

## Desigualdad de género y Planes de Igualdad en el entorno laboral de mujeres periodistas en España

### Gender inequality and Equality Plans in the work environment of women journalists in Spain

Belén Cáceres Garrido  
[bcaceres@ucm.es]  
Universidad Complutense de Madrid

Sonia Parratt Fernández  
[sfparratt@ccinf.ucm.es]  
Universidad Complutense de Madrid

*Recibido: 13-02-2021*

*Aceptado: 25-03-2021*

#### Resumen

Se analizan las percepciones de mujeres periodistas sobre la desigualdad laboral contextualizándolas dentro del marco de planes de igualdad de los medios de comunicación donde trabajan. El método utilizado para la recogida de datos es la encuesta, dirigida a mujeres periodistas de *El País*, *El Mundo* y *ABC*. De forma complementaria, se examinan y contrastan los planes de igualdad de estos diarios con las respuestas de las profesionales. Los resultados corroboran la existencia de brecha salarial, techo de cristal y dificultades de acceso a puestos de mando, pero también evidencian problemas no constatados antes en este colectivo, como dificultades para la conciliación, presencia de machismo o acoso. Otra novedad es que más de la mitad de las encuestadas desconocen la existencia de planes de igualdad en sus empresas y que sus percepciones no parecen corresponderse con lo que reflejan dichos planes, lo que no contribuiría a avanzar hacia la igualdad.

**Palabras clave:** desigualdad de género, desigualdad laboral, mujeres, periodistas, Plan de Igualdad, prensa

#### Abstract

This article analyses the perceptions that women press journalists have about labour inequality contextualizing them within the framework of Equality Plans of the media where they work. The method for data collection is the survey, aimed at women journalists from *El País*, *El Mundo* and *ABC*. In addition, the Equality Plans of these newspapers are examined and contrasted with the responses of the professionals. The results corroborate the existence of a salary gap, a glass ceiling and difficulties in accessing command positions, but also show problems not previously verified in this group, such as difficulties in conciliation, presence of machismo or harassment. Another novelty is that more than half of those surveyed are unaware of the existence of Equality Plans in their companies and that their perceptions do not seem to correspond to what such Plans reflect, which would not contribute towards equality.

**Keywords:** gender inequality, labour inequality, women, journalists, Equality Plan, newspapers

**Sumario:** 1. Introducción. 2. Desigualdad de género en el periodismo español. 3. Metodología. 4. Análisis y discusión de resultados. 4.1. Características sociodemográficas. 4.2. Circunstancias laborales. 4.3. Percepciones sobre el entorno laboral en relación a los compañeros varones. 4.4. Percepciones sobre la actitud de sus empresas hacia la igualdad de género. 5. Conclusiones. Bibliografía.

## 1. Introducción

Durante la celebración del Día Internacional de la Mujer en España en marzo de 2018, ocho mil profesionales de medios de comunicación unidas por una identidad de género y gremial (Sosa, Galarza y Castro, 2019), firmaron el manifiesto “Las periodistas paramos” (Requena et al., 2018) para mostrar su preocupación por el rol de las periodistas en sus lugares de trabajo, denunciar un menor reconocimiento ante sus colegas varones y demandar un cambio real en las empresas de comunicación. La base del problema se encuentra en que los medios legitiman continuamente “el sistema de género caracterizado por la desigualdad y la subordinación al poder androcéntrico” (Rovetto, 2017, p. 43), las estructuras de las redacciones no se han modificado desde hace años y se siguen manteniendo las mismas prácticas y rutinas patriarcales. Esto provoca una subrepresentación de la mujer como profesional, que funciona como mecanismo de reproducción de estereotipos de género (Gallego, 2003; García-Garrido, 2017), alimenta las rutinas masculinas y hace que las periodistas queden relegadas a secciones menos importantes o a puestos secundarios en la empresa.

Un informe de la International Women’s Media Foundation (IWMF) sobre la situación de las mujeres en los medios de comunicación en 2011 mostraba que en 20 de los 59 países objeto de estudio las periodistas se encontraban con barreras invisibles que les impedían avanzar y ascender, sobre todo en los niveles medios y superiores (IWMF, 2011). Más recientemente, otro estudio, el *Gender Equality in the Media Sector* del Parlamento Europeo (2018), ha puesto el foco en la desigualdad de estas profesionales examinando los aspectos clave en las políticas europeas para alcanzar la igualdad de género en los medios. Arroja datos reveladores:

Muchas de las mujeres entrevistadas informaron de la discriminación generalizada y la desigualdad en las oportunidades de pago, reclutamiento, asignación de trabajo y la promoción. Las estructuras de trabajo, normas y prácticas también se consideran ventajas para los hombres sobre las mujeres, por ejemplo en el cuidado de los niños, la comunicación, el acoso sexual y la intimidación (p. 8).

Desde la Unión Europea también se ha aprobado el proyecto *The Advancing Gender Equality in Media Industries* (AGEMI), que entre los años 2017 y 2019 ha trabajado para combatir los estereotipos de género y ha ayudado a la promoción de la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres dentro de la profesión periodística (Padovani y Ross, 2019, p. 89).

## 2. Desigualdad de género en el periodismo español

España cuenta con la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres (Ley Orgánica 3/2007, 2007), que establece una serie de medidas para la igualdad real en el trabajo encaminadas a favorecer la conciliación, planes de igualdad en las empresas, maternidad y evitar el acoso sexual. Pero la realidad parece ser otra porque, aunque el 58% de las personas graduadas en España son mujeres, esto no se refleja en las plantillas de las empresas periodísticas y mucho menos en los cargos de alta responsabilidad de estas, donde los hombres ganan ampliamente la partida a las mujeres. Lo mismo ocurre con el tipo de contrato, que es indefinido para un 83,3% de los hombres, frente a un 70,1% de mujeres (APM, 2017, pp. 12, 14 y 52).

Los trabajos que abordan la situación de la mujer trabajadora a nivel europeo y mundial son abundantes, si bien son menos los que dirigen su atención a la mujer periodista, que en el caso de España son escasos. El último *Informe Anual de la Profesión Periodística* asegura que los profesionales que más están sufriendo la crisis derivada de la pandemia de la Covid-19 son nuevamente las periodistas: el 62 % de los profesionales de la información en paro son mujeres frente a un 38 % que son los hombres (APM, 2020). Estas evidencias de desigualdad resultan aún más significativas si se tiene en cuenta el

mayor número de mujeres que se gradúan en Periodismo en España cada año (Rivero, Meso y Peña, 2015) y que un 64% de las profesionales de la comunicación tenían en 2017 estos estudios, frente un 36% de hombres (APM, 2017).

Por otra parte, hace más de dos décadas, Garrido (2008, p. 121) denunciaba que, si bien las mujeres superaban numéricamente a los hombres, esto no ocurría con los puestos de poder de los medios de comunicación. Por este motivo, López Díez (2008, p. 96) defendía la necesidad de elegir a los responsables de los medios “sin discriminación de sexo, y dedicando medios y recursos para crear las condiciones precisas para que los medios de comunicación contribuyan a que las mujeres desarrollen su potencial humano y su autonomía”. Pero con el paso de los años no parece que se hayan producido grandes cambios. Aunque la ciudadanía española afirma que las mujeres deben estar representadas en los puestos de liderazgo (Comisión Europea, 2012) y a pesar de que en los medios hay más redactoras (26%) que redactores (22%) (APM, 2017, p. 56), son ellos quienes “ocupan tres cuartas partes de los cargos de máxima responsabilidad gerencial y dos tercios de los puestos de toma de decisiones sobre los contenidos, luego existen claras evidencias de discriminación sistemática de las mujeres” (De Miguel et al., 2017, p. 504) en las empresas periodísticas.

Este problema, asegura Criado (2012), puede observarse desde muchas perspectivas, entre ellas la del entramado empresarial español y las dinámicas de trabajo del sector del periodismo. En este sentido, existe discriminación cuando las mujeres no logran un ascenso a puestos de mando debido a la poca confianza que tienen los hombres en las destrezas y conocimientos de la mujer directora. Es decir, “el sexo influye en las percepciones de la mujer como directiva, ya que los hombres siguen manteniendo una visión estereotipada del trabajo directivo” (p. 14) y copan los puestos de poder. Ante esta constatación, Ross (2001) sostiene que se presentan tres situaciones posibles para la mujer: verse obligada de manera indirecta a adquirir valores socialmente catalogados como masculinos para conseguir “objetividad”; adherirse al pensamiento feminista; o alejarse de la redacción para ser *freelance* – algo que ya está sucediendo, como hemos señalado–, lo que conlleva condiciones de trabajo cuestionables.

Estas diferencias laborales entre hombres y mujeres conducen inevitablemente al concepto del techo de cristal. Acuñado por la periodista Marilyn Loden en 1986 y matizado posteriormente por diversos autores (entre otros, Burin, 2007; Sierra, 2008), hace referencia a la existencia, dentro de las organizaciones, de barreras invisibles difíciles de traspasar y que impiden avanzar a las mujeres en sus carreras profesionales. Aunque algunas investigaciones hablan de un proceso de feminización de la profesión periodística en diversos países con la paulatina incorporación de la mujer al mercado laboral mediático, este proceso estaría limitado por la segregación vertical que supone el techo de cristal (Navarro, Ross y Saitta, 2019). También De Miguel et al. (2017, p. 504) constatan la presencia de este techo en empresas periodísticas españolas y lo relacionan con la brecha salarial al señalar que el 73% de las periodistas ocupan puestos con un máximo de mil euros de salario, pero son menos de un tercio las que tienen puestos con sueldos de más de dos mil euros mensuales.

Serrano (2005) defiende la pseudofeminización de la profesión en España frente a la hipótesis dominante de su feminización. Constata que las mujeres no solo ocupan posiciones de escasa responsabilidad en las empresas y tienen mayor presencia en sectores de la comunicación considerados periféricos o de escasa influencia social. También tienen una alta tasa de abandono y tienden a dirigir sus trayectorias hacia espacios profesionales menos visibles pero más compatibles con la vida privada. Las empresas periodísticas están modificando las formas de contratación, que cada vez conllevan mayores exigencias para las profesionales a medida que su perfil se convierte en multimedia, multifunción y

multitarget. Una situación, explica Ross (2001), que es particularmente complicada “en una profesión donde hay un muy rápido y barato recambio para las posiciones inferiores y muchas exigencias –como dificultades para lograr una flexibilidad horaria– para quienes logran una permanencia”. El teletrabajo, por ejemplo, sería una opción en el periodismo gracias a los avances tecnológicos, pero se sigue manteniendo el presentismo como norma (Fernández Porta, 2017).

Como se ha indicado, una de las principales dificultades que encuentran las mujeres para alcanzar el ascenso laboral es la conciliación de su trabajo con la vida familiar (Cobano-Delgado, 2018), un problema que no ha sido abordado académicamente. Esto es algo especialmente complicado para las periodistas (Fernández-Porta, 2017) porque sus carreras son más cortas que las de los hombres, lo que no es de extrañar teniendo en cuenta que hay más mujeres periodistas con hijos que hombres periodistas con hijos (Consejo de Europa, 2017, p. 11). El periodismo se distingue por las jornadas de trabajo interminables, los horarios inflexibles, la inmediatez de la noticia, los plazos muy breves, o el trabajo en equipo, circunstancias que dificultan la compatibilización de la vida profesional y la familiar para la mujer trabajadora –sobre la que sigue cayendo el peso social del hogar y el cuidado de los niños–. Algunas mujeres directivas han manifestado “que este hecho es intrínseco a la profesión y que una mujer debe elegir, familia o profesión, siendo incapaces de vislumbrar una solución a este planteamiento machista de la realidad empresarial” (Caro, 2010, p. 37). Una decisión que supone una “opción de hierro” (Burin, 2012) al tener que decidir entre dos ámbitos diferentes e igual de importantes para ellas.

Por último, otro de los mayores –aunque no por ello más visibles– problemas a los que a veces tienen que enfrentarse las mujeres en su trabajo es el acoso laboral (Fernández-Porta, 2017). La Federación Internacional de Periodistas (s.f.), en apoyo al movimiento International Trade Union Confederation, denuncia que “para las periodistas, la violencia y la intimidación no ocurren solamente en las zonas de conflicto, son experiencias que sufren todos los días” (p. 1). Los datos que ofrece lo demuestran: una de cuatro mujeres profesionales de los medios en el mundo ha sufrido actos de violencia física, una de dos ha sufrido acoso sexual, y tres de cada cuatro, intimidación, amenazas y abuso. Al igual que con la conciliación, no se han realizado estudios específicos que indaguen sobre esta situación entre las periodistas españolas.

En definitiva, existen algunos estudios en España que relacionan las diferencias entre mujeres y hombres en el desempeño de su profesión con la ética periodística (de Miguel, Parratt, Berganza, 2019); el peso de las características sociodemográficas de estas profesionales en la brecha de género (de Miguel et al., 2017); o la representación de la mujer en los medios (Berganza, 2002). Pero se echan en falta otros que –complementando a los anteriores–, por una parte, contemplen situaciones de desigualdad laboral que no han sido abordadas, como las dificultades para la conciliación, el acoso u otras formas de machismo; y por otra parte, que contextualicen la desigualdad dentro del marco de planes de igualdad que la Ley Orgánica 3/2007 (2007) establece para las empresas en España –*El País*, además, fue el primer diario en crear, en mayo de 2018, una cartera de Género (Iranzo-Cabrera, 2020)–. De ahí que el objetivo de esta investigación sea doble: (1) conocer las percepciones de periodistas de prensa sobre la desigualdad de género en su entorno laboral teniendo en cuenta que sus diarios cuentan con planes de igualdad (2) desentrañar aspectos que no han sido contemplados en trabajos anteriores y en los que futuras investigaciones podrían ahondar. De estos objetivos se derivan estas preguntas de investigación:

P1. ¿Cuáles son las características sociodemográficas de las periodistas?

P2. ¿Cuáles son sus circunstancias laborales?

P3. ¿Qué percepciones tienen sobre su entorno laboral en relación a sus compañeros varones?

P4. ¿Qué percepciones tienen sobre la actitud de los medios para los que trabajan hacia la igualdad de género?

P5. ¿Qué percepciones tienen acerca de la actitud del gremio periodístico hacia la desigualdad de género?

P6. ¿Revelan estas percepciones alguna manifestación de desigualdad de género no observada en otras investigaciones?

Como se ha explicado anteriormente, que la situación laboral de las profesionales de los medios es muy mejorable debido fundamentalmente a situaciones de desigualdad de género, es un hecho constatado. Esto nos lleva a partir de la hipótesis de que las periodistas en España, particularmente las de prensa – sobre las que no se han hecho estudios específicos–, estarían sufriendo problemas derivados de dicha desigualdad, como dificultades para la conciliación, acoso u otras formas de machismo.

### **3. Metodología**

Como el objetivo de la investigación es conocer las percepciones de las periodistas sobre su entorno laboral, para la recogida de datos se ha recurrido a la encuesta como método cuantitativo fundamental de observación directa de las opiniones de un grupo social con respecto a un aspecto de la realidad social (Vinuesa, 2005, p. 177). El instrumento de observación ha sido un cuestionario individual, para cuya elaboración se han tenido en cuenta las reivindicaciones expresadas en el manifiesto “Las periodistas paramos” antes citado: en él se denuncia la existencia de brecha salarial, techo de cristal, precariedad laboral, dificultades para la conciliación, y acoso sexual y laboral en el entorno profesional de las firmantes (Requena et al., 2018). El cuestionario está compuesto por 30 preguntas –23 cerradas y siete abiertas– (ver anexo) relacionadas con las características sociodemográficas de las encuestadas; sus circunstancias laborales; sus percepciones sobre el entorno laboral en relación a los compañeros varones; y sus percepciones sobre la actitud de sus empresas hacia la igualdad de género.

El cuestionario se ha dirigido a mujeres periodistas de las ediciones de Madrid de los periódicos *El País*, *El Mundo* y *ABC*, los diarios generalistas de pago de mayor tirada (AIMC, 2018, p. 8). El número de profesionales contratadas en dichas ediciones en el –marzo de 2018– era de 262. Para definir el nivel de confianza deseado de un 95% con un margen de error de un  $\pm 5\%$  ( $2\sigma$ ), y considerando que el universo constituye una población finita de 262 individuos ( $N= 262$ ), se ha concluido que es necesario contar con una muestra de 157 ( $n= 157$ ).

Dada la dificultad para acceder a las trabajadoras, y para lograr un alto número de respuestas, se han combinado la encuesta por internet y la llamada telefónica. Una vez finalizada la encuesta y depurados los errores, se ha utilizado el programa informático SPSS para el tratamiento estadístico de los datos y se ha llevado a cabo el análisis estadístico no paramétrico mediante tablas de contingencia en los casos en que ha sido necesario el cruce de variables, además de pruebas de chi-cuadrado para comprobar la relación entre variables.

Un segundo paso, y como complemento de la encuesta, ha consistido en averiguar si las empresas para las que trabajan las periodistas objeto de estudio cuentan con planes de igualdad. Una vez localizados estos, se ha examinado su contenido para posteriormente contrastarlo con los resultados del cuestionario. Como se puede ver en la síntesis de la Tabla 1, *El País*, *El Mundo* y *ABC* tienen planes aprobados en 2012, 2017 y 2018, respectivamente, que contienen medidas orientadas a promover la igualdad laboral entre mujeres y hombres (Ministerio de Empleo y Seguridad Social, 2012, 2017, 2018).

#### 4. Análisis y discusión de resultados

La muestra (n= 157) de la encuesta está formada por periodistas de los diarios *El Mundo* (41,4%), *El País* (31,2%) y *ABC* (27,4%). Las respuestas obtenidas del cuestionario nos han permitido averiguar aspectos de las periodistas como sus características sociodemográficas y sus circunstancias laborales, así como conocer sus percepciones sobre distintos aspectos relacionados con la desigualdad de género en sus lugares de trabajo, que se exponen y analizan a continuación.

##### 4.1. Características sociodemográficas

La mayoría de las encuestadas (63%) tienen entre 30 y 40 años (31,8%) y entre 40 y 50 (31,2%). Les siguen las de entre 23 y 30 (19,1%) y las de entre 50 y 60 (12,1%), mientras que las menores de 23 y las mayores de 60 tan solo representan un 4,5% y un 1,3%, respectivamente. Casi dos tercios cuentan con estudios universitarios (63,4%), que en el 92,3% de los casos son grados o licenciaturas en Periodismo o Ciencias de la Información o de la Comunicación.

En cuanto a su estado civil, las solteras (39,7%) superan ligeramente a las casadas (34,6%). Tienen hijos poco más de la mitad (56,4%), de las que un 60% requieren de un/a cuidador/a para que se haga cargo de ellos cuando trabajan y en un 20% de los casos es su pareja quien lo hace. El resto recurren a un familiar (8%) o a otras opciones (12%), algo esperable teniendo en cuenta que solo un 27% de empresas de comunicación españolas aseguraron ofrecer asistencia para el cuidado de niños en 2011 – datos más recientes disponibles– (International Women's Media Foundation Women, 2011, p. 356). Además, superan ampliamente las madres que son mayores de 40 años (73,5%) a las de entre 30 y 40 (28,3%), lo cual tampoco sorprende a la vista de que, pese a haber mejorado un poco, las prestaciones sociales que existen en España para el cuidado de hijos siguen perjudicando la carrera profesional y personal de la mujer (Cobano-Delgado, 2018).

##### 4.2. Circunstancias laborales

Para indagar en las circunstancias laborales de las periodistas se les han planteado varias preguntas. A la primera de ellas, referida al tiempo de permanencia en la empresa, una cuarta parte (25,5%) responde que lleva menos de cinco años trabajando en el mismo medio de comunicación, al igual que aquellas que llevan entre cinco y 10 años, frente a un 14,6% que llevan entre 10 y 15, y un 20,4% y 14% que llevan entre 15 y 20 y más de 20, respectivamente. Estos datos, junto con la poca seguridad que les transmiten sus empresas en cuanto a estabilidad laboral –según un 58,6% de las encuestadas–, podrían ser indicadores de una movilidad frecuente. Pero también parecen situarse en la línea del Consejo de Europa (2017, p. 11), según el cual las carreras de las mujeres son más cortas que las de los hombres debido a las dificultades que tienen para conciliar la vida laboral con el cuidado de los hijos.

En lo que respecta a las posibilidades de ascenso, aseguran que no existe un 62,9% de las encuestadas. En el caso concreto de *El País*, el porcentaje alcanza un 68,8%, algo que contrasta con las medidas de promoción de la igualdad de oportunidades que contempla el Plan de Igualdad de este diario –no así el de *El Mundo* y el de *ABC*– (Tabla 1). Incluso si se analiza el primer dato en relación al tipo de contrato de las encuestadas, las cifras son poco alentadoras: el contrato mayoritario es el indefinido (83,2%), frente a un 11,7% temporal y un 5,2% en prácticas; una vez comprobado que el tipo de contrato influye en las posibilidades de ascenso (p-valor = 0,038 <0,05), observamos que un 63% de quienes disfrutaban de un contrato indefinido aseguran que no les es posible ascender (Tabla 2). Por tanto, parece constatar la existencia del mencionado techo de cristal, que limita las posibilidades de la mujer de ascender dentro de la empresa y supone un impedimento clave para conseguir la igualdad laboral.

Tabla 1. Síntesis de los planes de igualdad de *El País*, *El Mundo* y *ABC*

<i>El País</i>	<i>El Mundo</i>	<i>ABC</i>
<b>Plan de Igualdad y conciliación (2012)</b>	<b>Plan de Igualdad de oportunidades (2017)</b>	Plan de Igualdad (2018)
Medidas generales contempladas		
Promover las mismas oportunidades en procesos de selección y contratación	Reducir la diferencia numérica entre hombres y mujeres en selección y contratación	Asegurar procedimientos de selección en base a aptitudes y capacidades individuales
Igualdad de oportunidades de promoción y desarrollo profesional, incluso discriminación positiva	Reducir la diferencia en puestos de responsabilidad	Promover la inclusión de mujeres en puestos de mando y/o responsabilidad
Promocionar actividades formativas sin distinción de género, y otras específicas para mujeres	Concienciar a directivos para realizar acciones formativas para igualdad de oportunidades	Garantizar el acceso en igualdad de hombres y mujeres a la formación de empresa
		Promover la corrección de diferencias salariales entre hombres y mujeres
Favorecer la conciliación de la vida laboral con la familiar y personal	Facilitar la conciliación de la vida familiar, laboral y personal	Conseguir una mayor y mejor conciliación de la vida familiar y laboral
Medidas específicas de prevención del acoso moral, sexual y por razón de sexo	Prevenir y eliminar el acoso en todas sus vertientes Divulgar el protocolo de acoso	Evitar riesgos para embarazadas. Acciones contra posibles casos de acoso moral y sexual
Seguimiento de los planes		
Cuenta con una Comisión de seguimiento que hace evaluaciones anuales	Cuenta con un Comité de seguimiento y evaluación del Plan.	Los representantes de los trabajadores emitirán un informe anual si lo estiman oportuno
	Divulgar el Plan de Igualdad	

*Fuente: elaboración propia a partir de Ministerio de Empleo y Seguridad Social (2012, 23 de enero; 2017, 7 de octubre; 2018, 22 de febrero).*



Tabla 2. Posibilidades de ascenso según tipo de contrato

		Tipo de contrato			Total	
		Indefinido	Prácticas	Temporal		
<i>¿Tiene posibilidades de ascender en su trabajo?</i>	No	Recuento	79	8	8	95
		% dentro de <i>¿Tiene posibilidades de ascender en su trabajo?</i>	83,2%	8,4%	8,4%	100,0%
		% dentro de <i>Tipo de contrato</i>	62,7%	100,0%	47,1%	62,9%
		% del Total	52,3%	5,3%	5,3%	62,9%
	Sí	Recuento	47	0	9	56
		% dentro de <i>¿Tiene posibilidades de ascender en su trabajo?</i>	83,9%	0,0%	16,1%	100,0%
		% dentro de <i>Tipo de contrato</i>	37,3%	0,0%	52,9%	37,1%
		% del Total	31,1%	0,0%	6,0%	37,1%
	Total	Recuento	126	8	17	151
		% dentro de <i>¿Tiene posibilidades de ascender en su trabajo?</i>	83,4%	5,3%	11,3%	100,0%
		% dentro de <i>Tipo de contrato</i>	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% del Total	83,4%	5,3%	11,3%	100,0%

Fuente: elaboración propia.

A diferencia de lo que ocurre con el tipo de contrato, el puesto que ocupan las periodistas es independiente de sus posibilidades de ascenso ( $p$ -valor = 0,541 > 0,05). La mayoría de ellas trabajan como redactoras o reporteras (62,6%), son muchas menos las jefas de sección (14,2%), y un escaso 1,3% se encuentran en la escala de subdirectora (Tabla 3). Si bien es de esperar que haya muchas más redactoras que directivas, que los porcentajes descendan tanto en los puestos más altos –solo una de las encuestadas ocupa una subdirección– y que el 61,8% creen que es más fácil para ellos alcanzar esos puestos (Figura 1), está en consonancia con el informe de la APM (2017, p. 56), donde se asegura que el número de directivos varones duplica al de mujeres. También con De Miguel et al. (2017), quienes constatan que los hombres ocupan tres cuartas partes de los cargos de máxima responsabilidad gerencial y dos tercios de los puestos de toma de decisiones sobre contenidos, a pesar de que ellas poseen mayor formación académica. Por el contrario, choca con el hecho de que los planes de igualdad de *El Mundo* y *ABC* hagan mención explícita a la adopción de medidas para promover la inclusión de mujeres en puestos de mando (Tabla 1).

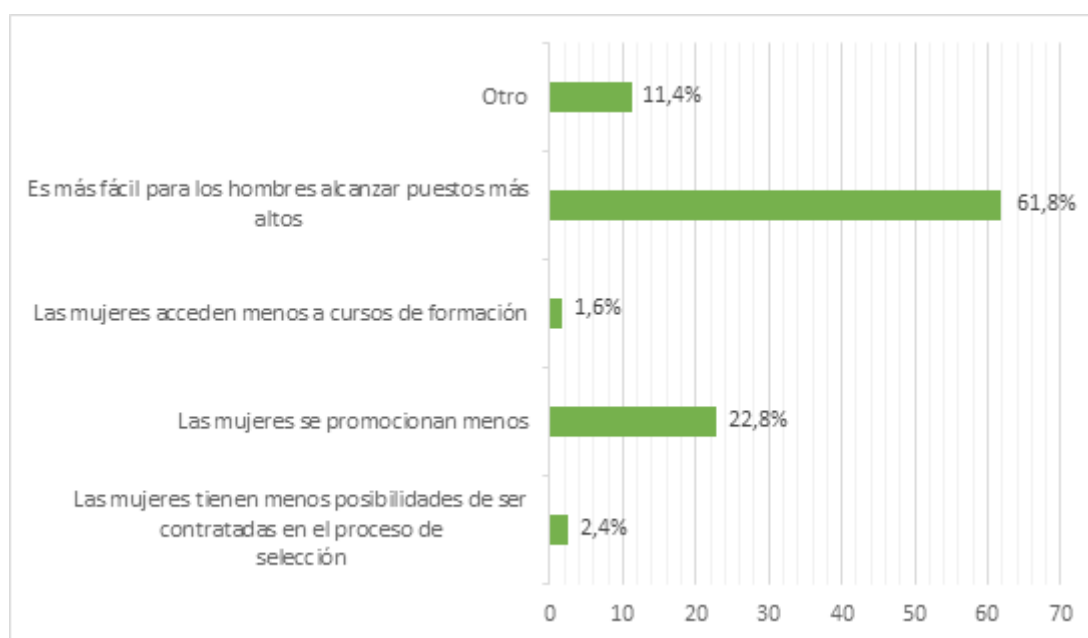


Figura 1. En qué es diferente el trato. Fuente: elaboración propia

También cabe señalar que un 7,7% de las encuestadas son trabajadoras por cuenta propia (Tabla 3), algo comprensible teniendo en cuenta que “a menudo las mujeres periodistas que son madres optan por ser *freelance* porque les permite tener mayor flexibilidad horaria y compatibilidad con la vida familiar” (Ross, 2001). En este sentido, resulta sorprendente que solo un 28% de nuestras encuestadas tengan conocimiento de que sus empresas cuentan con medidas para favorecer la conciliación familiar y laboral.

Tabla 3. Escala/puesto que ocupa en la empresa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Corresponsal	2	1,3	<b>1,3</b>	1,3
	Diseñadora	5	3,2	<b>3,2</b>	4,5
	Fotógrafa	2	1,3	<b>1,3</b>	5,8
	Gerencia Comercial	1	0,6	<b>0,6</b>	6,5
	Jefa de redacción	7	4,5	<b>4,5</b>	11,0
	Jefa de sección	22	14,0	<b>14,2</b>	25,2
	Otra	5	3,2	<b>3,2</b>	28,4
	<i>Freelance</i>	12	7,6	<b>7,7</b>	36,1
	Redactora/Reportera	97	61,8	<b>62,6</b>	98,7
	Subdirectora	2	1,3	<b>1,3</b>	100,0
	Total	155	98,7	<b>100,0</b>	
Perdidos		2	1,3		
Total		157	100,0		

Fuente: elaboración propia.

#### 4.3. Percepciones sobre el entorno laboral en relación a los compañeros varones

A la pregunta sobre la igualdad salarial entre hombres y mujeres que realizan el mismo trabajo, más de la mitad de las profesionales (53,1%) aseguran que no la hay. Ya adelantamos que en la Unión Europea las mujeres periodistas ganan menos (Consejo de Europa, 2017, p. 11), por lo que nuestros resultados confirman que también las profesionales de prensa en España se ven afectadas por la brecha salarial. Lo llamativo y contradictorio en este caso es que Plan de Igualdad del diario *ABC* señala que se promoverá la corrección de diferencias salariales por cuestión de género –los de los otros diarios no hacen alusión a este aspecto– (Tabla 1); pese a ello, solo un 26, 8% de las encuestadas de este medio consideran que hay igualdad salarial entre hombres y mujeres en su empresa.

Uno de los datos más significativos de las percepciones que tienen las periodistas sobre su entorno laboral es que una amplia mayoría (89,5%) considera que hay presencia de machismo en alguna medida dentro del gremio periodístico (Tabla 4). Una percepción que, según se ha podido comprobar, no es significativamente diferente entre los distintos tramos de edad ( $p$ -valor = 0,552 >0,05).

Tabla 4. Percepción de machismo en función de la edad

		¿Cree que hay presencia de machismo o sexismo en su trabajo en mayor o menor medida?			Total
		No	Sí		
		Nº	Nº	%	
Edad	18 - 22	1	6	85,7%	7
	23 - 30	3	25	89,2%	28
	31 - 40	2	47	95,9%	49
	41 - 50	7	42	85,7%	49
	51 - 60	3	15	83,3%	18
	>60	0	2	100%	2
Total		16	137	<b>89,5%</b>	153

Fuente: elaboración propia.

Más de dos tercios (80,3%) aseguran que el trato en el trabajo es diferente entre hombres y mujeres –lo que sería una manifestación de machismo–: aunque solo un 1,6% afirman que el acceso a cursos de formación es menor para ellas, un 61,8% creen que es más fácil para ellos alcanzar puestos más altos; afirmación que, junto con la falta de promoción de las mujeres (22,8%), es la opción más repetida a la hora de concretar en qué sienten esa diferencia de trato (Figura 1). Esto coincide con los resultados ofrecidos del estudio *Gender Equality in the Media Sector* del Parlamento Europeo (2018), donde se apunta a las dificultades para promocionarse como una de las causas de la desigualdad en el trabajo periodístico. Tampoco puede obviarse que un 9,8% de las encuestadas señalan la opción Otro, en la que incluyen respuestas como sueldos más bajos cuando se tiene un cargo medio, ejercer pero no cobrar lo que les correspondería, menos reconocimiento, menos proyección y oportunidades de ascender, o cierta actitud paternalista por parte de compañeros y jefes. En este sentido, recordemos que entre las conclusiones de De Miguel et al. (2017, p. 504) también se señala que en el sector periodístico –aunque aportan datos concretos sobre la prensa– hay signos claros de discriminación sistemática de las mujeres.

#### **4.4. Percepciones sobre la actitud de sus empresas hacia la igualdad de género**

Las respuestas referidas a las percepciones de las profesionales sobre la actitud de sus empresas hacia la igualdad de género ofrecen respuestas reveladoras. Casi una de cada cinco encuestadas (18,5%) dice haberse sentido acosada en su entorno laboral, sobre todo a través de insinuaciones (40%), aunque también mediante contacto físico innecesario y no deseado (20%) y comentarios sexistas (20%) (Gráfico 2). En este sentido, y como hemos señalado anteriormente, la Federación Internacional de Periodistas (s.f.) ya constató que las periodistas se enfrentan a situaciones violentas y acoso cada día. Pero entre nuestras encuestadas también se dan casos de mujeres que eligen la opción de “Otro” y no se consideran víctimas de acoso, si bien sí sienten algo que se asemeja más a un estado de “agobio”. El no percibir este estado como un síntoma de acoso estaría evidenciando que, a pesar de que el acoso laboral es cada vez más objeto de debate público, algunas mujeres aún no tienen una percepción clara sobre su verdadero significado.

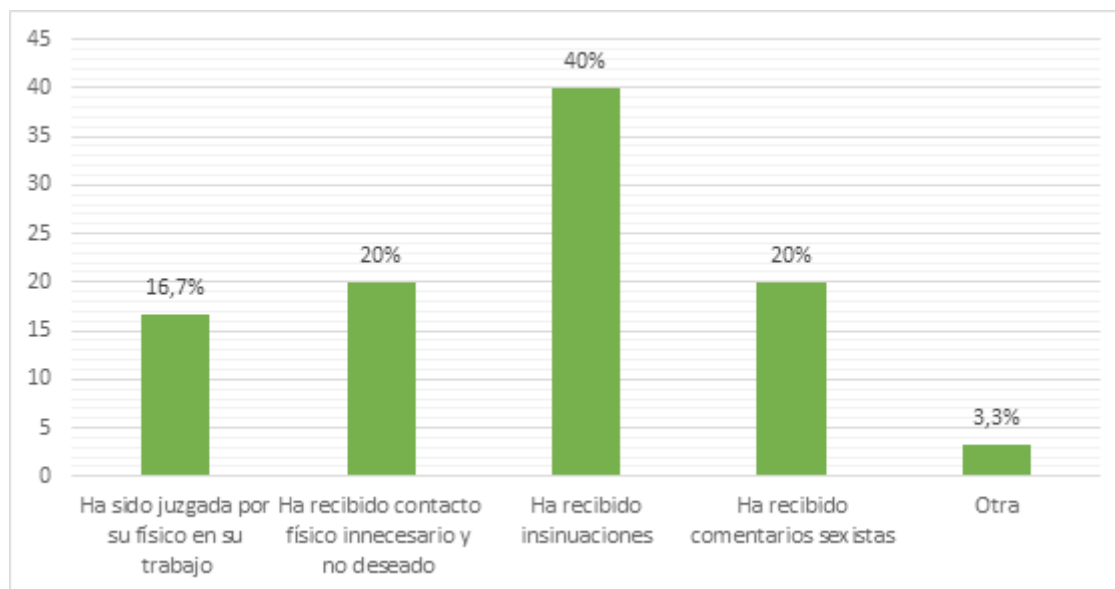


Figura 2. Formas de acoso en la empresa. Fuente: elaboración propia

Por otra parte, casi la totalidad de las periodistas (90%) aseguran que no reciben ningún tipo de pauta para utilizar un lenguaje incluyente y no sexista al informar. Además, dos tercios (66%) afirman que, en general, sus empresas no atienden a la igualdad de género. Y al ser preguntadas si, al sentirse acosadas, sus empresas pusieron soluciones al respecto tras conocer lo sucedido, el porcentaje de respuestas negativas asciende considerablemente (84,2%). Esto choca frontalmente con las medidas para casos de acoso moral y sexual que contempla el Plan de Igualdad de *ABC* y con las destinadas a prevenir y eliminar todo tipo de acoso, así como para dar a conocer a sus trabajadora/es el protocolo al respecto, en el caso de *El País* y *El Mundo* (Tabla 1).

Finalmente, lo que de entrada podría haber resultado sorprendente, en vista de los resultados obtenidos parece incluso esperable: un 59,2% de las encuestadas ni siquiera son conocedoras de que sus empresas cuentan con un plan de igualdad. Y ello a pesar de que, como puede comprobarse en la Tabla 1, los planes de los diarios donde trabajan incluyen algún tipo de mecanismo de seguimiento, evaluación periódica y/o difusión de las medidas del plan entre su plantilla.

#### 4. Conclusiones

Complementando a los escasos estudios que se han hecho sobre mujeres periodistas en España, este trabajo indaga en las percepciones que tienen profesionales de los diarios *El País*, *El Mundo* y *ABC* sobre la desigualdad de género en su entorno laboral. A diferencia de trabajos anteriores, contextualiza dichas percepciones dentro del marco de planes de igualdad que la Ley Orgánica 3/2007 establece para las empresas. También aborda situaciones que no han sido analizadas antes dentro del gremio periodístico, como las dificultades para la conciliación, el acoso y otras formas de machismo.

Las respuestas obtenidas de la encuesta realizada permiten describir a las mujeres objeto de estudio como unas profesionales mayoritariamente de entre 30 y 50 años y con formación universitaria en comunicación. Son madres –sobre todo de más de 40 años– poco más de la mitad, de las que una gran parte tienen que recurrir a alguien para el cuidado de sus hijos. Son muchas más las que ocupan puestos de redactoras o reporteras que las jefas de sección o las subdirectoras, aunque no pocas optan por ser periodistas *freelance*. Algo más de la mitad llevan menos de 10 años en la misma empresa y, aunque la mayoría tienen un contrato indefinido, casi dos tercios de estas aseguran que se encuentran con un

techo de cristal que limita sus posibilidades de ascender. Además de la desigualdad salarial, la mayoría aseguran que el trato hacia las mujeres en el trabajo es distinto en aspectos como la mayor facilidad que tienen ellos para alcanzar puestos más altos.

Una gran parte de estas profesionales, y en todas las franjas de edad, consideran que hay presencia de machismo en alguna medida dentro del gremio periodístico. Casi una de cada cinco asegura haberse sentido acosada en su entorno laboral, aunque también las hay que ni siquiera perciben lo que sienten como acoso sino como una especie de estado de “agobio”. Además, muchas coinciden en considerar que sus empresas no atienden a la igualdad de género: casi la totalidad aseguran que no reciben ningún tipo de pauta para utilizar un lenguaje incluyente y no sexista al informar y la mayoría lamentan que sus empresas no tomaran medidas tras conocer la existencia de casos de acoso.

Los resultados obtenidos no solo evidencian la existencia de un techo de cristal, menor acceso femenino a puestos de mando y desigualdad salarial entre hombres y mujeres en las empresas de las encuestadas. También confirman nuestra hipótesis de que las periodistas estarían sufriendo otros problemas derivados de la desigualdad de género hasta ahora no constatados en este colectivo: dificultades para la conciliación del trabajo con la vida familiar, presencia acoso y otras manifestaciones de machismo.

Otro hallazgo particularmente revelador es que más de la mitad de las periodistas desconocen que los medios donde trabajan cuentan con planes de igualdad. Esto es doblemente preocupante: por una parte, lleva a pensar que la actitud de las empresas hacia sus trabajadoras no se corresponde con lo que reflejan sobre el papel; por otra parte, el hecho de que el personal –tanto mujeres como hombres– no sea informado sobre estos planes dificulta avanzar hacia la igualdad. En el caso de los protocolos de acoso, el no divulgarlos estaría contribuyendo a perpetuar las actitudes machistas e, incluso, el desconocimiento del verdadero significado del concepto de acoso por parte de mujeres y hombres.

En definitiva, y a la vista de las opiniones expresadas por las encuestadas, el papel de sus empresas de velar por la igualdad entre hombres y mujeres y servir de garantía para el buen ambiente laboral, sería cuestionable. Ni las recomendaciones que hizo la Unión Europea hace más de una década para que las empresas periodísticas españolas mejorasen su lenta adopción de políticas para la igualdad de género y contra el acoso, ni la existencia de planes de igualdad –obligatorios por ley– en los diarios de este trabajo, parecen estar dando frutos para progresar en la igualdad de género.

En cuanto a las limitaciones del estudio, una de ellas es que el número de mujeres encuestadas impide generalizar sobre el conjunto de periodistas de prensa en España. Además, las dificultades para acceder a ellas han impedido estratificar la muestra y, por tanto, no sería posible establecer comparaciones rigurosas entre los tres diarios en el caso de que ese fuera el objetivo del estudio. Sin embargo, los datos obtenidos sobre las dificultades para conciliar o sobre la presencia de machismo y acoso abren una puerta a futuras investigaciones que podrían ahondar en estos problemas. Cabe preguntarse, además, si el contraste entre las percepciones de las periodistas y el contenido de los planes de igualdad de sus empresas se estará produciendo también en otro tipo de medios y otros países. Del mismo modo, sería interesante repetir el estudio más adelante para comprobar si se han producido cambios, ya que *El País* creó una cartera de Género pocos meses después de haber realizado la encuesta y también hemos constatado que *El País* y *ABC* prevén actualizar sus planes de igualdad.

## **Bibliografía**

Asociación de la Prensa de Madrid (2017). *Informe Anual de la Profesión Periodística 2017*. Madrid: APM.

Asociación de la Prensa de Madrid (2020). *Informe Anual de la Profesión Periodística 2020*. Madrid: APM.

Asociación para la investigación de medios de comunicación (2018). *Estudio General de Medios. Resumen General. Febrero a noviembre 2018*. Madrid: AIMC. Disponible en: <https://cutt.ly/WsP5hCz> [Consulta: 4 mayo de 2019]

Berganza, R. (2002). “Mujeres y medios de comunicación”, *Seminario “La mujer en un mundo globalizado”*. Pamplona (España), del 14 de enero de 2002. Disponible en <https://cutt.ly/2sP7aXq> [Consulta: 9 de diciembre de 2019]

Burin, M. (2007). El techo de cristal en la carrera laboral de las mujeres. Acerca del deseo de poder en las mujeres. En M. Alizade y B. Seelig (Comps.), *El techo de cristal. Perspectivas psicoanalíticas sobre las mujeres y el poder* (pp. 103-122). Buenos Aires: Lumen.

Burin, M. (2012). *Laberintos de cristal en la carrera laboral de las mujeres, el rol de las mentoras*. Disponible en <https://cutt.ly/qsP489n> [Consulta: 20 de enero de 2020]

Caro, F.J. (2010). Segregación vertical y horizontal de las mujeres en las empresas periodísticas. En: R. Mancinas y A.I. Nogales-Bocio (Coords.), *La mujer en el espejo mediático. I Jornadas Universitarias: el mediotrato femenino* (pp. 34-39). Sevilla: Asociación Universitaria Comunicación y Cultura.

Cobano-Delgado, V. (2018). Atención a la infancia y conciliación familiar laboral en España. En E. López-Meneses et al. (Dirs.), *IV Congreso Virtual Internacional sobre Innovación Pedagógica y Praxis Educativa INNOVAGOGÍA 2018* (pp. 3.459-3.470). Barcelona: Octaedro.

Comisión Europea (2012). *Women in decision-making positions. Special Eurobarometer 376*. Disponible en: <https://cutt.ly/FsP4PBa> [Consulta: 20 de febrero de 2019]

Consejo de Europa (2017). *The status of journalists in Europe*. Disponible en: <https://cutt.ly/ssP4kJR> [Consulta: 2 de febrero, de 2019]

Criado, E. (2012). *Mujeres sin poder en los medios de comunicación* (tesis de máster). Universitat Jaume I. Disponible en: <https://cutt.ly/WsP85cg> [Consulta: 15 de marzo de 2019]

- De-Bruin, M. (2000). Gender, Organizational and Professional Identities in Journalism. *Journalism*, 1, 217-238.
- De-Miguel, R., Hanitzsch, T., Parratt, S. y Berganza, R. (2017). Women journalists in Spain: An analysis of the sociodemographic features of the gender gap. *El Profesional de la Información*, 26(3), 497-506. Disponible en: <https://doi.org/10.3145/epi.2017.may.16> [Consulta: 2 de enero de 2020]
- De-Miguel, R., Parratt, S. y Berganza, R. (2019). Las percepciones de las mujeres periodistas sobre su trabajo. La variable género en la cultura profesional. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, 1.818-1.833. Disponible en: <https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1412-95> [Consulta: 2 de enero de 2020]
- Federación internacional de periodistas (s.f.). “¡Alto a la violencia de género en el trabajo! Apoyen un convenio de la OIT”. Disponible en: <https://url2.cl/JtsHc> [Consulta: 17 de febrero de 2019]
- Fernández-Porta, E. (2017). El papel de las mujeres en el periodismo y los medios de comunicación. Disponible en: <https://cutt.ly/XsP39LR> [Consulta: 30 de marzo de 2019]
- Gallego, J. (2003). Producción informativa y transmisión de estereotipos de género en la prensa diaria. *Comunicación y sociedad*, 16(2), 49-66.
- García-Garrido, M.S. (2017). *La incidencia de la crisis en la mujer periodista en la prensa informativa (2008-2013)* (tesis doctoral). Disponible en: <https://eprints.ucm.es/41506/> [Consulta: 12 de mayo de 2019]
- Garrido, C. (2008). La dura realidad profesional de las mujeres periodistas. En I. Menéndez (Ed.), *Agencias de género: Comunicadoras en el mundo* (pp. 121-134). Madrid: Ameco.
- Grant, J. (1988) Women as managers: What they can offer to organizations. *Organizational Dynamics*, 16, 56-63.
- Hanitzsch, T. y Hanusch, F. (2012). Does Gender Determine Journalists' Professional Views? A reassessment based on cross-national evidence. *European Journal of Communication*, 27(3), 257-277. Disponible en: <https://doi.org/10.1177/0267323112454804> [Consulta: 16 de diciembre de 2019]
- International Women's Media Foundation (IWWMF) (2011). *Global Report on the Status of Women in the News Media*. Disponible en: <https://cutt.ly/osP3YbD> [Consulta: 16 de junio de 2019]
- Iranzo-Cabrera, María (2020). #lasperiodistasparamos, gestación de una conciencia profesional feminista. *El profesional de la información*, 29(2), e290222. Disponible en: <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.22> [Consulta: 19 de marzo de 2021]



- Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres. BOE, 71. Disponible en: <https://cutt.ly/IsP3dS3> [Consulta: 16 de junio de 2019]
- López-Díez, P. (2008). Los medios y la representación de género: Algunas propuestas para avanzar. *Feminismos*, 11, 95-108. Disponible en: <https://doi.org/10.14198/fem.2008.11.06> [Consulta: 17 de abril de 2020]
- Martín, X. (2019, 18 de diciembre). Informe de la Profesión Periodística 2019: Aumenta un 2,6% el paro de los periodistas, tras seis años de caída. *Asociación de Prensa de Madrid*. Disponible en: <https://cutt.ly/osP9Lvn> [Consulta: 12 de diciembre de 2019]
- Ministerio de Empleo y Seguridad Social (2012, 23 de enero). Resolución 1655/2012, por la que se registra y publica el Convenio colectivo de Ediciones El País, SL. BOE núm. 29. Disponible en: <https://www.boe.es/boe/dias/2012/02/03/pdfs/BOE-A-2012-1655.pdf> [Consulta: 17 de abril de 2020]
- Ministerio de Empleo y Seguridad Social (2017, 7 de octubre). Resolución 11521/2017, por la que se registra y publica el Convenio colectivo del Grupo Unidad Editorial. BOE núm. 242. Disponible en: <https://www.boe.es/boe/dias/2017/10/07/pdfs/BOE-A-2017-11521.pdf> [Consulta: 17 de abril de 2020]
- Ministerio de Empleo y Seguridad Social (2018, 22 de febrero). Resolución 3155/2018, por la que se registra y publica el VI Convenio colectivo de Diario ABC, SL. BOE núm. 57. Disponible en: <https://www.boe.es/boe/dias/2018/03/06/pdfs/BOE-A-2018-3155.pdf> [Consulta: 17 de abril de 2020]
- Navarro, L., Ross, K. y Saitta, E. (2019). Stereotypes in Journalistic Practice. *Sur le journalisme*, 8(2). Disponible en: <https://doi.org/10.25200/SLJ.v8.n2.2019.397> [Consulta: 14 de febrero de 2020]
- Padovani, C. y Ross, K. (2019). Advancing gender equality in media industries: an innovative European approach. *Interdisciplina*, 7(17), 87-98. Disponible en: <http://www.revistas.unam.mx/index.php/inter/article/view/67521> [Consulta: 12 de diciembre de 2019]
- Parlamento Europeo (2018). *Gender Equality in the media Sector*. Disponible en: <https://cutt.ly/HsP9xJF> [Consulta: 12 de diciembre de 2019]
- Requena, A., Gonzalo, M., Belmonte, E., Bernardo, A., García, P., Ramírez, C.E.,...Álvarez, V. (2018). *Las periodistas paramos*. Disponible en: <https://lasperiodistasparamos.wordpress.com/> [Consulta: 6 de diciembre de 2019]

- Rivero, D., Meso, K. y Peña, S. (2015). La feminización de los estudios de Periodismo: análisis del caso español. *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, 566-583. Disponible en: <https://doi.org/10.4185/RLCS-2015-1060> [Consulta: 3 de enero de 2020]
- Ross, K. (2001). Women at work: journalism as an engendered practice. *Journalism Studies*, 2(4), 531-544. Disponible en: <https://doi.org/10.1080/14616700120086404> [Consulta: 6 de diciembre de 2019]
- Rovetto, F. (2017). Igualdad de oportunidades y trabajo periodístico. Retos, retóricas y obstáculos. *Revista internacional de Comunicación y Desarrollo*, 6, 35-46. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.15304/ricd.2.6.3976> [Consulta: 3 de enero de 2020]
- Serrano, J. (2005). La incorporación de la mujer a la profesión periodística en España. Crítica a la hipótesis de la feminización. *Revista F@ro*, 2. Disponible en: [http://web.upla.cl/revistafaro/n2/02\\_soriano.htm](http://web.upla.cl/revistafaro/n2/02_soriano.htm) [Consulta: 3 de febrero de 2019]
- Sierra, F. (2008). Investigando sobre el género. En F. Loscertales y T. Núñez (Coords.), *Los medios de comunicación con mirada de género* (pp. 19-26). Sevilla: Instituto Andaluz de la Mujer.
- Soriano, J. (2005). La incorporación de la mujer a la profesión periodística en España. Crítica a la hipótesis de la feminización. *Revista F@ro*, 2. Disponible en: <https://cutt.ly/6sP2Xli> [Consulta: 2 de febrero de 2020]
- Sosa, A., Galarza, E. y Castro, A. (2019). Acción colectiva ciberactivista de “Las periodistas paramos” para la huelga feminista del 8M en España. *Comunicación y Sociedad*, e7287. Disponible en: <https://doi.org/10.32870/cys.v2019i0.7287> [Consulta: 6 de diciembre de 2019]
- Vinuesa, L. (2005). La encuesta. Observación extensiva de la realidad social. En R. Berganza y J.A. Ruiz (Coords.), *Investigar en comunicación* (pp.177-206). Madrid: McGraw Hill.

## Anexo

### Cuestionario sobre la situación laboral de las periodistas

1. Medio en el que trabaja
  - *El Mundo*
  - *El País*
  - *ABC*
2. Edad
  - 18 - 22
  - 23 - 30
  - 30 - 40
  - 40 - 50
  - 50 -60
  - >60
3. Nivel de estudios
  - Secundaria
  - Grado
  - Doctorado
  - Otro:
4. ¿Tiene un grado o licenciatura en Periodismo o Ciencias de la información?
  - Sí
  - No
5. Estado civil
  - Soltera
  - Casada
  - Separada
  - Divorciada
  - Viuda
  - Convive con su pareja
6. ¿Tiene hijos?
  - Sí
  - No
7. En caso de que los tenga, cuando usted trabaja, ¿quién cuida de ellos?
  - Pareja
  - Familiar
  - Cuidador
  - Otro:
8. ¿Desde cuándo trabaja en esta empresa?
  - < 5 años
  - 5 - 10 años
  - 10 -15 años
  - 15 - 20 años
  - 20 años
9. Tipo de contrato
  - Prácticas
  - Temporal
  - Indefinido

10. Nivel de escala, puesto que ocupa en la empresa
  - Directora
  - Subdirectora
  - Jefa de sección
  - Jefa de redacción
  - Redactora / Reportera
  - Periodista *freelance*
  - Corresponsal
  - Fotógrafa
  - Gerencia Comercial
  - Diseñadora
  - Otro:
11. ¿Tiene posibilidades de ascender en su trabajo?
  - Sí
  - No
12. Sección en la que trabaja
  - Internacional
  - España
  - Economía
  - Cultura
  - Gente
  - Deportes
  - Tecnología
  - Opinión
  - Ciencia
  - Otra:
13. ¿Ha sentido que hay diferente trato entre hombres y mujeres en su trabajo?
  - Sí
  - No
14. Si ha marcado sí, ¿en qué considera que hay distinto trato?
  - Las mujeres tienen menos posibilidades de ser contratadas en el proceso de selección
  - Las mujeres se promocionan menos
  - Las mujeres acceden menos a cursos de formación
  - Es más fácil para los hombres alcanzar puestos más altos
  - Otro
15. ¿Hay igualdad en los salarios entre hombres y mujeres que realizan el mismo trabajo? Deje la casilla en blanco si desconoce la respuesta.
  - Sí
  - No
16. ¿Se ha sentido acosada en la empresa?
  - Sí
  - No
17. En el caso de haberse sentido acosada, ¿cuál fue el motivo?
  - Ha sido juzgada por su físico en su trabajo
  - Ha recibido peticiones sexuales directas
  - Ha recibido contacto físico innecesario y no deseado
  - Ha recibido insinuaciones
  - Otro

18. En el caso de haber sido acosada, ¿la empresa puso soluciones?
  - Sí
  - No
19. ¿Cree que hay presencia de machismo o sexismo en su trabajo en menor o mayor medida?
  - Sí
  - No
20. ¿Considera que es necesario un plan de igualdad laboral?
  - Sí
  - No
21. ¿Sabe si la empresa en la que trabaja tiene una política de igualdad?
  - Sí
  - No
22. En su opinión, ¿la empresa atiende a la igualdad de género?
  - Sí
  - No
23. ¿La empresa le da pautas para utilizar un lenguaje incluyente y no sexista al informar?
  - Sí
  - No
24. ¿Conoce si favorece la empresa la conciliación de la vida laboral y familiar?
  - Sí
  - No
25. ¿Sabe si hay algún tipo de apoyo a las madres trabajadoras?
  - Sí
  - No
26. En el caso de que sí hubiera, marque la casilla
  - Guardería
  - Posibilidad de trabajar desde casa
  - Flexibilidad en el horario de entrada y salida
  - Reducción de jornada
  - Periodos de vacaciones flexibles
  - Permitida la ausencia por emergencia familiar
  - Adaptación del horario laboral al escolar
  - Permiso de lactancia
  - Baja compartida
  - Baja maternal a tiempo parcial
  - Excedencia
  - Otro:
27. ¿Conoce si hay algún caso de despido por maternidad?
  - Sí
  - No
28. ¿La empresa le transmite seguridad en la estabilidad de su trabajo?
  - Sí
  - No
29. ¿Considera que la mujer lo tiene más difícil que el hombre para crecer en el periodismo?
  - Sí
  - No
30. ¿Considera que hay machismo en el gremio?
  - Sí
  - No