneo plagado de prejuicios y estereotipos al tiempo que esas formas narrativas segregadas en noticias duras y blandas relegan a las mujeres periodistas a la elaboración de estas últimas, lo que no hace sino tejer la red que hace que un número menor de mujeres periodistas encuentren encaje laboral en los medios de comunicación.

Por ello, en la parte de trabajo de campo de esta investigación hemos querido conocer si el fenómeno de la feminización de los estudios de Periodismo se produce en el caso de la

Universidad del País Vasco – Euskal Herriko Unibertsitatea y analizar, asimismo, la composición de los medios de comunicación del País Vasco con la finalidad de poder cotejar los resultados académicos con los profesionales.

3.1. La feminización de los estudios de Periodismo: el caso de la Universidad del País Vasco – Euskal Herriko Unibertsitatea

El objetivo de este trabajo de investigación consiste en extrapolar al caso del País Vasco los resultados arrojados por otros estudios en los que se apunta hacia una feminización de los estudios de Periodismo. Como se ha visto anteriormente, un mayor número de mujeres en la fase académica ha conducido, en ocasiones, erróneamente a calificar de feminizada a la profesión periodística.

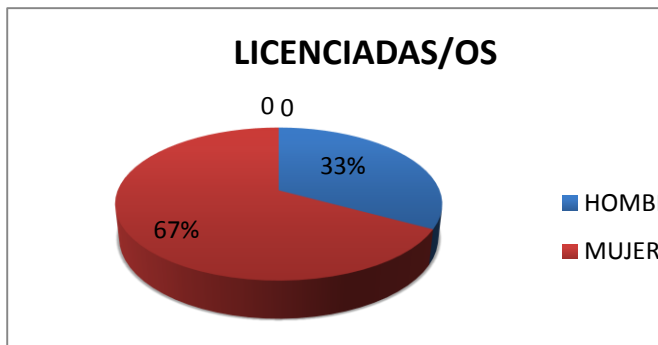
En esta primera parte del estudio, se ha extraído el número de licenciadas y licenciados en Periodismo en la etapa comprendida entre 1999-2013. Así contamos con los datos de los últimos catorce años que nos permite hacernos una idea de la tendencia en este sentido.

Tabla 3. Licenciadas/os en Periodismo por la UPV-EHU (1999-2013)

CURSO ACADÉMICO	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
99/00	227	85	142
00/01	174	62	111
01/02	183	70	113
02/03	207	61	146
03/04	189	68	121
04/05	215	61	154
05/06	220	71	149
06/07	183	51	132
07/08	186	55	131
08/09	194	69	125
09/10	170	52	118
10/11	183	66	117
11/12	152	52	100
12/13	172	63	109

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 1. Porcentaje de licenciadas y licenciados 99/13



Fuente: Elaboración Propia

Los porcentajes nos muestran que en los últimos diez años un 67% de las personas que concluyeron sus estudios de periodismo en la UPV-EHU han sido mujeres frente al 33% de hombres. De manera que podemos establecer sin lugar a dudas que los estudios de Periodismo están claramente feminizados. Por otro lado, la comparativa con el porcentaje de mujeres licenciadas en Periodismo a nivel estatal arroja datos similares.

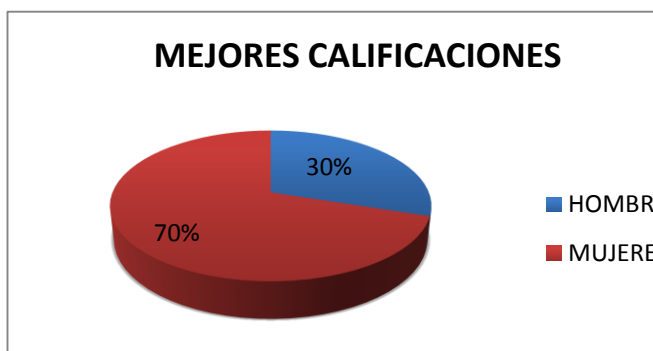
La media estatal se sitúa en el 70% de mujeres y 30% de hombres. Así las cosas, la UPV-EHU se sitúa un poco por debajo de la media estatal. Pero, en cualquier caso estas cifras indican que nos encontramos ante un fenómeno generalizado. A nivel internacional, no parece que está mayor presencia de mujeres en las facultades de Periodismo se produzca de manera tan destacada, ya que en Holanda un 65% de las estudiantes de Periodismos son mujeres, en Reino Unido desciende al 52% y en Estados Unidos al 49% (Van Zoonen, 1998, p. 38).

3.2. La feminización de los mejores resultados académicos en Periodismo en la UPV-EHU

Aprovechando la cuantificación del porcentaje de licenciadas y licenciados se han extraído también las mejores calificaciones de las promociones incluidas en el estudio. La variable más objetiva con la que contamos para medir el talento de los aspirantes a adentrarse en el mercado laboral periodístico es la optimización que han realizado de su etapa académica. Dato que se extrae de los expedientes académicos del alumnado. Por ello, se han contabilizado las quince mejores calificaciones de los expedientes académicos de cada uno de los años incluidos en el estudio (1999-2013) a fin de saber cuántas corresponden a mujeres y a cuántas a

hombres. Por medio del siguiente gráfico se pueden diferenciar los porcentajes relativos a cada uno de los sexos:

Gráfico 2. Mejores calificaciones en función de según sexo



Fuente: Elaboración Propia

Del total de los doscientos diez alumnos que componen este ranking un 70% son mujeres y un 30% son hombres. Con estos porcentajes en la mano parece que las mujeres obtienen un mayor aprovechamiento y resultados de su paso por la universidad. Analizando los datos más detenidamente, sin embargo, encontramos que en lo referente a la primera posición la diferencia entre mujeres y hombres se reduce, con ocho de los primeros puestos correspondientes a mujeres y seis a hombres. Por el contrario, si nos ceñimos a los puestos primero, segundo y tercero descubrimos que el número de mujeres es muy superior – concretamente veintiocho – al de hombres – catorce. Asimismo, no podemos pasar por alto que en el primer curso académico incluido en el estudio, 1999-2000, las quince mejores notas correspondieron en su totalidad a mujeres. Fenómeno que no se ha producido en el caso de los hombres, en el que el porcentaje de mejores calificaciones masculinas nunca ha superado al de las mujeres.

Los datos aquí expuestos avalan la teoría de Flecha (2008, p. 87):

“Se ha logrado, en verdad, que las niñas y las jóvenes de las últimas generaciones estén creciendo acompañadas de mejores oportunidades de instrucción académica, y están sabiendo aprovecharlas muy bien. Lo demuestran con su presencia mayoritaria en una gama muy diversificada de estudios y carreras universitarias, con sus calificaciones por encima de la media en los diferentes niveles de enseñanza, con su actitud más positiva e implicada en el conocimiento a que se

acercan, con la motivación para seguir estudiando, con el sentido que le dan de cara a su futuro”.

Esta autora asegura que la educación ha sido un camino de libertad para las mujeres y que derivado de la capacidad demostrada por las mujeres durante el último cuarto de siglo se ha "desencadenado un estado de opinión en el que resulta muy difícil no aceptar la relevancia que ha adquirido la educación de las mujeres".

Teniendo en cuenta estos resultados y las bases sobre las que se asienta en la actualidad el funcionamiento del mercado de trabajo, al que se le presupone una asignación perfecta en base al mérito, cabría esperar una proporción equilibrada entre el número de licenciadas en Periodismo y su representación en los medios y un equilibrio en base al mérito entre las mejores calificaciones y las personas que ocupan puestos de decisión. En caso de no ser así, significaría que el perfecto y justo funcionamiento de las teorías del capital humano, sobre las que reposa el funcionamiento de nuestras sociedades, no es tal y que, por lo tanto, deberemos buscar nuevas fórmulas que sí conduzcan a una real asignación en base al mérito, dado que “estas cifras no significan que un mayor número de mujeres acaben en las redacciones. Más bien lo contrario, parece poner en evidencia las barreras existentes entre licenciarse en Periodismo y convertirse en periodista” (Van Zoonen, 1998, p. 38).

3.3. La masculinización de las redacciones: el caso medios del País Vasco

Para conocer la conformación según el sexo de las redacciones del País Vasco se ha procedido al estudio de los distintos estamentos – redacción, mandos intermedios y órganos directivos- de los siguientes medios de comunicación. Para la obtención de esta información se contactó personalmente con los departamentos de Recursos Humanos de los medios incluidos en el estudio. La recolección de los datos se realizó en 2012:

El Correo Bizkaia, El Correo Álava, Deia, Diario Vasco, Gara, Berria, EL País edición País Vasco, El Mundo edición País Vasco, Punto Radio delegación País Vasco, Cadena SER Ibaio, COPE delegación País Vasco, Onda Cero delegación País Vasco, Telecinco delegación País Vasco, Antena 3 delegación País Vasco, EITB⁷ y RTVE delegación País Vasco.

⁷ Los resultados finales no incluyen los datos relativos a EITB, ya que la corporación pública vasca no colaboró con el estudio.

A continuación se muestran los resultados de cada uno de los medios incluidos en el estudio:

Tabla 4: Configuración profesional según el sexo de la prensa vasca

EL CORREO BIZKAIA	Hombres	Mujeres
Director/a General	1	0
Directores/as Sección	13	1
Mandos intermedios	24	7
Redactores/as	75	50
EL CORREO ÁLAVA	Hombres	Mujeres
Gerente	1	0
Director/a	1	0
Subdirector/a	1	0
Redactor/a jefe/a	1	0
Redactores/as	26	6
DEIA	Hombres	Mujeres
Director/a	1	0
Subdirector/a	3	0
Jefe/a de sección	2	4
Redactores/as	33	25
DIARIO VASCO	Hombres	Mujeres
Director/a	1	0
Subdirector/a	2	0
Jefe/a de sección	1	1
Responsables de área	6	1
Redactores/as	46	18
BERRIA	Hombres	Mujeres
Director/a	1	0
Subdirector/a	1	0
Jefe/a sección	6	3
Jefe/a área	9	9
Redactores/as	16	18
EL MUNDO -PAÍS VASCO-	Hombres	Mujeres
Director/a	1	0
Director/a Adjunto/a	0	1
Redactor/a Jefe/a	1	0
Redactores/as	9	3
EL PAÍS -PAÍS VASCO-	Hombres	Mujeres
Director/a	1	0
Editor/a jefe/a	1	0
Redactores/as	9	3

Fuente: Elaboración Propia

En el caso de la prensa observamos como los órganos directivos están ocupados en una altísima proporción por varones, concretamente un 93,4%. La ínfima porción del 6,6%

correspondiente a mujeres se debe a que se en el equipo directivo se ha incluido a los cargos de dirección adjunta, puesto que ostenta una mujer en el diario *El Mundo País Vasco*, es decir, si únicamente se hubiesen tenido en cuenta los directivos obtendríamos el resultado de que no existe ningún medio impreso en el País Vasco cuya dirección recaiga en manos femeninas.

En lo referente a los mandos intermedios la presencia de mujeres es mayor, aunque siguen siendo menos de un tercio en comparación con sus compañeros masculinos. Así las cosas, un 29,6% de las personas que ocupan cargos intermedios en las redacciones de la prensa vasca son mujeres. El 70,4% restante recae en hombres.

Realizando un análisis más pormenorizado de la situación real nos encontramos con que el único medio en el que la presencia de mujeres en los mandos intermedios supera a la de los hombres es *Deia*, que cuenta con dos jefes de sección frente a las cuatro jefas de sección. En lo referente a los mandos intermedios la presencia de mujeres es mayor, aunque siguen siendo menos de un tercio en comparación con sus compañeros masculinos. Así las cosas, un 29,6% de las personas que ocupan cargos intermedios en las redacciones de la prensa vasca son mujeres. El 70,4% restante recae en hombres.

Realizando un análisis más pormenorizado de la situación real nos encontramos con que el único medio en el que la presencia de mujeres en los mandos intermedios supera a la de los hombres es *Deia*, que cuenta con dos jefes de sección frente a las cuatro jefas de sección. En el resto de medios se producen dos situaciones: la presencia de mujeres en mandos intermedios es inexistente, el caso de *El Correo Álava*, *El Mundo País Vasco* y *El País edición País Vasco*, o la presencia femenina en puestos intermedios es mayor a menor es el cargo.

La presencia de mujeres en mandos intermedios es inexistente, el caso de *El Correo Álava*, *El Mundo País Vasco* y *El País edición País Vasco*, o la presencia femenina en puestos intermedios aumenta respecto a los cargos directivos, pero en ningún caso supera al número de mandos intermedios ocupados por varones.

En referencia a los puestos de redacción debemos destacar que la proporción de mujeres redactoras apenas alcanza el 36,5% , más aún cuando se ha constatado que el 67% de las licenciadas en Periodismo en el País Vasco son mujeres.

Únicamente uno de los medios impresos, *Berria*, cuenta con un mayor número de redactoras -18- que de redactores -16-. Tras este medio, el menor desequilibrio lo encontramos en *El Correo Bizkaia*, con 75 redactores y 50 redactoras, y en *Deia*, con 33

redactores y 25 redactoras. Después se situaría Diario Vasco, donde el número de redactores es más del doble que el de redactoras, concretamente 46 frente a 18.

Las dos delegaciones de prensa incluidas en este estudio serían las siguientes, *El Mundo* y *El País*, presenta los mismos resultados, con el triple de redactores que de redactoras. Por último, el mayor desequilibrio se produce en *El Correo Álava*, medio en el que más del cuádruple de los redactores son hombres.

Tabla 5: Configuración profesional según el sexo de las radios vascas

PUNTO RADIO – PAÍS VASCO-	Hombres	Mujeres
Gerente	0	1
Jeje/a Sección	1	1
Redactores/as	0	2
COPE – PAÍS VASCO-	Hombres	Mujeres
Director/a	1	0
Redactores/as	5	2
CADENA SER –PAÍS VASCO-	Hombres	Mujeres
Director/a General	0	1
Director/a Contenidos	0	1
Director/a Regionales	2	3
Jefes/as Sección Regionales	2	3
Redactores/as	31	18
ONDA CERO –PAÍS VASCO-	Hombres	Mujeres
Redactor/a Jefe/a	1	0
Redactores/as	2	3

Fuente: Elaboración Propia

En el caso de los puestos directivos de las radios incluidas en el estudio nos encontramos con un porcentaje mayor de mujeres – 60%- que de hombres – 40%-. Este dato dista mucho del 6,6% de mujeres directivas en la prensa vasca. Sin embargo, al igual que ocurre en el caso de *El Mundo* y *El País* los puestos directivos en las delegaciones de *Punto Radio*, *Cadena SER*, *Cadena COPE* y *Onda Cero* deben ser considerados como mandos intermedios. En el caso de los directores estatales de estas emisoras nos encontramos que el cien por cien son hombres, Héctor Casado en *Punto Radio*, Augusto Delkáder en la *Cadena SER*, Alfonso Coronel en la *Cadena COPE* y Javier González Ferrari en *Onda Cero*.

En lo referente a mandos intermedios las cifras arrojan resultados muy similares a los obtenidos en los mandos directivos de la radio, con un 58% de mujeres directivas frente al 42% de hombres directivos. Parece que el acceso a los puestos intermedios es un área en el que las mujeres y los hombres han alcanzado la igualdad.

La interpretación de los porcentajes extraídos de las delegaciones de las emisoras *COPE, SER, Onda Cero* y *Punto Radio* en el País Vasco resulta altamente compleja, porque si en los órganos “directivos” e intermedios nos hemos encontrado con una asimetría entre el número de mujeres periodistas y su reflejo en los órganos de decisión, en lo referente a las y los redactores las cifras se dan la vuelta. En las radios vascas un 39,6% de las trabajadoras son mujeres y el 60,4% restante son hombres. La percepción principal que se deriva de estos datos es que un mayor número de mujeres en los puestos de decisión no propicia unas condiciones más igualitarias en los procesos de selección y contratación del personal.

Tabla VI: Configuración profesional según el sexo de las televisiones vascas

TVE- PAÍS VASCO-	Hombres	Mujeres
Director/a	0	1
Redactores/as	8	5
MEDIASET – PAÍS VASCO-	Hombres	Mujeres
Redactores/as	1	0
Coordinador/a Redacción	1	0
Redactores/as	6	8
A3 MEDIA – PAÍS VASCO-	Hombres	Mujeres
Director/a	0	1
Redactores/as	4	6

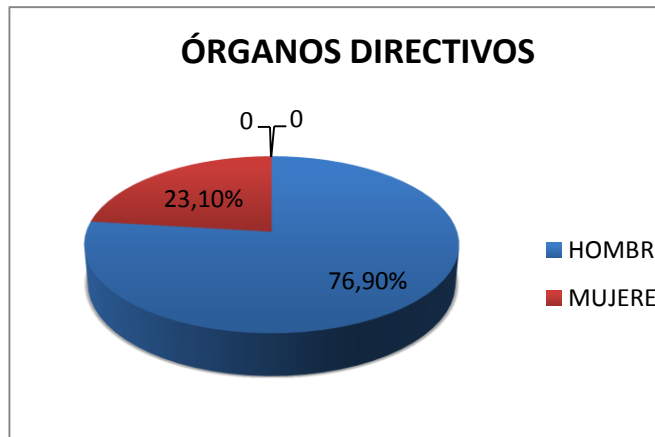
Fuente: Elaboración Propia

En las delegaciones regionales de *Antena 3, Tele 5* y *RTVE* no existen órganos intermedios. Al igual que ha sucedido en radio, se debe efectivamente a que los puestos que hemos catalogado como “directivos” en el caso de las delegaciones se refieren realmente a mandos intermedios. Nos encontramos en el caso de las televisiones con un equilibrio perfecto, en el que la mitad de los puestos “directivos” los ostentan mujeres y la otra mitad hombres. A nivel estatal, esta realidad deja de ser tan idealista con Alejandro Echevarría a la cabeza de *Telecinco*, José Manuel Lara al frente de *Antena 3* y Albert Oliart como presidente de la *Corporación RTVE*.

Referente al número de redactoras y redactores en las delegaciones de las televisiones incluidas en el estudio presentan igualmente un evidente equilibrio, con un 51% de redactoras y un 49% de redactores. Hasta el momento, la televisión, el medio más joven de los analizados, es el medio de comunicación que menores desequilibrios presenta tanto en sus mandos intermedios o “directivos”, así como en las redacciones.

Una vez conocidos los datos segregados por sexo y tipo medio de comunicación – prensa, radio y televisión-, que nos han ayudado a conocer de dónde se extrae el perfil general de la situación de mujeres y hombres periodistas en el País Vasco, vamos a proceder a realizar un diagnóstico general:

Gráfico 3. Distribución según sexo órganos directivos de los medios vascos

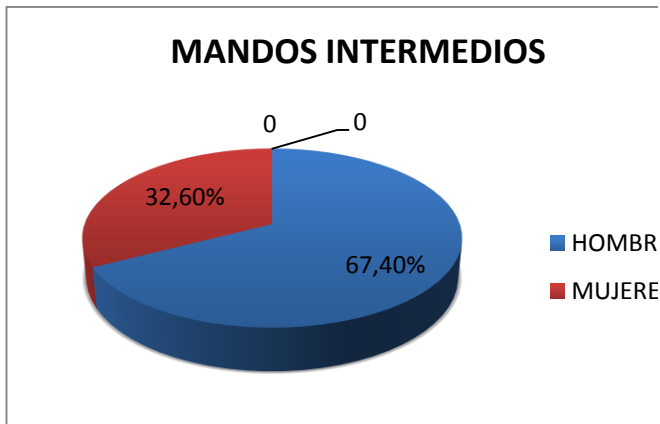


Fuente: Elaboración Propia

Desde un punto de vista general, nos encontramos que actualmente el 76,9% de los órganos directivos de los medios de comunicación del País vasco son hombres- prensa, radio y televisión-. El porcentaje de mujeres directivas se vería ampliamente reducido si a este porcentaje incluyésemos los datos de *EITB* y excluyésemos aquellos cargos que hemos denominado “directivos” en radio y televisión, pero que en realidad se refieren a cargos intermedios dentro de la organización empresarial a la que pertenecen ya que se trata de empresas nacionales cuyas auténticas cúpulas directivas se encuentran en Madrid y no en las delegaciones autonómicas. Por tanto, concluimos que en los medios de comunicación del País Vasco la escasa representación femenina es una realidad que impide el acceso de las mujeres a la cúspide de las empresas de comunicación.

Este porcentaje encaja con los datos ofrecidos por la *International Women´s Foundation* relativos a Europa occidental (Alemania, Reino Unido, Francia y España) donde en ninguno de los países las mujeres alcanzan el 30% en los puestos directivos y en el caso español no superan el 20%.

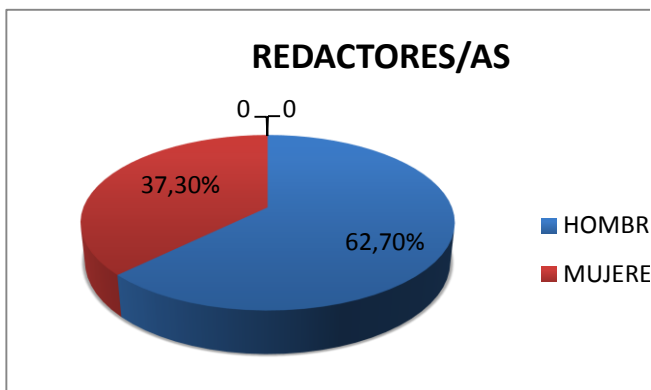
Gráfico 4. Distribución según sexo mandos intermedios medios vascos



Fuente: Elaboración Propia

En lo que respecta a los mandos intermedios las cifras nos dibujan un panorama más equilibrado, de los ciento un puestos intermedios incluidos en el estudio treinta y tres – 32,6%- los ocupan mujeres y sesenta y ocho – 67,4%- hombres. Sin embargo, el porcentaje de las mujeres se elevaría si añadiésemos los datos de los puestos directivos de radio y televisión al cómputo total de los mandos intermedios. Estos datos tienen una interpretación positiva, desde el punto de vista de la igualdad, ya que demuestran que las mujeres van abriéndose camino en el acceso a puestos de responsabilidad, pese a que aún, y tal y como hemos comprobado en la gráfica anterior, aún queda un largo camino que recorrer.

Gráfico 5. Distribución según sexo redactores/as medios vascos



Fuente: Elaboración Propia

Por último, en lo referente al número de redactoras y redactores los datos resultan menos alentadores, dado que tan sólo el 37,3% de las redactoras son mujeres. Por lo tanto, el techo de cristal no es un obstáculo exclusivo que las periodistas deben afrontar para llegar a la cúspide de la pirámide, sino que es un fenómeno que se extiende al acceso que las mujeres tienen al mercado laboral de los medios de comunicación. Este porcentaje es algo más escaso que el español, donde las mujeres ocupan el 40,7% de los puestos de redacción según la *International Women's Foundation*. Por lo tanto no nos encontramos ante una profesión “feminizada”, tal y como se planteaba al analizar el número de licenciadas y licenciados en Periodismo. El Periodismo es a día de hoy una profesión masculinizada, en la que casi siete de cada diez periodistas son hombres, casi siete de cada diez periodistas con mandos intermedios son hombres y en el porcentaje de mujeres directivas es ínfimo, apenas un 6,6% del total incluyendo los órganos de subdirección, y en el que a la cabeza de ninguna empresa de comunicación se sitúa una mujer, ni siquiera en *RTVE* o *EITB*.

La escasa presencia de las mujeres en los medios de comunicación no constituye un fenómeno exclusivo de la Comunidad Autónoma del País Vasco, dado que tal y como publicaba Van Zoonen (1998: 38) en Noruega apenas el 26% de las periodistas en los medios de comunicación eran mujeres, el 24% en el caso de Dinamarca, el 23% en Reino Unido y el 34% en Estados Unidos. Por medio de este estudio cuantitativo de la situación profesional de las periodistas vascas hemos podido comprobar que la licenciatura de Periodismo es cursada mayoritariamente por mujeres. Sin embargo, este volumen de mujeres periodistas no se ve representado en la composición de las redacciones vascas en sus distintos niveles.

4. Conclusiones

Pese a que se ha extendido la tendencia de conceptualizar a la profesión periodística como una profesión feminizada o como prefieren calificarlo Costa y Tuñez “eminente femenina”, los datos obtenidos en esta investigación ofrecen una realidad muy distinta. Las cifras nos muestran que alrededor del 33% de las periodistas en el País Vasco son mujeres y que este porcentaje se mantiene en los tres niveles de las organizaciones periodísticas – dirección, mandos intermedios y redacción- y, por tanto, ciñéndonos a los datos sería más acertado referirnos al Periodismo como una profesión masculinizada.

En este estudio los datos obtenidos se refieren exclusivamente a medios del País Vasco, aunque el Periodismo como profesión masculinizada también es una realidad en Cataluña, donde las periodistas suponen el 35%; Galicia y Aragón, donde los hombres alcanzan el 64% de los cargos de periodista; y el conjunto del Estado, con una cifra general del 66% de hombres periodistas.

Muy probablemente el error en la conceptualización del Periodismo como profesión feminizada responda a la confusión que se deriva de dos realidades: la académica, donde las mujeres son mayoría y obtienen un mayor aprovechamiento de su currículum académico, y la profesional, área en la que la balanza se invierte hacia el lado masculino.

La infrarepresentación femenina que afecta a la profesión periodística en el País Vasco se extiende, además, a todos los estamentos –mandos directivos, intermedios y de redacción-, ya que los datos generales nos muestran que el porcentaje de mujeres ronda el 30% en todos los estamentos⁸ de los medios de comunicación, lo que indica que las mujeres periodistas encuentran el principal escollo a su desarrollo profesional en el acceso a los medios de comunicación.

Ahora bien, si desgranamos estas cifras según la tipología del medio encontramos que la prensa vasca se presenta masculinizada en todos sus niveles. El 93,4% de los puestos directivos en prensa están ocupados por varones. Si a este porcentaje le restásemos la figura de “adjunta/o a la dirección” nos encontraríamos con que el 100% de los directivos en prensa son hombres. En lo referente a los mandos intermedios la presencia de mujeres es mayor -29,6%- que en los órganos directivos, aunque siguen siendo menos de un tercio en comparación con sus compañeros masculinos. A nivel de redacción nos encontramos que el porcentaje de mujeres alcanza el 36,5%. Estos porcentajes sostienen que la prensa es el tipo de medio de comunicación que mayor desequilibrio en base al género presenta.

La prensa está catalogada como de calidad y referencia y las mujeres han sido históricamente relegadas a la producción de “soft news”. Este tipo de contenido, a diferencia de lo que ocurre en otros países como Francia o Alemania, en España se emiten en radio y, sobre todo, en televisión.

Ello nos lleva a que los porcentajes entre mujeres y hombres sean más equilibrados en las radios y las televisiones vascas. Así, en el caso de la radio el porcentaje de mujeres -60%-

⁸ Si los datos de las direcciones de las delegaciones territoriales fuesen suplantados por la dirección central de los medios de comunicación el porcentaje de mujeres directivas apenas alcanzaría el 5%

en puestos directivos es superior al de hombres -40%-. En lo concerniente a los mandos intermedios, esta posición no existe en las delegaciones territoriales de las televisiones y en la radio se mantiene el porcentaje 60% para las mujeres y 40% para los hombres.

Respecto al número de personal en redacción, en televisión nos encontramos que el 51% de las redactoras son mujeres. El dato curioso llega de mano de las radios, donde en el caso de redacción el porcentaje de mujeres desciende respecto a los niveles directivos al 39,6%. En relación a las radios del País Vasco un mayor número de mujeres en los puestos de decisión no ha redundado en una mayor contratación de mujeres, es decir, la teoría de la cooptación de iguales no se cumple en este caso.

Sin embargo, la dirección general de la sede central tanto de las radios como de las televisiones de los medios de comunicación incluidos en este estudio recae íntegramente en hombres, con la falta de visión femenina que eso supone para los contenidos que divulgan.

BIBLIOGRAFÍA

- Abril, Natividad (1994): *Participación de las mujeres en los medios de comunicación de Euskadi y en la publicidad*. Vitoria: Emakunde- Instituto vasco de la Mujer.
- Altés, Elvira *et al.* (2000): *El sexo de la noticia*. Barcelona: Icaria.
- APM - Asociación de la Prensa de Aragón (2008): *Diagnóstico de la profesión periodística en Aragón*. Zaragoza: APA.
- Asociación de la Prensa de Madrid (2010): *Informe Anual de la Profesión Periodística 2010*, Farias, Pedro (director). Madrid: APM.
- Bezunartea, Ofa; Cantalapiedra, María José y Coca, Cesar (2000): “La situación profesional y laboral de los periodistas vascos”. En: *Revista ZER*, nº 9 (edición electrónica).
- Col·legi de periodistes de Catalunya (2006): *Llibre blanc de la professió periodística a Catalunya*. Barcelona: Col·lecció Lexikon.
- Costa, Carmen y Túñez, Miguel (2009): “La mujer en los gabinetes de la administración pública gallega”. En: Ricardo Pérez-Amat, Sonia Nuñez y Antonio García (coords.) *Identidad, género y comunicación corporativa*, Madrid: Fragua, vol. II, pp. 777-787.

- Defensoría para la Igualdad de Hombres y Mujeres (2008): *Las mujeres y los puestos directivos: Espejismo de la Igualdad*, Vitoria: Defensoría para la Igualdad de Hombres y Mujeres.
- Federación de Asociaciones de Periodistas de España (2013). *Igualdad en el periodismo*. Madrid: Estudio de Comunicación.
- Flecha, Consuelo (2008): “La educación, a favor de las mujeres”, en *25 años Instituto de la Mujer (1938-2008): una historia abierta*. Madrid: Instituto de la Mujer, pp. 84-92.
- Juana Gallego (2008): “Sobre reinas, bellas sirenas y damas de hierro”. En: la *Revista Emakunde*, nº 71, pp. 10-14.
- Garrido, Carlota (2008): “La dura realidad profesional de las mujeres periodistas”. En: Isabel Menéndez (ed.): *Agencias de género: Comunicadoras en el mundo*. Madrid: AMECO, pp. 121-134.
- Harp, Dustin (2011): “News, Feminist Theories and the Gender Divide”. En: Paula Poindexter, Sharon Meraz y Amy Schmitz Weiss (eds.): *Women, men and news. Divided and disconnected in the news media landscape*. Oxon (Reino Unido): Routledge, pp. 267-280.
- Hartley, John (1998): “Juvenation: news, girls and power”. En: Cynthia Carter, Gill Branston y Allan Stuart (eds.): *News, gender and power*. Nueva Yourk: Routledge, pp. 47-71.
- Hernández Alarcón, Rosalinda (2007):” Derecho a la comunicación y periodismo feminista”. En: Silvia Chocarro (ed.): *Nosotras en el país de las comunicaciones*. Barcelona: Icaria Antrazyt, pp. 35-45.
- Holland, Patricia (1998): “The politics of smile: ‘Soft news’, and the sexualisation of the popular press”. En: Cynthia Carter, Gill Branston y Allan Stuart (eds.): *News, gender and power*. Nueva Yourk: Routledge, 17-33.
- Kitzinger, Jenny (1998): “The gender-politics of news production: Silenced voices and false memories”. En: Cynthia Carter, Gill Branston y Allan Stuart (eds.): *News, gender and power*. Nueva York: Routledge, pp. 186-204.
- León, Irene (2007): “Género en la revolución comunicacional”. En: Silvia Chocarro (ed.): *Nosotras en el país de las comunicaciones*. Barcelona: Icaria Antrazyt, pp. 13-21.
- Loscertales, Felicidad (2009): “Las mujeres y los medios: imagen social e ideas estereotipadas. Una lectura en los últimos veinte años”. En: Trinidad Nuñez y Felicidad Loscertales (eds.): *Las mujeres y los medios de comunicación: Una mirada de veinte años (1989-2009)*. Sevilla: Instituto Andaluz de la Mujer, pp. 13-38.

- Macdonald, Myra (1998): "Politicizing the personal: Women's voices in British television documentaries". Cynthia Carter, Gill Branston y Allan Stuart (eds.): *News, gender and power*. Nueva York: Routledge, pp. 105-121.
- Montero, Justa (2006): "Momentos singulares en la evolución del feminismo en el Estado Español". En: Laboratorio Feminista (ed.): *Transformaciones del trabajo desde una perspectiva feminista: Producción, Reproducción, Deseo y Consumo*. Madrid: Tierradenadie, pp. 179-201.
- Ortiz Sobrino, Miguel Ángel (2012): "Principales señas de identidad de los estudiantes de comunicación en el EES de la Comunidad de Madrid en 2012. Expectativas, perfil y opciones mediáticas". En: *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, nº 18, pp. 661-670.
- Poindexter, Paula (2011): "Women in the News; Women in the Newsroom". En: Paula Poindexter, Sharon Meraz y Amy Schmitz Weiss (eds.): *Women, men and news. Divided and disconnected in the news media landscape*". Oxon (Reino Unido): Routledge, pp. 65-85.
- Rodríguez, María Pilar (2008): "Presencias y ausencias de las mujeres en los medios de comunicación". En: *Revista Emakunde*, nº. 71, pp. 6-10.
- Soriano, Jaume; Cantón, María José y Díez, Mercé (2005): "La pseudofeminización de la profesión periodística en España". En: *Revista ZER*, nº 19, pp. 35-52.
- Steiner, Linda (1998): "Newsroom accounts of power at work". En: Cynthia Carter, Gill Branston y Allan Stuart (eds.): *News, gender and power*. Nueva York: Routledge, pp. 141-160.
- Steiner, Linda (2011): "Critiquing Journalism: Feminist Perspectives Relevant to Contemporary Challenges". En: Paula Poindexter, Sharon Meraz y Amy Schmitz Weiss (eds.): *Women, men and news. Divided and disconnected in the news media landscape*". Oxon (Reino Unido): Routledge, pp. 280-288.
- Van Zoonen, Liesbet (1998): "One of the girls? The changing gender of journalims". En: Cynthia Carter, Gill Branston y Allan Stuart (eds.): *News, gender and power*. Nueva York: Routledge, pp. 33-47.
- Van Zoonen, Liesbet y Duits, Leren (2011): "Coming to terms with sexualization". En: *European Journal of Cultural Studies*, vol.14, nº 5, pp. 491-506