

## **El trabajo de la asociación de periodistas por la igualdad para la eliminación de la desigualdad de género en las noticias y programas de los medios de comunicación, así como en sus plantillas**

## **The work of the association of journalists for equality in eliminating gender inequality in news and media programmes, as well as in its staff**

Elena Bandrés Goldáraz  
[bandres@unizar.es]  
Universidad de Zaragoza

Carmen Serrano González  
[carmenserran@gmail.com]  
Directora de Comunicacionesmil

*Recibido: 04-09-2020*

*Aceptado: 06-02-2021*

### **Resumen**

El 12 de junio de 2018 se presentó en Madrid la Asociación de Periodistas por la Igualdad, una organización feminista de hombres y mujeres, cuyos objetivos se centran en acabar con la brecha de género y salarial en el ejercicio de su profesión; dignificar el periodismo a través de buenas prácticas en la construcción de la imagen de la mujer y su presencia en los medios, además de denunciar la cosificación de la mujer y el erróneo tratamiento que algunos medios realizan sobre la violencia de género. Además de reconocer las buenas prácticas en periodismo ofrecen soluciones de cara a lograr un periodismo que ensalce y transmita a la ciudadanía, los valores igualitarios entre mujeres y hombres que debe caracterizar a cualquier sociedad desarrollada, desde la perspectiva de género.

**Palabras clave:** Asociación, Periodistas, Feminismo, Perspectiva, Género.

### **Abstract**

On 12 June 2018, the Association of Journalists for Equality was presented in Madrid, a feminist organization of men and women, whose objectives are focused on ending the gender and salary gap in the exercise of their profession; dignifying journalism through good practices in the construction of the image of women and their presence in the media, as well as denouncing the objectification of women and the erroneous treatment of gender violence by some media. As well as recognizing good practices in journalism, they offer solutions for achieving journalism which extols and transmits to citizens the egalitarian values between women and men which should characterize any developed society, from a gender perspective.

**Keywords:** Association, Journalists, Feminism, Perspective, Gender.

**Sumario:** 1. Introducción. 1.1. Estado de la cuestión. 1.2 Marco teórico. 2. Metodología. 3. Resultados. 4. Conclusiones y discusión. 5. Bibliografía.

## **1. Introducción**

La Asociación de Periodistas por la Igualdad surgió en Zaragoza tras las reflexiones de un grupo de mujeres periodistas provocadas por la masiva convocatoria del 8M de 2018. Uno de los detonantes en el sector periodístico de esta manifestación puede encontrarse en el manifiesto “Las periodistas paramos”, redactado por un grupo de periodistas de diferentes medios que se unieron para “defender sus derechos y exigir una prensa en la que las mujeres tengan el peso que se merecen” y que fue firmado por más de 8.000 mujeres, entre las que se encuentran las redactoras de esta comunicación. Como participantes en la manifestación, que supuso un antes y un después en la lucha feminista de los últimos tiempos en España, se preguntaron hasta qué punto ellas no eran también víctimas de los numerosos problemas que afectan a las mujeres, en el siglo XXI.

Empezaron a desgranar los frentes a los que cada mañana debían (y deben) enfrentarse y decidieron que ellas también tenían que ser asunto y fuente de la noticia. De esta forma, recogieron los principales problemas que les afectaban en primer plano, como son: “la precariedad en el sector que afecta al 90% de las mujeres periodistas en plantilla), (De-Miguel; Hanitzsch; Parratt y Berganza, 2017, p. 505); los bajos salarios, tanto en las periodistas más jóvenes como en las veteranas que “reciben peores remuneraciones que sus compañeros”, (*ibid.*) o la poca representación femenina en los puestos de dirección. Según el informe anual de la profesión periodística de la Asociación de la Prensa de Madrid de 2017, el 38’5% de periodistas masculinos cobra por debajo de los 1.000€, frente al 61,8% de sus compañeras, que va de la mano con la desigual proporción en el reparto de los cuidados ya que 268.200 mujeres periodistas reducen su jornada laboral por cuidados familiares frente a 13.600 hombres.

Pero no sólo eran este tipo de problemas. También les afectaba comprobar cómo su opinión como mujeres estaba invisibilizada en sus medios ya que, si se hace un análisis de los programas informativos, “los hombres aparecen como profesionales y son entrevistados en función del desempeño de su labor (políticos, deportistas, empresarios), mientras que las mujeres en la mayoría de los casos aparecen como voces anónimas sin valorar sus cualidades profesionales o sociales. En datos cuantitativos, el porcentaje de mujeres entrevistadas era de 26,4% en 2015, frente al 73,6% de hombres, según Benárdez (2015, p. 169) en Rodríguez, Pando-Canteli y Berasategi (2016, p. 20), cuando las mujeres en España, en ese año eran el 50,90% de la población. Estos datos coinciden con los ofrecidos por el Proyecto de Monitoreo Global de Medios (GMMP, 2015, p. 3), en los que la representación de las mujeres en los medios de comunicación españoles se sitúa en un 24% frente al 76% de hombres, los mismos datos en el monitoreo de 2010, cifra que sube al 51% cuando se contabiliza a las mujeres en relación con la violencia. Otro estudio similar llevado a cabo por el Instituto Vasco de la Mujer-Emakunde cifra esta representación de la mujer en un 11,9% en 2015, dato que subió al 32,1% en 2018. La diferencia estriba según Emakunde (2015, p. 27) en que el GMMP contabiliza las personas mencionadas en las informaciones, mientras que su estudio se centra “en las personas que tienen el protagonismo de la información, o que son el sujeto activo de la misma” por lo que el análisis no sería estrictamente comparable.

Los datos son mejores respecto a la media europea en cuanto a la representación en el área de Política y Gobierno “con un 31% y 13,5 puntos por encima de la media europea (17,5%), pero peores en las noticias relacionadas con Economía con un 20% de media y 4 puntos por debajo de la media europea (24%)” (*Ibid.*) Estos porcentajes suben al 43% en la representación de las mujeres como fuentes de la información,

en donde su mayor presencia aparece como fuente de opinión popular (43%), fuente de experiencia personal (37%) y sujetos de las noticias (35%). El porcentaje más bajo lo tienen como expertas (9%). Por tanto, cuando son los propios medios o productoras los que deben escoger a una persona experta en las noticias, no cuentan con las mujeres por lo que se produce una invisibilización de la figura femenina como fuentes expertas y comentaristas. Entre las contradicciones que se encontraron en estos datos, se descubrió que la mayoría de las mujeres periodistas en las redacciones no buscaba a expertas para entrevistar para sus informaciones porque no conocían personas de referencia y, por lo tanto, no estaban en sus agendas. Con este propósito de pasar a la acción para intentar terminar con esta situación de desigualdad en todos estos ámbitos crearon la Asociación de Periodistas por la Igualdad tres meses después, con el compromiso de utilizar la perspectiva de género en todos los campos. Como apunta Marcela Lagarde, (1996, p. 13) esta perspectiva “tiene como uno de sus fines la construcción subjetiva y social de una nueva configuración a partir de la resignificación de la historia, la sociedad, la cultura y la política desde las mujeres y con las mujeres”.

### 1.1. Estado de la cuestión

El Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación de la UNESCO contempla cinco grandes categorías de indicadores que pueden utilizarse para analizar el desarrollo mediático de un país y evaluar el estado de los medios de comunicación social. Este organismo considera razonable (2008, p. 35) “exigir que los medios, para cumplir con su potencial democrático, reflejen la diversidad de la sociedad. La diversidad social tiene múltiples facetas: género, edad, raza, etnicidad, casta, idioma, credo religioso, capacidad física, orientación sexual, nivel de ingresos y clase social, y así sucesivamente”, una diversidad que puede estar protegida por las leyes, pero “la igualdad formal entre hombres y mujeres ante la ley puede ocultar desigualdades en la práctica”, tal y como lo señaló en 2006, la *Guide to Measuring the Impact of Right to Information Programmes* del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, (PNUD 2006, pp. 11-12). La Ley Orgánica 3/2007 para la igualdad efectiva de mujeres y hombres ha sido un hito en el ordenamiento jurídico español pero, a día de hoy, no se cumple en su totalidad. Estas desigualdades salariales, en la representación o promoción profesional, también se suceden en la representación que los medios hacen de las mujeres en todos sus ámbitos. Ya lo estableció la filósofa feminista, Simone de Beauvoir cuando dijo que la mujer se hace a través de los “constructos culturales generados en una sociedad patriarcal en la que el hombre ha ido dictando las normas que afectan también a las mujeres para evitar perder los privilegios que confiere el poder de decisión en todos los ámbitos, públicos y privados”, (en Bandrés, 2019, p. 76). Una situación que apenas ha cambiado 71 años después de haber escrito *El segundo sexo*, obra cumbre del feminismo, pero que sigue en el punto de mira de las reivindicaciones de los colectivos feministas.

Este poder de decisión de mayoría masculina se ha ido manteniendo también en los medios de comunicación tanto internamente como de cara al exterior. En 1994, la Comisión Constitucional del Congreso de los Diputados solicitó la comparecencia en la institución de catorce “prohombres del Periodismo”, tal y como lo recoge De Aguinaga (2002, p. 161), “de la Empresa, de la Enseñanza y del Derecho para formularles la pregunta que, desde hace muchos años, viene repitiéndose, con escaso resultado, en foros y congresos especializados: ¿Quién es periodista?” Ninguna mujer pudo contestar a esta pregunta en sede parlamentaria porque así lo decidieron en dicha Comisión y eso que se les supone a las

mujeres periodistas una mayor capacitación, según la encuesta de 2019 de la Asociación de la Prensa de Madrid realizada a periodistas. La mitad del colectivo encuestado (52%) cree que a las mujeres se les exige una mayor capacitación, algo que piensan el 74% de las mujeres y el 34% de los hombres, un dato, que como veremos más adelante, tiene una doble interpretación.

Si tantas personas creen que se les exige en las empresas periodísticas una mayor capacitación a las mujeres es porque así está ocurriendo, aunque luego esa capacitación no sirva para ocupar, de manera paritaria con los varones, los puestos de responsabilidad. Como recoge el Manifiesto “Las Periodistas Paramos” (2018), el machismo que sufren las mujeres periodistas es igual al del resto de sectores “pero con las particularidades asociadas a nuestra profesión”. Y destacan siete reivindicaciones, como son: La eliminación de la brecha salarial; del techo de cristal; de la precariedad y del acoso sexual y laboral; aumento de la corresponsabilidad y cuidados; paridad en los espacios de opinión y las tertulias y supresión de la “mirada parcial” masculina que sesga la pluralidad informativa al no tener en cuenta los puntos de vista de las mujeres. Reivindicaciones que no salen en ningún “Libro Negro sobre el Periodismo”, a pesar de ser este “una denuncia”. Un alegato con vocación constructiva, regeneradora, propositiva”, como señala (Díaz-Nosty, 2011, p. 13) aunque no incluyera estas desigualdades en el suyo. Desigualdades que solo se pueden detectar si se incluye una perspectiva de género.

Como recoge Lagarde, (1996, p. 38) la perspectiva de género exige “una voluntad alternativa y la metodología para construirla a través de acciones concretas”. En estas acciones se centra la Asociación de Periodistas por la Igualdad. Quieren abrir otra vía para lograr sus objetivos como es despertar el compromiso personal de cada periodista, hombre o mujer, en cada medio de comunicación, al ver que las leyes no logran cambiar de mentalidad, de manera general, el espíritu masculino dominante.

En este estudio de caso que surgió como una observación al trabajo realizado también se ha tenido en cuenta lo que Gallego; Altés; Melús; Soriano y Cantón afirmaron en 2002 respecto a que la responsabilidad de cada periodista forma parte de “los mecanismos de transmisión de estereotipos de género”, (p. 238).

## ***1.2 Marco teórico***

La palabra precariedad ha sido una constante en la evolución de las condiciones de los y las profesionales dedicadas al periodismo. Dando un repaso a la historia que ha ido conformando la profesión periodística resulta llamativo comprobar cómo estos y estas profesionales siguen sufriendo, en los momentos actuales, prácticamente los mismos problemas de inestabilidad laboral y de bajos salarios que en los inicios de la profesión, propiamente dicha, a principios del siglo XX. En un intento de buscar conjuntamente soluciones a estos problemas, desde finales del siglo XVIII fueron surgiendo asociaciones profesionales para aglutinar a las personas que trabajaban en los medios, fundamentalmente periodistas, aunque no distinguían cargos ni funciones desempeñadas en los periódicos.

En España, se crea en Madrid en 1895, la primera Asociación de la Prensa “con fines que no iban más allá de la beneficencia” (Pizarroso, 2010). Esta asociación sirvió de modelo para otras ciudades y en 1915, se

celebra en Barcelona el Primer Congreso Nacional de la Prensa no diaria en cuyas conclusiones se pide que no pueda ejercer como periodista quien no tenga el título acreditativo (López de Zuazo, 1991, p. 87). Las malas condiciones económicas y laborales con las que tenían que lidiar los periodistas hacen que se convoque en diciembre de 1919 la primera huelga en las redacciones, instigada por Ezequiel Endériz, uno de los profesionales que creyó necesaria la creación de un sindicato de periodistas ante las pésimas condiciones laborales en las que él y sus compañeros desarrollaban su trabajo (Prieto, 2013, p. 64).

Si bien el periodismo empezó siendo trabajo de hombres, con diferentes excepciones, como Francisca de Aculodi en el siglo XVII (Marrades, 1978), en 1903 Carmen de Burgos se convirtió en la primera mujer periodista contratada en un medio de comunicación en España (Establier, 1997, p. 8). Tras colaborar con diferentes medios y semanarios empezó a publicar en el Diario Universal su columna titulada “Lecturas para la Mujer” que firmaba con el pseudónimo Colombine. Aunque ofrecía todo tipo de información sobre modas y tendencias, también escribía sobre la legalización del divorcio, el sufragio universal y los derechos que no tenían las mujeres obreras, artículos que pueden leerse en la recopilación de Concepción Núñez (2018).

Carmen de Burgos que además era maestra, convirtió en profesión un trabajo desempeñado por hombres y que inauguró en España a finales del siglo XVIII, el aragonés, Mariano Nipho. También fue la primera mujer corresponsal de guerra en un medio español en una época en la que, de acuerdo con Pizarroso (2010, p. 5) “la profesión de periodista estaba todavía más en el siglo XIX que en el XX”. Pero, antes que ella, la gran escritora, periodista y catedrática, entre otras dedicaciones, Emilia Pardo Bazán también fue pionera, en este caso, en enviar crónicas periodísticas desde el extranjero, en donde pudo comprobar en diferentes países, el elevado número de mujeres que se dedicaban al periodismo. En un artículo fechado posiblemente en 1897 (Dorado, 2006, p. 71) en el que habla de las periodistas de Estados Unidos, Francia o Reino Unido, ensalza la capacidad de las mujeres para dedicarse al periodismo. Pero además de contar lo que veía, para despertar conciencias, también se mostraba “solidaria con sus compañeros de profesión” y se preocupaba “por la suerte de estos profesionales y de sus familias en caso de enfermedad o deceso”, tal y como afirma Pérez Romero (2016, p. 126) para lo que proponía que se instituyeran ayudas en caso de enfermedad y algún sistema de pensiones para viudas y huérfanos. “Esta preocupación por la condición de los periodistas y, en un sentido más amplio, por la de los escritores, se hace constante a lo largo de su carrera, tanto más cuanto que ella misma es periodista y escritora profesional” (*ibid.*).

La prensa fue el vehículo que muchas escritoras utilizaron para dar a conocer sus ideas sobre los problemas que sufrían por ser mujeres. Como recoge Cantizano (2004) la prensa feminista surge a mediados del siglo XIX, con periódicos en los que firman “conocidas escritoras y articulistas que escriben sobre igualdad, educación o trabajo desde una perspectiva crítica y agresiva, con la intención de despertar a sus hermanas del letargo y ayudarlas a tomar posiciones frente al poder del hombre”.

De esta manera se fueron gestando reivindicaciones feministas al empezar a nombrar y definir en espacios públicos los problemas de desigualdad que sufrían con el fin de darles solución. Tal y como recoge Melucci, en Espigado (2015, p. 98) “las mujeres recrearon representaciones que asignaban significados a sus experiencias comunes, reforzando un yo en relación con otras iguales con las que generar un sentimiento de pertenencia”. Jiménez Morell, en Espigado (2015, p. 102), afirma que “sus colaboraciones en la prensa

general, y especialmente, en la prensa femenina constituyeron plataformas de resonancia desconocidas hasta la fecha, de eficacia infinitamente mayor que el intercambio epistolar”.

Dando un salto en el tiempo, nos encontramos con que en 2020, las mujeres periodistas agrupadas en diferentes asociaciones feministas han vuelto a poner el dedo en la llaga de las desigualdades entre hombres y mujeres, en este caso en la profesión periodística, en una sociedad en la que por ley, como hemos referido antes, estas desigualdades no deberían existir. Los informes de la Asociación de la Prensa de Madrid (2018, p. 13) siguen recogiendo en el estudio sobre las 30 mayores empresas de comunicación de España que “el 75 % de los cargos estaban ocupados por varones, y el 25%, por mujeres. Y por lo que se refiere concretamente a responsables de las áreas informativas, el porcentaje era casi idéntico: 72% de hombres frente al 28% de mujeres”. En el informe se destaca que la desigualdad “no se extiende sin embargo a los salarios: la mayor parte de los encuestados asegura que hombres y mujeres cobran igual salario si desempeñan las mismas tareas y responsabilidades”, pero el estudio realizado por la Plataforma en Defensa de la Libertad de Información (PDLI) y la empresa demoscópica Ideara (2020, p. 54), en el que se ha encuestado a 400 mujeres periodistas se asegura que no saben cuánto cobran sus compañeros y por ello reclaman que las empresas “estén obligadas por ley a publicar los sueldos asociados a cada puesto de trabajo. Esto incluye que se publiquen también y se especifiquen los pluses, sueldos, variables y complementos salariales que se utilizan al confeccionar las nóminas, algunos de los cuales son utilizados por las empresas para generar diferencias entre trabajadores hombres y trabajadoras mujeres que ocupan un mismo puesto de trabajo”.

Esto corrobora lo que el informe de la APM del año siguiente destacó como principal conclusión del estudio y es la existencia de dos relatos diferentes en el momento de valorar la discriminación que sufren las mujeres periodistas a la hora de ser elegidas para ocupar cargos. Tal y como afirmó el director del informe de la APM en su presentación, dato al que nos hemos referido en el inicio del artículo, “el 52% de los encuestados consideraron que a las mujeres se les exige una mayor capacitación a la hora de acceder a cargos directivos. Cuando se desagregan las respuestas (...) se puede ver que “el 74% de las mujeres opinan así, frente al 34% de los hombres”.

Lo que este informe también refleja es el aumento en visibilidad (2020, p. 53) “la percepción de que gracias a los movimientos feministas de los últimos años las mujeres han ido tomando conciencia de la desigualdad de género, también en el sector del periodismo y la comunicación”, algo a lo que también ha contribuido, al menos este es uno de los objetivos, la Asociación de Periodistas por la Igualdad.

Por lo tanto, nos encontramos con que la situación laboral y profesional de las mujeres periodistas se encuentra muy lejos de ser la que propugnan las leyes laborales y de igualdad actualmente presentes en el ordenamiento jurídico español y europeo. Tampoco es ideal la imagen que los propios medios de comunicación transmiten sobre las mujeres, en noticias redactadas por los y las periodistas, de ahí que esta asociación de periodistas por la igualdad quiera contribuir a la eliminación de la desigualdad de género en los medios de comunicación, tanto en sus noticias y programas como en sus propias plantillas. Acabar con todas las diferencias que separan a mujeres y hombres en el ejercicio de su profesión y dignificar el periodismo a través de buenas prácticas en la construcción de la imagen de la mujer tienen que ser ya objetivos logrados en el siglo XXI. Desde la Asociación se ha decidido acceder desde diferentes frentes,

entre los que se encuentran la preparación de un curso de formación en igualdad de género a impartir en todas las plantillas de los medios de comunicación que lo requieran; el análisis de los medios sobre la representación de las mujeres, plasmado en la creación del espacio *#labtitulares* para analizar los titulares de los medios de comunicación con perspectiva de género; jornadas contra la violencia de género y su tratamiento específico en los medios; llevar a las Asociaciones de Prensa, Colegios y Sindicatos profesionales la situación laboral de desigualdad en la que incurren los medios y la creación de una agenda de expertas de todos los ámbitos para distribuir a los medios de comunicación. Será este último asunto el objeto de esta investigación ya que además en la búsqueda de mujeres profesionales para incluir en esta agenda, se aprovecha los encuentros llevados a cabo con cada sector para conocer de primera mano los problemas e inquietudes de estas mujeres con la representación que los medios hacen de ellas respecto a sus compañeros. Las reuniones tuvieron lugar con mujeres deportistas, mujeres sanitarias, mujeres empresarias y mujeres artistas.

## **2. Metodología**

Para llevar a cabo este estudio de caso se ha aplicado un modelo conceptual-inductivo que, siguiendo a Mejía (2003, p. 182) “pone mayor énfasis en el contexto del descubrimiento de nuevos conocimientos a partir de la observación de los hechos”. A través de la exploración de las noticias publicadas en los medios de comunicación, fundamentalmente escritos, se ha llevado a cabo el planteamiento de una hipótesis para dar paso a las teorías que definen la realidad periodística investigada. Podría enmarcarse dentro del concepto de “investigación activista” adoptado por Biglia, Bonet y Martí en 2006, “mediante procesos colectivos de recreación de sentidos” (Biglia, 2021, p. 214).

El modelo de Mejía (*ibid.*) “destaca la importancia de los datos no numéricos, la palabra, textos, discursos, testimonios, gráficos, dibujos e imágenes para acercarse al estudio de la realidad social” porque como recoge Mejía (*ibid.*) “el modelo conceptual-inductivo está interesado en subrayar la particularidad del objeto social, el papel de la acción humana y la subjetividad, de las motivaciones, juicios, valores, justificaciones y propósito de los actores sociales”.

Siguiendo a Quintana (2006), se establece un proceso por el cual se formula la acción que se pretende investigar. Se lleva a cabo un diseño con el que ejecutar la investigación. En este sentido, se decidió conocer la opinión que tienen las mujeres deportistas, sanitarias, empresarias y mujeres artistas sobre la imagen que los medios de comunicación, en este caso aragoneses, plasman sobre ellas y pedirles, además su consentimiento para incluir sus nombres en la futura agenda de profesionales mujeres para distribuir en los medios de comunicación, una herramienta que deberá pasar por otro tipo de controles debido a la Ley de Protección de Datos.

La justificación de este proceso surge ante la observación directa en los medios de comunicación de las “asimetrías” detectadas en las informaciones en las que aparecen hombres como sujetos, frente a las informaciones en las que son mujeres las protagonistas, en estos cuatro ámbitos sociales y laborales. Para iniciar este proceso se diseñó un plan de trabajo consistente en organizar diferentes encuentros con estos colectivos de mujeres para solicitar información directa a todas las participantes sobre su situación real en

su ámbito laboral, así como la percepción personal que tenían sobre la imagen que los medios de comunicación ofrecen sobre su colectivo laboral.

En este tejer la red sobre la que desarrollar la actividad de la Asociación y después de mucho intercambio de documentación y entrevistas con asociaciones de deportistas y mujeres periodistas, la Asociación de Periodistas por la Igualdad convocó en Zaragoza en febrero de 2019, la primera de las citadas reuniones con mujeres deportistas. Se contactó también con responsables técnicas de Deporte del Gobierno de Aragón y del Ayuntamiento de Zaragoza, además de hacer extensiva la reunión al público en general, a través de las redes sociales y de los propios medios de comunicación. Al encuentro acudieron una treintena de personas, entre deportistas, técnicas, periodistas y público en general.

Se constituyó una mesa del encuentro conformada por tres deportistas, dos técnicas y una periodista que hizo de moderadora, ante un público en el que estuvieron presentes el resto de deportistas, periodistas, y representantes de asociaciones deportivas y público en general. Se optó en este primer caso por el formato de mesa redonda, donde expusieron la situación sobre mujer y deporte desde sus perspectivas, así como los temas que les preocupaban de la situación en general de la mujer en el mundo del deporte. Moderadas por una representante de la Asociación de Periodistas por la Igualdad respondieron también a varias preguntas sobre posibles soluciones al problema de la desigualdad, puesto en evidencia en las exposiciones de cada ponente. Ninguna de las deportistas estaban de acuerdo con la imagen que sobre ellas se daba en los medios de comunicación, por ser esta estereotipada y sexista, y en donde no se les reconoce de igual manera sus méritos, respecto a los de sus compañeros varones. También se dio paso a las preguntas del público.

Este acto y los siguientes se anunciaron en la web de la Asociación de Periodistas por la Igualdad, en las redes sociales y a través de un comunicado de prensa del que se hicieron eco los medios, en mayor o menor medida. Además cada asociación lo comunicó a sus respectivas asociadas.

En noviembre de 2019 se organizó el encuentro con médicas y enfermeras, al que acudieron 16 en total y cinco periodistas de la Asociación, tras conocer varias informaciones que algunas de ellas habían hecho llegar a la Asociación sobre la existencia de graves desigualdades profesionales entre mujeres y hombres en este contexto, incluso en lo que respecta a la asistencia sanitaria de la población. Algunas médicas y enfermeras se estaban ya organizando como grupos de reivindicación de igualdad a todos los niveles, en ocasiones por especialidades médicas. Convocarlas fue muy fácil porque, en este caso, unas fueron atrayendo a otras hasta formar un nutrido grupo de sanitarias de la sanidad pública y la privada y de representantes políticas. Aquí se cambió la estructura del encuentro. En lugar de organizar un acto con el formato de mesa redonda y público enfrente, se decidió bajar del estrado a las ponentes y reunirnos todas en el mismo plano de participación. La primera razón que motivó este cambio fue la presión que ejerce sobre las organizadoras la afluencia de público, la incertidumbre sobre si asistirán muchas o pocas personas y cuál puede ser el impacto social inmediato del encuentro, cuando lo que en realidad nos interesaba era estrechar lazos con fuentes informativas algo que, hasta ahora, nunca lo han sido desde una perspectiva de género. Y este es un camino de más largo recorrido. Así que convocamos la reunión abierta a todo el mundo, haciéndola pública pero todas y todos los asistentes en un mismo plano para generar un clima más relajado y proclive a la información en profundidad.

En general se abordaron temas de desigualdad entre mujeres y hombres en la carrera sanitaria, principalmente el techo de cristal y los suelos *pegajosos*. También se habló de la escasa visibilidad de las

sanitarias a través de los medios de comunicación y de otro problema que afecta más directamente a toda la población, como es la desigualdad soterrada en la asistencia sanitaria a mujeres y hombres y la urgente necesidad de formación en género para el personal sanitario. Las periodistas, por nuestra parte, animamos a las profesionales a dar un paso al frente y situarse en una posición más visible, más a mano de los medios de comunicación, en primera línea como fuente informativa. La trascendencia del encuentro fue la misma en todos los casos: mayor conocimiento mutuo y de nuestras respectivas profesiones, favorecido por la presencialidad, refuerzo de la conciencia de género, reflexión conjunta, nuevos temas para publicar, enriquecimiento de las agendas periodísticas y búsqueda de soluciones frente a la desigualdad.

La siguiente reunión tuvo lugar con empresarias en marzo de 2020. A través de Arame, la Asociación Aragonesa de Mujeres Empresarias, se convocó en su sede a mujeres de muy diferentes sectores, reunión a la que acudieron nueve empresarias y dos periodistas por parte de la Asociación. La convocatoria, tanto en estas reuniones como en todas las realizadas, fue un llamamiento general de la dirección de la entidad a sus asociadas dándoles a conocer la convocatoria abierta a todas las integrantes. La estructura del encuentro fue la misma que con las sanitarias. Tras la introducción se empezó a exponer la situación tanto desde el lado empresarial como desde la visión aportada por la asociación de Periodistas por la igualdad y, como en todos los casos, para buscar formas de ayudarnos mutuamente a través de nuestro trabajo. Se abordó el techo de cristal y brecha salarial en un entorno “sumamente machista”, como definieron las empresarias. Dejaron claro que reconocían estar infrarrepresentadas en los contenidos de los medios de comunicación y que, además, no les gusta nada la imagen que se proyecta de ellas a la sociedad. “Estamos hartas de que en todas las entrevistas se nos pregunte por la conciliación familiar”, aseguraron.

La reunión con mujeres artistas se llevó a cabo en junio de este año, aprovechando una gran exposición colectiva de mujeres, de muy diferentes disciplinas artísticas y relacionadas con entidades diversas, celebrada en el Museo Pablo Serrano de Zaragoza pero al que solo asistieron dos artistas debido a las medidas de seguridad decretadas por el Covid-19, ya que la reunión tuvo lugar en el espacio mismo de la exposición. Así ellas pudieron hablar de sus obras y de sus preocupaciones con respecto a la condición de mujer en un mundo “demasiado masculinizado” y, como muestra, recordaron la escasa presencia de mujeres artistas en ARCO, la Feria de Arte de Madrid. En 2016 sólo contó con un 4% de mujeres artistas y un 5% en 2017, según El Diario.es.

Por su parte, quisieron conocer los objetivos, principios y rutinas del trabajo periodístico que, dijeron, ellas no comprendían. Y, en este caso, como en todos quedamos en fijar un calendario posterior de reuniones. Los temas tratados fueron, fundamentalmente, la desigualdad a la que están sometidas constantemente las mujeres artistas porque, afirman, tienen que estar continuamente demostrando su valía, en mucha mayor medida que sus colegas hombres que, por otra parte, tal y como expresaron en la reunión, “se llevan la parte más sustanciosa del pastel, en cuanto a disposición de salas donde exponer, patrocinios, apoyos institucionales y remuneraciones”.

El objeto metodológico de estas reuniones se ha justificado porque, como afirma Mejía (2003, p. 184), “la observación es el medio que permite acercarnos al mundo social de manera objetiva y permite la obtención de la información para describir y explicar los fenómenos del mundo”.

### **3. Resultados**

A partir del trabajo de campo y el estudio de caso realizado puede constatar que casi el 90% de las mujeres profesionales participantes no se han mostrado en absoluto satisfechas con la imagen que dan de ellas los medios de comunicación, en gran parte por escasez de estas imágenes, porque ello conduce a su invisibilidad, y también por considerar que la imagen no es la adecuada, que no son tratadas como sus compañeros de profesión y que el enfoque es machista, en la mayoría de los casos. Este hecho nos lleva a profundizar en la necesidad de ampliar esta información a través de una investigación ex profeso con el fin de poder lograr una muestra mayor que lleve a unos mayores resultados.

Las deportistas se ven, en general, infrarrepresentadas en los medios y dicen recibir una imagen de 'heroínas' por hacer lo que hacen, cuando ellas quisieran que se viera normal su trabajo y tan valorado como en el caso de los hombres. Dando por comprobado que las mujeres han de demostrar su valía con mayor ahínco que los hombres, ellas afirman que tienen que estar continuamente justificando sus objetivos. Las deportistas querrían que no se hablara de ellas como de algo excepcional (deporte femenino) y que, para ello, los medios ofrecieran más espacio al deporte realizado por mujeres. Consideran que está claro que la falta de patrocinios o patrocinios menos sustanciosos como los de sus compañeros, se traduce en una nula proyección de su trabajo, lo que irremediamente conduce a la falta de interés por parte del público. Ellas afirman que no se genera afición sin inversión.

Médicas y enfermeras por su parte, acusaron a los medios de no buscarlas como fuentes informativas y que “siempre veían a los mismos compañeros en las informaciones”. Pero por otro lado, varias periodistas que dijeron que, a veces, tienen que insistir incluso a las mujeres para que te contesten a unas preguntas; suelen estar ocupadas con su trabajo y no pocas consideran aún hoy que sus compañeros hombres van a responder mejor. Es lo que se denomina el *síndrome de la impostora*, (Sudjic, 2019).

Muchas de las médicas y enfermeras que asistieron a la reunión reconocieron no haber estado nunca en una actividad similar, “de corte feminista”, tal y como dijeron. Les gustó la experiencia y se lanzaron a comentar, incluso, casos de discriminación de pacientes mujeres en favor de los hombres. Se quejaron de que las pacientes no participan en los estudios de investigación, ni están en los ensayos clínicos. También apuntaron que los medicamentos no han sido diseñados para ellas, ni las técnicas quirúrgicas, ni tan siquiera la tecnología sanitaria y que a veces se prioriza a hombres en las listas de espera de ciertas pruebas.

La reunión con las empresarias fue, si cabe, más reivindicativa. Dijeron estar “hartas” de que en todas las entrevistas se les pregunte por la conciliación, cuando sobre eso no se pregunta nunca a los hombres. Las referencias a su físico o vestimenta son también para ellas intolerables. Saben que salen en fotos completamente solas entre un montón de hombres y se han propuesto hacerse ver. Las empresarias empezaron antes a interiorizar la perspectiva de género y a asociarse entre ellas para luchar contra el machismo en su profesión. Han visto que el asociacionismo es una herramienta potente para denunciar y reivindicar, para que la gente tome conciencia de la desigualdad, para hacerse oír con el fin de ir ganando el merecido terreno que el patriarcado ha arrebatado a la mujer desde siempre.

Las artistas, según nos dijeron, no habían pensado siquiera que los medios de comunicación tuvieran parte de la culpa de su invisibilidad. Consideran que la perpetuación del machismo en la sociedad se debe a otras causas estructurales y que, en general quienes trabajan en los medios no transmiten los parámetros que invisibilizan a las mujeres por maldad sino por ignorancia, por ese machismo arraigado e inconsciente que casi toda la sociedad lleva arrastrando toda la vida. Desde la Asociación se les informó de los proyectos proponemos de formación urgente en periodismo feminista, así como las formas igualitarias de tratar a mujeres y a hombres y de defender los derechos humanos de las mujeres.

#### **4. Conclusiones y discusión**

A partir de este trabajo de campo inicial, y proyectando la ampliación del estudio referida en el punto anterior, pueden constatarse unas primeras conclusiones que habrán de contrastarse con los resultados de la próxima investigación a realizar:

1.- Se evidencia la falta de un periodismo feminista o lo que es lo mismo, con perspectiva de género. Y salta a la vista que los medios de comunicación han contribuido históricamente a ocultar el trabajo de las mujeres y a perpetuar estereotipos machistas muy dañinos para la sociedad en su conjunto.

2.- Es tarea, por tanto, de periodistas y de las personas responsables de la comunicación de empresas, universidades, instituciones o centros sanitarios buscar a mujeres como fuentes de información, por la necesidad de lograr referentes femeninos que aporten su punto de vista y su conocimiento.

3.- Se hace totalmente necesario llevar a cabo este tipo de encuentros con diferentes colectivos de mujeres profesionales para tener en cuenta su situación, sus quejas o sus propuestas sobre su visibilidad en los medios de comunicación.

4.- Este tipo de reuniones han servido para que las mujeres profesionales tomen en cuenta el lenguaje no sexista. En el encuentro con las sanitarias, la palabra “médica” fuera pronunciada por todas a lo largo de la reunión y reconocieron que son aún mayoría las profesionales sanitarias que se autodenominan “médico cardiólogo”, “ginecólogo” o “urólogo”.

A partir de estas conclusiones previas se pretende establecer un modelo de periodismo con perspectiva de género, para hombres y mujeres, que ponga en podio de igualdad el trabajo de ambos sexos, libre de estereotipos y con la utilización del lenguaje inclusivo no sexista. Modelo que precisará una investigación más exhaustiva sobre algunos de los aspectos que han sido tratados en este pequeño estudio de caso.

#### **5. Bibliografía**

Análisis de la presencia de las mujeres en los medios de comunicación vascos 2015-2016. (2017). Vitoria-Gasteiz: EMAKUNDE – Instituto Vasco de la Mujer.

Asociación de la Prensa de Madrid. Historia de la APM de 1895 a 1918. Disponible en: <https://bit.ly/2QBItYV> [Consultado: 27/06/2020]

Asociación de la Prensa de Madrid (2017). Informe Anual de la Profesión Periodística 2017. Disponible en: <https://bit.ly/34Nib4U> [Consultado: 4/06/2020]

Asociación de la Prensa de Madrid (2019). Presentación del Informe Anual de la Profesión Periodística 2019. Disponible en: <https://bit.ly/3jtXiQn> [Consultado: 4/06/2020]

Bandrés-Goldáraz, E. (2019). Pervivencia en la serie de televisión “La que se avecina” de los estereotipos contra las mujeres denunciados por Simone de Beauvoir. *Doxa Comunicación*, 29, pp. 75-95. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n29a4> [Consultado: 18/05/2020]

Biglia, B. (2012). Corporeizando la epistemología feminista: investigación activista feminista. En F. Liévano, M. y M. Durque Mora (Eds.), *Subjetivación femenina: investigación, estrategias y dispositivos críticos* (pp. 195-212). Nuevo León: Universidad Autónoma de Nuevo León.

Cantizano Márquez, B. (2004). La mujer en la prensa femenina del XIX. *Ambitos: Revista internacional de comunicación*. Nº. 11-12. Disponible en: <https://bit.ly/2QB7mef> [Consultado: 14/07/2020]

Mujeres reivindican en ARCO su papel como artistas: "Estamos aquí" (21/02/2018). *El Diario.es* Disponible en: <https://bit.ly/31KOG1G> [Consultado: 14/08/2020]

Espigado Tocino, G. (2015). Preparando el camino de la emancipación: voces críticas y acción colectiva femenina en el XIX. En Yusta, M. y Peiró, I. (Coords.) *Heterodoxas, guerrilleras y ciudadanas. Resistencias femeninas en la España moderna y contemporánea*. Zaragoza: Institución Fernando el Católico. Disponible en: <https://bit.ly/34OJBY8> [Consultado: 12/03/2020]

Establier Pérez, H. (1997). *Mujer y feminismo en la narrativa de Carmen de Burgos, “Colombine”*. Tesis doctoral. Universidad de Alicante.

El paro entre los periodistas crece un 2,6% en 2019 y rompe la tendencia de descensos de cinco años, según la APM. (2019). *Europa Press*. Disponible en: <https://bit.ly/3lwpfsH> [Consulta: 12/06/2020]

Gallego Ayala, J., Altés, E., Melús, M.E., Soriano, J. y Cantón Gómez, M.J. (2002) La prensa diaria por dentro: mecanismos de transmisión de estereotipos de género en la prensa de información general. Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura, Núm. 28, p. 225-42, <https://www.raco.cat/index.php/Analisi/article/view/15110> [Consulta: 20-08-2020].

De Aguinaga, E. (2002). El periodista en el umbral del siglo XXI. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico Vol. 8: 157-170* 157

De-Miguel, R., Hanitzsch, T., Parratt, S. y Berganza, R. (2017). Mujeres periodistas en España: análisis de las características sociodemográficas y de la brecha de género. *El profesional de la información, mayo-*

junio, v. 26, n. 3. eISSN: 1699-2407 Disponible en: <https://bit.ly/31HhTL4> [Consultado en: 25/2/2020]

Díaz Nosty, B. (2011) *Libro negro del periodismo en España*. Madrid: Cátedra UNESCO de Comunicación-Universidad de Málaga y Asociación de la Prensa de Madrid.

Dorado, C. (2006) *Emilia Pardo Bazán. Periodista de hoy*. Madrid: Asociación de la Prensa de Madrid.

FAPE. Historia. Disponible en: <https://fape.es/home/historia/> [Consultado en: 1/7/2020]

Instituto de la Mujer y para la igualdad de oportunidades. Mujeres en cifras. Población según la comunidad autónoma. Disponible en: <https://bit.ly/3bb8izl> [Consultado en: 22/5/2020]

II Análisis de la presencia de las mujeres en los medios de comunicación vascos 2018 (2020). Vitoria-Gasteiz: EMAKUNDE – Instituto Vasco de la Mujer. Disponible en: <https://bit.ly/2Dk2XcA> [Consultado en: 2/7/2020]

Las periodistas paramos. Trabajadoras del periodismo y la comunicación nos sumamos a la huelga del 8M. Disponible en: <https://lasperiodistasparamos.wordpress.com/> [Consultado en: 25/5/2020]

López de Zuazo Algar, A. (1991). *Bases metodológicas para la catalogación de los periodistas españoles*. Madrid: Editorial Universidad Complutense.

Marrades, M.I (1978). Feminismo, prensa y sociedad en España. *Papers, revista de Sociología*. <http://dx.doi.org/10.5565/rev/papers/v9n0.1001>

Mejía Navarrete, J. (2003). De la construcción del conocimiento social a la práctica de la investigación cualitativa. *Investigaciones Sociales, II (3)*. (Revista del IHS -UNMSM)

Núñez Rey, C. (2018). *Carmen de Burgos, Colombine. Periodista Universal*. Sevilla: Junta de Andalucía, Consejería de Cultura.

Plataforma en Defensa de la Libertad de Información (2020). Estudio de la PDLI sobre mujeres periodistas en España: dos de cada tres denuncian obstáculos para ascender en su trabajo. Disponible en: <https://bit.ly/3bo1caA> [Consultado en: 14/6/2020]

Pérez Romero, E. (2016). *El periodismo de Emilia Pardo Bazán. La Tribuna. Cadernos de Estudos da Casa-Museo Emilia Pardo Bazán*. Vigo: Editorial Academia Del Hispanismo, Publicaciones Académicas.

Perse, E., Lambe, J. (2017). *Media effects and society*. Routledge: New York and London

Pizarroso Quintero, A. (2010). El periodismo en el primer tercio del siglo XX. En: *Carmen de Burgos, Colombine (1867-1932) en el periodismo y la literatura*. Disponible en: <https://bit.ly/34SuoVY> [Consultado en: 2/5/2020]

Sudjic, O. (2019) *Expuesta. Un ensayo sobre la epidemia de la ansiedad*. Barcelona: Alpha Decay

WAAC (2015). Proyecto de Monitoreo Global de Medios (GMMP) Disponible en: <https://bit.ly/2YPe7xo> [Consultado en: 2/4/2020]

Prieto Sánchez, C. (2013). *El movimiento asociativo de los periodistas: el caso del Sindicato de Periodistas de Andalucía (SPA)*. Tesis doctoral. Universidad de Málaga. Disponible en: <https://bit.ly/3jkiCb8> [Consultado en: 12/3/2020]

- Quintana Peña, A. (2006). Metodología de Investigación Científica Cualitativa. En Quintana, A. y Montgomery, W. (Eds.) *Psicología: Tópicos de actualidad*. Lima: UNMSM.
- UNESCO (2008). Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación de la UNESCO. Disponible en: <https://bit.ly/2D9HpPA> [Consultado en: 6/4/2020]
- Rodríguez, M.P., Pando-Canteli, M.J., Berasategi, M. (2016). *¿Generan estereotipos de género los medios de comunicación? Reflexión crítica para educadores*. DEUSTO Social Impact Briefings No. 1 doi: <http://dx.doi.org/10.18543/dsib-1> [Consultado en: 18/8/2020]
- PNUD (2006). Guide to Measuring the Impact of Right to Information Programmes. Disponible en: <https://bit.ly/3hCpQGw> [Consultado en: 9/8/2020]