



COMUNICACIÓN E IGUALDAD: UNA APUESTA POR LA FORMACIÓN INTEGRADORA EN LA UNIVERSIDAD DEL PAÍS VASCO (UPV/EHU)

María José Cantalapiedra González
Profesora titular de la Universidad del País Vasco (UPV/EHU)
mariajose.cantalapiedra@ehu.es

Iñigo Marauri Castillo
Profesor adjunto de la Universidad del País Vasco (UPV/EHU)
inigo.marauri@ehu.es

Leire Iturregui Mardaras
Profesora adjunta de la Universidad del País Vasco (UPV/EHU)
leire.iturregui@ehu.es

María Ruiz Aranguren
Investigadora predoctoral de la Universidad del País Vasco (UPV/EHU)
maria.ruiza@ehu.es

Resumen: la comunicación de masas influye de forma notoria en la conformación del imaginario de la ciudadanía. De ahí la necesidad de contar con ella en la evolución o transformación de pautas, visiones y comportamientos sociales. La igualdad entre hombres y mujeres no es una excepción a esta realidad. La formación de profesionales de la comunicación que reconozcan, asuman y apliquen en su día a día este principio redundará en pro de una equiparación cada vez más real y menos teórica. En esta comunicación se recogen las líneas maestras de un proyecto de investigación que tiene como objetivo materializar una apuesta por la formación integradora y transversal en igualdad del alumnado de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación del País Vasco (UPV/EHU).

Palabras claves: formación integradora, igualdad, alumnado, comunicación, Universidad del País Vasco

1. Introducción

El proyecto “Educación en perspectiva de género: nueva herramienta para la erradicación de los contenidos sexistas de los medios de comunicación de masas” pretende a lo largo de los dos próximos años colaborar en el diseño de un modelo formativo que introduzca la perspectiva de género en la preparación de las futuras y los futuros profesionales de la comunicación. Se busca con ello evitar la difusión de contenidos sexistas desde los medios de comunicación y la publicidad.

Los medios de comunicación se han catalogado como el cuarto poder, pero desde el punto de vista de la conformación de imaginarios colectivos y de la creación de corrientes de pensamiento, podríamos definirlos como el agente social con mayor poder. Modificar las prácticas informativas resulta vital para crear una conciencia social que promueva la igualdad entre mujeres y hombres. Educar al alumnado de Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad en perspectiva de género supone la traslación de criterios informativos igualitarios ya en el estamento académico, es decir, aquel en el que adquieren por primera vez las nociones sobre las que girarán sus futuras rutinas profesionales.

La Universidad tiene una gran responsabilidad como institución educativa y la igualdad representa uno de los grandes retos sociales de la actualidad. La comunidad académica debe por ello situarse en el grupo de vanguardia de este cambio.



2. Objetivos

El principal objetivo del proyecto de investigación que protagoniza la presente comunicación se centra en materializar una apuesta por la formación integradora y transversal en igualdad del alumnado de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación del País Vasco (UPV/EHU).

Con este fin, se han establecido como metas principales el diseño de pautas formativas basadas en la igualdad de género; la realización de un diagnóstico de las necesidades formativas del alumnado en este campo; la elaboración de un plan de actuación que facilite la adquisición de una formación básica en igualdad; y la propuesta de un plan docente con aquellas asignaturas en las que resulte posible y prioritario integrar la perspectiva de género.

3. Metodología

En un primer estadio se identificará un marco legislativo que sirva para encuadrar el proyecto de investigación dentro de las recomendaciones y propuestas para la consecución de la igualdad entre mujeres y hombres que se recogen en distintos documentos institucionales. Este marco legislativo servirá para significar la importancia de materializar un proyecto de investigación sobre igualdad y comunicación en la Universidad.

La elaboración de un marco teórico sobre género y comunicación ayudará a ubicar el proyecto en las tendencias de investigación de última generación. Se creará un mapa sobre los estudios realizados hasta el momento, los indicadores utilizados, los ámbitos de análisis que precisan un mayor desarrollo y la línea de investigación que se debe adoptar en un nuevo estadio.

Respecto al trabajo de campo necesario para elaborar los materiales entregables de este proyecto, se abordará cada uno de ellos desde distintas perspectivas metodológicas que se adaptarán a las necesidades específicas en cada caso.

- Informe sobre las necesidades formativas del alumnado en materia de igualdad: En el curso académico 2010-1011 realizamos un proyecto piloto, en colaboración con la Dirección de Igualdad de la UPV-EHU, en el que se encargó al alumnado que cursaba la asignatura obligatoria de Géneros Informativos la elaboración de un reportaje sobre igualdad. Posteriormente, los reportajes fueron analizados por expertas en igualdad para explicar en las aulas los errores detectados en relación a la perspectiva de género. Además se organizó una jornada participante en la que se comentaron estos aspectos y en la que el alumnado expresó sus opiniones al respecto. La intención es ampliar y mejorar este trabajo en el curso 2013-2014. Para la elaboración de este informe será necesario aplicar una metodología cuantitativa en el análisis de contenido de los reportajes y una metodología cualitativa de análisis del discurso de la participación de las jornadas. Con los resultados obtenidos, se elaborará el primer informe sobre las necesidades formativas del alumnado en materia de igualdad, que servirá de guía para el desarrollo del resto de tareas del proyecto.
- Informe de las asignaturas en las que aplicar el proyecto de investigación: Para elaborar este informe será necesario un estudio relacional minucioso de los planes docentes de los grados de comunicación para determinar en qué asignaturas aplicar el proyecto y qué temática adaptar en cada una de ellas.



- Manual didáctico sobre perspectiva de género: Este punto está íntimamente relacionado con la elaboración del informe de las asignaturas en las que aplicar el proyecto de investigación. Con la selección de asignaturas permeables al proyecto y el tipo de contenido a adaptar en cada caso como guías, se efectuará un rastreo bibliográfico que permita dotar de un marco teórico a cada una de las temáticas. Asimismo, se crearán materiales docentes prácticos para que el alumnado pueda poner en práctica los conocimientos teóricos.
- Manual de consulta para la transferencia del proyecto de investigación: Conscientes de la importancia de la igualdad en todos los estudios y centros de la Universidad española, desde esta investigación se irán recogiendo detalladamente todos los pasos seguidos para realizar el proyecto. Así, aquellas Universidades y/o centros interesados en desarrollar iniciativas similares podrán consultar la metodología y las fases de este proyecto para aplicarlas a sus necesidades concretas.
- Informe sobre los beneficios para el alumnado y la Facultad: En esta última fase se emplearán técnicas de investigación cualitativa con el fin de conocer las percepciones del alumnado. Al final del proyecto se le entregará al alumnado una serie de reportajes, algunos con perspectiva de género y otros sin ella, para su corrección. De esta manera, se podrá comprobar si la formación recibida alimenta la capacidad de análisis crítico sobre la igualdad en la elaboración de contenidos informativos y publicitarios. Los beneficios para la sociedad se desprenderán de este mismo análisis, ya que contar con una nueva generación de periodistas formados en perspectiva de género supone el primer paso para trasladar la igualdad en los medios de comunicación.
- Plan de actuación: Para el diseño del plan de actuación, el grupo de investigación realizará un estudio exploratorio entre el alumnado. Para ello, además de revisar las técnicas participantes emergentes como el World Café o el coaching, se encuestará al alumnado para que sean sus propuestas las que ayuden a elaborar un plan de actuación adecuado a sus demandas y que, por lo tanto, facilite la consecución de los objetivos previstos.

4. Estado de la cuestión

Al igual que ha sucedido con las políticas de igualdad, las investigaciones sobre la imagen que los medios de comunicación difunden sobre las mujeres han sido impulsadas en un principio por las instituciones. Los estudios sobre igualdad en medios de comunicación se han interesado, sobre todo, por los medios tradicionales y la publicidad y, más recientemente, por los productos de las industrias culturales y por las nuevas tecnologías de la información. A pesar de la evolución que ha experimentado este campo de análisis, los objetivos y la metodología se ha dirigido a contabilizar presencias y ausencias.

Tal y como señala Menéndez (2008:127), las conclusiones de la mayoría de trabajos elaborados estos años no pueden escapar al pesimismo. En ellos se constata que, pese a la evolución de la situación de las mujeres en la sociedad, el cambio de roles y los avances formales en igualdad, los medios de comunicación continúan ofreciendo imágenes estereotipadas, inexactas y a veces violentas.

Fruto de la situación descrita, género y comunicación es una especialidad en la que predomina una perspectiva funcionalista, muy orientada a la sensibilización y la denuncia de la situación femenina. Lo antedicho se traduce en muchos trabajos empíricos, de metodología cuantitativa, muy útil para situar el problema y visibilizar la



situación de los profesionales en los medios. Es el caso del estudio de Natividad Abril sobre La participación de las mujeres en los medios de comunicación de Euskadi y la publicidad, el informe sobre La situación profesional y laboral de los periodistas vascos de Ofa Bezunartea, María José Cantalapiedra y César Coca, el Diagnóstico de la Profesión Periodística en Aragón elaborado por la Asociación de Prensa de Aragón, El Llibre Blanc de la Professió Periodística a Catalunya o el informe elaborado por el Instituto Nacional de la Mujer sobre Imágenes de las mujeres en los medios de comunicación.

Sin embargo, es conveniente dar un paso más adelante y progresar en perspectivas cualitativas que avancen en el establecimiento de herramientas conceptuales y de estudios de estructuras. Por ello, sería deseable impulsar la investigación en la universidad (Menéndez, 2008:127).

En contra de lo que podríamos presuponer, los estudios desarrollados sobre esta materia a nivel internacional presentan prácticamente las mismas carencias que las investigaciones nacionales. En los países nórdicos, en especial en Suecia y Finlandia, se han gestado desde 1990 una gran cantidad de investigaciones sobre género y comunicación. La mayor parte de estos estudios versan sobre el análisis de contenido en prensa, radio y televisión, y la mayoría se detiene en una sola fase del proceso productivo de los medios de comunicación: el resultado final. La investigación sobre el contenido de la prensa se centra en la información y la publicidad, mientras que los estudios sobre televisión se concentran casi exclusivamente en la audiencia de los programas de entretenimiento e informativos (Instituto de la Mujer, 1997:52).

A pesar de la cantidad de estudios que se han realizado, las investigaciones presentan una visión muy fragmentada de la representación del género en los medios de comunicación (Instituto de la Mujer, 1997:54).

A nivel general, los estudios sobre género y comunicación se han centrado en el análisis de contenido de los medios para demostrar la difusión de informaciones sexistas. Ahora bien, en los últimos años las nuevas tendencias de investigación analizan presencias y ausencias de mujeres periodistas en los distintos niveles de la producción informativa. Las principales lagunas se hallan en el estudio del proceso de producción desde la fase inicial del aprendizaje para, con posterioridad, determinar en qué punto y bajo qué parámetros se empieza a dibujar la elaboración de contenidos sexistas en los medios.

Ya en la IV Conferencia de las Naciones Unidas sobre las Mujeres, celebrada en 1995 y organizada por la Plataforma para la Acción, se denunció que el apartado Mujeres y Medios de comunicación era el más descuidado de los objetivos establecidos en la Plataforma de Pekín por la Unión Europea. Como solución a esta situación, plantean en su artículo tercero el uso de las instituciones de enseñanza sobre medios de comunicación como mecanismo efectivo para mitigar y/o anular las imágenes y contenidos sexistas que difunden los medios de comunicación.

Esa visión se ha interiorizado en la normativa asociada a la igualdad. La Ley vasca 4/2005, del 18 de febrero, y la Ley Orgánica 3/2007, del 22 de marzo, para la Igualdad de Mujeres y Hombres establecen en el artículo 33.2 y el artículo 25, respectivamente, que las administraciones públicas competentes fomentarán en el ámbito de la educación superior la enseñanza y la investigación sobre el significado y el alcance de la igualdad de hombres y mujeres.

En esta línea, la UPV/EHU expone en su Plan de Igualdad que asume, por su papel de institución transmisora de valores y sancionadora del saber, una especial responsabilidad en hacer efectivo el derecho a la igualdad de mujeres y hombres. Para lograr este fin, el Plan propone incorporar el enfoque de género en toda la actividad universitaria y define a la docencia como herramienta de mayor efectividad para lograr este objetivo.



Por ello, resulta de interés conocer la presencia o ausencia de contenidos y competencias que tengan en cuenta la perspectiva de género en los planes de estudios adaptados al Espacio Europeo de Educación Superior (EES) -grados y postgrados-, así como el análisis de los conocimientos, las destrezas y las competencias que alcanzará el alumnado. Para la consecución de estos objetivos, la UPV/EHU considera prioritarias tres actuaciones.

Una de ellas consiste precisamente en integrar la perspectiva de género en la creación y transmisión del conocimiento. En esa labor se encuadra el estudio de la práctica educativa aplicada en los centros y titulaciones para poder elaborar indicadores de evaluación tanto de los avances en esta materia, como de los proyectos de innovación o programas docentes y su adecuación al objeto perseguido; y de establecer cursos de formación que respondan convenientemente a las necesidades detectadas.

El Plan de Igualdad de la UPV/EHU pretende así impulsar una serie de acciones entre las que se destacan elaborar una guía de apoyo, dirigida al personal docente para la integración de la perspectiva de género en sus materias; fomentar la elaboración de materiales docentes que incorporen la perspectiva de género; y hacer propuestas para la creación de ayudas mediante documentos-compromisos con centros y departamentos que desarrollen proyectos para la igualdad de trato y oportunidades de mujeres y hombres.

5. Resultados

A lo largo del curso 2013-2014, el objetivo planteado por el equipo del proyecto de investigación es conocer la visión de las nuevas promociones de estudiantes del área de Comunicación ante la igualdad, por un lado, y la perspectiva de género, por otro. Para ello, se ha tomado como referencia la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la UPV/EHU, en concreto, el alumnado de los grados de Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad y Relaciones Públicas que cursa asignaturas vinculadas con la redacción periodística.

Tanto en el primer como en el segundo cuatrimestre se ha encargado al alumnado que elabore textos periodísticos, fundamentalmente reportajes, con la igualdad y la perspectiva de género como protagonistas. El tema se ha prefijado, no así el enfoque y redacción.

Un grupo de expertas analizará desde la perspectiva de género el conjunto de las más de 200 prácticas con las que se contará a final de curso. Con sus resultados, el equipo del proyecto de investigación elaborará un informe que permitirá conocer con mayor precisión las actitudes y las carencias del alumnado en este campo. Sus resultados permitirán establecer un diagnóstico sobre las deficiencias y las necesidades que se deben tomar en consideración para la inclusión de la perspectiva de género en la formación de profesionales de la comunicación.

Este trabajo tendrá como referencia y elemento de comparación los resultados del proyecto piloto realizado en el curso 2010-2011 con la colaboración de la Dirección de Igualdad de la UPV-EHU. El alumnado que cursaba entonces la asignatura obligatoria de Géneros Informativos recibió como encargo dentro de los trabajos prácticos que debían entregar la redacción de un reportaje con la igualdad como eje.

Con los datos obtenidos, el grupo de expertas de la empresa Oreka Sarea elaboró un informe que apuntaba tendencias, actitudes y comportamientos cuya vigencia o transformación comprobaremos con la primera parte de este proyecto. Las características más relevantes se han resumido en los siete apartados que aparecen a continuación.

1. Confusión entre igualdad de oportunidades y perspectiva de género



El análisis de los reportajes permitió constatar la confusión general del alumnado ante los conceptos de igualdad de oportunidades y perspectiva de género. Equiparaban el objetivo de las políticas de igualdad (la igualdad de oportunidades) con el marco de análisis de la realidad social (perspectiva de género).

2. Ausencia de referencias en los textos al movimiento feminista

Las expertas hallaron un patente desconocimiento sobre el feminismo en los textos analizados, desconocimiento materializado en afirmaciones erróneas o incompletas sobre esta línea de pensamiento; la carencia de fuentes asociadas con grupos feministas o entidades gubernamentales vinculadas con la igualdad; la ausencia de menciones explícitas a acciones, hechos o personas vinculadas al movimiento feminista.

3. Críticas al modelo sin romper el modelo

En el estudio de los reportajes se observó en un número significativo de textos la asunción del modelo masculino como el arquetipo ideal para las personas. Esta tendencia supone conceder de facto un mayor estatus social a los roles masculinizados.

Se constató como elemento positivo el protagonismo en los reportajes de mujeres que acceden a lo que ha sido, o continúa siendo, un coto reservado a hombres, y se valoró asimismo la denuncia de las dificultades a las que se enfrentan estas mujeres. No obstante, se alertó del peligro que supone recurrir a estereotipos para descalificar otros estereotipos. El ejemplo de la lucha de sexos fue uno de los más frecuentes.

También se previno de los riesgos que entraña el uso de excepciones para diluir la norma, con los casos de hombres maltratados por mujeres como principal muestra.

4. Mujeres objeto y mujeres sujeto

La mayor presencia de la mujer como objeto de la información, y no como sujeto, es otra de las constantes que se recogió en el informe. El estudio evidenció la presentación de la mujer como víctima, presentación aderezada con paternalismo y de doble victimización (responsables de su propia desgracia). Se observó también en los textos un mayor recurso a fuentes masculinas como expertos. En los modelos de mujer reflejados en los reportajes, primaron los casos de mujeres que desean acceder a ámbitos muy masculinizados, y los de mujeres que asumen grandes responsabilidades laborales y familiares. Por el contrario, escasearon los casos de mujeres que critican el modelo hegemónico.

5. La discriminación como excepción

Las diferencias entre la igualdad formal y la igualdad real aparecían desdibujadas en un número significativo de reportajes. Se observó una tendencia a idealizar el presente en contraste con la situación de la mujer en el pasado, así como a realzar el testimonio y las vivencias de mujeres que no se sienten discriminadas o que se muestran contrarias a la discriminación positiva.

6. La necesidad de una mayor y mejor documentación

La escasa y superficial documentación de parte de los textos analizados llamó la atención de las expertas.

7. Uso no sexista del lenguaje y confusión en la terminología

Se constató que, en la gran mayoría de los textos presentados, el lenguaje no sexista brilló por su ausencia. En todos los reportajes analizados primó el uso del masculino de forma genérico, y también se comprobó la limitación del femenino para referirse a mujeres o colectivos concretos.

Se detectó la presencia de constantes y graves confusiones terminológicas, así como falta de rigor en algunos conceptos utilizados.



6. Conclusiones

El proyecto de investigación al que hace referencia la presente comunicación está aún en su primera fase, por lo que el establecimiento de conclusiones resulta aún prematuro. Pese a ello, el trabajo de documentación previo y la labor desarrollada en el proyecto piloto en el curso 2010-2011 permiten establecer líneas de trabajo que los aquí firmantes aplicaremos en los dos próximos años.

Desde un punto de vista periodístico y desde la perspectiva de género, es imprescindible que el alumnado reciba formación en materia de igualdad con el objetivo de dotarle de herramientas para desarrollar su capacidad de análisis, investigación y contraste de la información que vayan a tratar en un futuro.

La transversalidad del género se perfila como objetivo a largo plazo. Debido a la formación contradictoria que el propio alumnado puede recibir en su proceso de formación, es imprescindible que la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la UPV/EHU promueva la introducción de la perspectiva de género de forma transversal en el mayor número de materias. Debido a la dificultad de este objetivo, se considera completamente necesario incluir al menos un número determinado de créditos ECTS vinculado con la formación en materia de igualdad.

Las posibilidades que brinda el Espacio Europeo de Educación Superior facilitan la introducción de una asignatura sobre perspectiva de género en las Universidades, debido a las transformaciones llevadas a cabo en la metodología de estudio y en las nuevas formas de conocimiento.

7. Bibliografía

Bach, M; Altés,E; Gallego,J; Plujá,M; Puig,M.(2000): *El sexo de la noticia*, Ed.Icaria, Barcelona.

Barrancos, Dora (1994): “Mujeres de Nuestra Tribuna: el difícil oficio de la diferencia”, en *Revista de Historia de las Mujeres*, Ed. Arenal en colaboración con la Universidad de Granada y el Ministerio de Asuntos Sociales; Instituto de la Mujer, vol.1.,nº2 (julio-diciembre), págs.273-292, Granada.

Bengoechea, M.(2004): “La comunicación femenina”, en *Formación y acreditación en consultoría para la igualdad de mujeres y hombres*, editado por Emakunde y el Fondo Social Europeo, Vitoria, pp.147-180.

Berganza, R. y Giménez, P. (2009): *Género y medios de comunicación*, Ed.Fragua, Madrid.

Biscarrat, L. (2008): “About the relevancy of gender and media Studies”; Congreso ECREA celebrado los días 25,26,27 y 28, Barcelona.

Boix, M. (2008): “La sociedad de la Información y la Comunicación, nuestra aliada”, en *25 años: Instituto de la Mujer (1938-2008)*, pp.93-98, Instituto de la Mujer, Madrid.

Browne, R. (2009): “La degeneración del género: crisis de la disciplina para unas comunicaciones indisciplinadas”, en *Comunicación y género*, Mercedes Arriaga (Ed), pp.11-21, ArCiBel editorial, Chile.

Butler, J.(1990): *Gender Trouble:Feminism and the Subversion of Identity*, Routledge, London.



- Butler, J. (2004): *Lenguaje, poder e identidad*, Ed.Síntesis, Madrid.
- Butterfield, D.A. Y Powell, G.N.(2002): “Gender and managerial stereotypes: Have the times changed?”, en *Journal of Management*, nº 28,177-193.
- Chocarro Marcesse, S. (2007): *Nosotras en el país de las comunicaciones*, ed.Icaria Antrazyt, Barcelona.
- García Albi, I. (2007):*Nosotras que contamos. Mujeres periodistas en España* ed. Plaza Janés, Barcelona.
- Guerrero, S.(2009): “Lengua y discurso en los medios de comunicación. Una reflexión desde la perspectiva de género”, en *Las mujeres y los medios de comunicación: Una mirada de veinte años (1989-2009)*; Trinidad Nuñez y Felicidad Loscertales (Eds),pp.38-57, Instituto Andaluz de la Mujer, Sevilla.
- Herranz, Y. (2006): *Igualdad bajo sospecha. El poder transformador de la educación*, ed.Narcea, Madrid.
- Holland, P (1998): “The politics of smile; Soft news, and the sexualisation of the popular press”; en Carter,C.; Branston,G.; y Stuart,A. *News, gender and power*, Routledge, Nueva York,pp.17-33.
- Jorge Alonso, A.(2004): *Mujeres en los medios, mujeres de los medios*, Icaria Editorial, Barcelona.
- Kurvinen, H. (2008): “Gendered divisions on the history of Finnish journalists”. Congreso IAMCR celebrado del 20-25 julio, sección Gender and communication; Estocolmo.
- Lasarte, M. (2008): “Formar a quien informa”, en *Las mujeres y los medios de comunicación*, revista Emakunde, nº junio 2008, pp-30-33, Ed. Emakunde-Instituto Vasco de la Mujer, Vitoria.
- Lobby Europeo de Mujeres (2004): *Pekín+10.Evaluación de la aplicación por la Unión Europea de la Plataforma de Acción de Pekín*, Ed.EWL- LEF, Bruselas, Bélgica.
- Lledó, E.(2004): “Nombrar a las mujeres, describir la realidad: la plenitud del discurso”, en *Formación y acreditación en consultoría para la igualdad de mujeres y hombres*, editado por Emakunde y el Fondo Social Europeo, Vitoria, pp.373-412.
- Luenenborg, M;Roeser,J;Maier.T;Mueller.K(2011): *Gender Analysis of Mediated Politics in Germany*, en *Gendered transformations. Theory and practices on gender and media*; Krijnen, T. Alvares, C; Van Bauwel, S.(Eds)pp. 57-79, Gutenberg Press, Malta.
- Menéndez, M. I.(2003): *El 4º Poder ¿Un poder de mujeres?*, Ed.Apel, Oviedo.
- Nyberg, A.(2004): *Desarrollo del modelo de dos sustentadores/dos cuidadores en Suecia: el papel del sistema de Educación Infantil y de los permisos parentales*, Centro de Estudios de Género de la Universidad de Estocolmo.
- Persson, I. (2003): “Género y economía en Suecia, en *El trabajo del género*”: *Las ciencias sociales ante el reto de las diferencias de sexo*, Editions La Découverte, Paris, Francia.



Ross, K. (2002): *Women, politics and media. Uneasy relations in comparative perspective*, Hampton, New Jersey.

Ruíz de Garibay, C. (2008): “Prensa con perspectiva de género”, en *Las mujeres y los medios de comunicación*, revista Emakunde, nº junio 2008, pp.47-50, Ed.Emakunde-Instituto Vasco de la Mujer, Vitoria.

Soriano, J., Cantón, M.J. y Díez, M.(2005): “La pseudofeminización de la profesión periodística en España”, publicado en la Revista zer, nº 19, pp.35-52.