



## LAS MUJERES PERIODISTAS EN LOS PUESTOS DE DIRECCIÓN: EL TECHO DE CRISTAL EN LA PRENSA ESCRITA

Ufarte Ruiz, María José  
Departamento de Periodismo II  
Universidad de Sevilla  
[mjufarte@hotmail.com](mailto:mjufarte@hotmail.com)

### RESUMEN:

Si bien en los últimos años se ha producido un cambio de perspectiva que desemboca en que las mujeres periodistas hayan ganado terreno en el mundo informativo, lo cierto es que su incidencia en los puestos directivos, y más especialmente en los de la prensa escrita, sigue siendo escasa. Ser mujer, periodista y disponer de tiempo suficiente para dedicar a la vida familiar son condiciones que se demuestran cada vez más difíciles de compaginar como consecuencia de la dedicación horaria que requiere el trabajo en las redacciones. Esta situación nos conduce a afirmar que dentro del periodismo escrito existe un 'techo de cristal', expresión que es cada vez más popular y que alude a la existencia de un obstáculo invisible que impide el progreso en la carrera profesional de las mujeres periodistas dentro de las empresas informativas, especialmente cuando se acercan a la cumbre. El presente trabajo versa su contenido sobre los diferentes problemas que aún siguen estando vigentes en la profesión tales como la incompatibilidad horaria. No hay que olvidar que la feminización de la prensa podría tener un efecto positivo, influyendo no sólo en la valoración de lo que es importante e interesante, sino también en la manera de contar y titular las noticias.

### PALABRAS CLAVE:

Mujeres, periodistas, discriminación, techo de cristal.



## INTRODUCCIÓN

Hoy por hoy, el número de mujeres periodistas que acceden anualmente al mercado laboral supera con creces al de los periodistas. No obstante, esta situación hay entenderla con ciertos matices porque a menudo no se corresponde con lo que sucede en el interior de las redacciones informativas y más especialmente en la prensa escrita. En este sentido, el objetivo de este artículo científico es el de determinar el papel que juega la mujer en los diferentes medios de comunicación.

Básicamente, se trata de radiografiar a partir del estudio de las principales referencias bibliográficas de los investigadores en la materia, la situación actual de las mujeres periodistas. Para ello, es necesario estudiar diferentes aspectos que sin ellos sería imposible entender tales como el contexto laboral en el que se desenvuelven, su incursión en el mundo de la información, la feminización que ha vivido la profesión o bien la integración en las redacciones informativas, entre otros temas.

Las mujeres han ganado terreno en el mundo periodístico pero su presencia en los puestos directivos aún sigue sido escasa. Hablar de las mujeres dentro del ámbito periodístico es hablar de desigualdad de oportunidades, de espacios restringidos, de estereotipos y prejuicios que aún prevalecen en torno a ellas y a su trabajo. Es por ello que la razón de ser de este análisis parte de la necesidad de una equidad de género en los medios de comunicación, no sólo en la producción periodística sino también en los cargos importantes.

Prestamos especial interés a lo que sucede en la prensa escrita debido a que es en este campo donde las diferencias se agudizan. Además, esta acotación se debe básicamente a otros dos motivos: el primero de ellos es que los periódicos gozan de mayor prestigio social frente a otros soportes y, de hecho, con el paso del tiempo se convierten en fuente histórica frecuentemente consultada. El otro motivo es de carácter práctico: los diarios son más fáciles de consultar en una investigación y su estudio es mucho más económico de lo que puede ser el producto audiovisual o radiofónico.

Las siguientes páginas se hacen eco de los diferentes problemas que aún siguen estando vigentes en la prensa escrita debido, entre otros motivos, a la incompatibilidad laboral y familiar a la que están sujetas. No debemos olvidar que la prensa asume la función de estabilización e integración de roles, valores, normas y símbolos. Además, son considerados un importante instrumento para la socialización y la transmisión de valores, ya que muestran pautas de comportamiento de forma consciente o inconsciente, que se convierten en ocasiones en modelos de referencia para una sociedad. De forma inevitable acaban creando una realidad que afecta a nuestra visión del mundo y a su comprensión.



## I Congreso Internacional de Comunicación y Género SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

### ABRIENDO LA BRECHA HACIA LA FEMINIZACIÓN

Desde que en los años 80 las mujeres conquistasen campos profesionales como la abogacía, la judicatura, la carrera fiscal y la medicina, su incorporación en el mundo laboral ha ido desarrollándose progresivamente. En nuestro país, la clara y masiva incorporación de las mujeres en el mundo de la comunicación no sólo ha producido el incremento de las mismas en las Facultades de Ciencias de la Información sino que también ha repercutido en el hecho de que el número de mujeres periodistas que acceden anualmente al mercado de trabajo sea, por tanto, mucho mayor que el de los hombres.

Los sondeos y estudios oficiales realizados hasta hoy así lo demuestran: en 1990, el porcentaje de mujeres periodistas rondaba el 17 por ciento. Cuatro años más tarde, según la encuesta de la Asociación de la Prensa, este sector había alcanzado el 25 por ciento. Actualmente, las mujeres representan el 43 por ciento de los profesionales en activo (Canel, Rodríguez, Sánchez, 2000: 13).

Producto de la constante feminización de la profesión periodística son las continuas oleadas de matriculadas y, por consiguiente, de licenciadas que salen cada año de las diferentes Facultades de Ciencias de la Información de toda España. Así, si comparamos las cifras actuales con las de años anteriores, advertimos que la situación se agrava aún más: del total de licenciados en algunas titulaciones de Comunicación, el 35 por ciento son hombres frente al 65 por ciento que son mujeres (Asociación de la Prensa de Madrid, 2005: 126). La situación que se vive en las facultades andaluzas es muy similar. En la Universidad de Málaga, por ejemplo, frente a los 87 licenciados en el 2002 se encontraban 132 licenciadas. Cifra que ha ido disminuyendo con el paso del tiempo ya que en el año 2005 tan sólo se licenciaron 38 hombres frente a 90 mujeres.

El alto número de licenciadas se mostró, en un principio, como una vía hacia la inserción plena. Si bien existen algunas voces, como la de Ana Jorge Alonso, que insisten en que este colectivo sigue siendo representado en los medios de comunicación de un modo que denota una escasa evolución histórica del papel que les ha sido asignado tradicionalmente (Jorge Alonso, 2004: 61), lo cierto es que en los diferentes medios informativos podemos encontrar a mujeres redactoras, columnistas, directoras, presentadoras de informativos o bien comentaristas deportivas (Canel, Rodríguez, Sánchez, 2000: 13).

El *Coloquio sobre las relaciones de la información en las industrias de los medios de comunicación y del espectáculo: sus repercusiones en el empleo, las condiciones de trabajo y las relaciones laborales* publicado por la Organización Internacional del Trabajo (OIT) también lo demuestra. Así señala que en España desde 1992 hasta 1994, la proporción de mujeres aumentó del 27 al 29,5 por ciento. Atendiendo a estos datos y lejos de voces como la de Julia Navarro que inciden en que la profesión sigue estando dominada por hombres (Santos, 1995: 97-100) podemos comprobar cómo el mundo del periodismo se ha feminizado, y aún lo sigue haciendo, en los últimos años.

### LAS PRIMERAS INCURSIONES DE LA MUJER PERIODISTA



## I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

En los albores de la feminización las mujeres periodistas mostraron una nueva forma de hacer periodismo, hasta el punto de que modificaron la manera de acceder a las fuentes informativas. Como afirma Félix Santos, (1995: 102) hacia 1978, un grupo de periodistas unieron sus fuerzas para buscar información y apoyo el seno de esta profesión tan originariamente masculina. Con el objetivo de hacerse un hueco en el mundo de la información y dejar al margen las dificultades que tenían para desempeñar sus funciones, acordaron reunirse en un famoso hotel madrileño cada mañana con las más importantes figuras políticas del momento. Los encuentros, que fueron denominados "los desayunos del Ritz", estaban protagonizados por las periodistas Consuelo Álvarez de Toledo, Pilar Urbano, Charo Zarzalejo y Julia Navarro.

Este grupo pionero no sólo supo encontrar su propio lugar en la profesión, sino que además consiguió que sus nombres figurasen entre las informaciones políticas más destacadas del momento. No obstante, hacer la nómina exacta de las mujeres que integraban este grupo de periodistas no resulta fácil ya que es muy probable dejar algún que otro nombre en el tintero. Partiendo de este contexto, es fácil deducir que una de las principales consecuencias que ocasionaron tales encuentros fue el respeto por parte de todos los periodistas hacia el sector femenino. También es cierto que hubo otra manera de incidir en este camino hacia la paridad en las plantillas informativas, ya que existió un intento de reedición denominado "las conversaciones del Palace" y protagonizado por Pilar Ferrer, Rosa Villacastín, Margarita Sáez Díez y Luisa de Palma entre otras.

Lo cierto es que si estudiamos la historia podemos encontrar numerosos casos en los que las mujeres, además de abrir la brecha hacia la feminización, han sabido ganarse un lugar en el mundo informativo. Así encontramos a Nativel Preciado que fue cronista parlamentaria durante la etapa de la transición española; a Carmen Rico Godoy que formó parte del equipo fundador de la revista *Cambio 16* en 1971; a Consuelo Álvarez de Toledo que en 1976 fue subdirectora de *El Socialista* y en el año 1977 entra en la Agencia EFE como corresponsal político en las Cortes Constituyentes. También encontramos a Rosa Montero que desde finales de 1976 trabaja de manera exclusiva para el diario *El País*, en el que fue redactora jefa del suplemento dominical durante 1980-1981; a Pilar Cernuda que comenzó a ejercer el periodismo cuando Franco iniciaba la recta final de su mandato, cubriendo así los actos de la proclamación del Rey y las primeras decisiones de Juan Carlos I o bien a Adela Cantalapiedra que, en los años 70 y principios de los 80, se convertiría en el rostro habitual de los informativos.

Pese a que incorporación de la mujer a la profesión periodística comenzó tan sólo hace unas décadas, no debemos olvidar que España ya contaba con una periodista en el siglo XVIII. Beatriz Cienfuegos es la primera periodista española desde que publicara entre 1763 y 1764 *La pensadora gaditana*, periódico semanal crítico sobre las costumbres masculinas y femeninas y otros temas de interés de la época. Cienfuegos supo aprovechar la reorganización de Carlos III sobre tasaciones, precios de publicaciones e inquisición para favorecer el mundo del editorial. Otro tanto podría decirse de Carmen Burgos, *Colombine*. Maestra de profesión y periodista de vocación, *Colombine* fue la primera mujer en España que formó parte de una redacción periodística al obtener en 1903 su primer puesto como redactora en el periódico progresista



*Diario Universal*. De la misma manera, también fue la primera mujer en ejercer una corresponsalía de guerra causando un gran revuelo con sus reportajes sobre lo absurdo de la guerra y las innecesarias matanzas.

Este conjunto de circunstancias nos llevan a pensar que las mujeres periodistas han sabido buscarse un lugar en la profesión informativa a base de esfuerzo y trabajo y que han luchado contra los tópicos que caracterizaban a esta profesión tan masculina originariamente.

## EL TECHO DE CRISTAL EN LA PRENSA ESCRITA

Pese a que el número de mujeres es mayor en las Facultades de Comunicación y su espacio en la prensa ha ganado peso con el paso de los años, lo cierto es que este colectivo sigue siendo escaso en los puestos de dirección, ya se trate de la empresa privada, el sector público o las instituciones políticas.

Diversos investigadores han estudiado esta situación y todos se pronuncian en la misma línea: Fagoaga y Secanella (1983) apuntaron que las mujeres tenían una escasa presencia en los medios de comunicación escritos y apenas existían mujeres directivas. Morillo (2005) subrayaba que el 50 por ciento de los periódicos no tienen mujeres en cargos directivos y, en los casos en los que sí las hay, su presencia es meramente testimonial. El Presidente de la Asociación de la Prensa de Madrid, Fernando González Urbaneja, también se ha manifestado en diferentes ocasiones sobre la infrarrepresentación de la mujer en cargos directivos.

Esta situación nos conduce a afirmar que dentro de la prensa escrita existe un 'techo de cristal', expresión que es cada vez más popular y que alude a la existencia de un obstáculo invisible que impide el progreso en la carrera profesional de las mujeres periodistas dentro de las empresas informativas, especialmente cuando se acercan a la cumbre. La idea de invisibilidad se justifica porque su existencia no es explícita, pero sus consecuencias son muy visibles. Y aquí no hay dudas, porque los datos las muestran: En 2010 de los ocho principales periódicos nacionales no había ninguna directora, de 61 subdirectores, solo había 14 mujeres; y de 115 secciones de área sólo 38 eran mujeres<sup>403</sup>.

Existe una inercia empresarial que tiende a confiar a los hombres los cargos directivos. Seguimos atados a concepciones atávicas que ligan el cuidado de la familia exclusivamente a la mujer. Esto genera una falsa concepción de entrega laboral y profesional masculina que, supuestamente, no posee la mujer. Al hilo de estos planteamientos, Antonio Torres (2000) apunta que cuando una mujer llega a un puesto, siempre es más cuestionada que el hombre porque falla la base de la educación y el respeto.

A nivel autonómico andaluz la situación es similar. Si nos centramos en los diarios impresos no gratuitos editados en las ocho provincias andaluzas la escasa presencia de las mujeres en los

<sup>403</sup> <http://www.aprendemas.com/Noticias/DetalleNoticia.asp?Noticia=7211>. (Consultado 08/11/11)



# I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

puestos directivos se hace aún más notable: De las 21 cabeceras tan sólo una está dirigida por una mujer. (Véase Cuadro 1)<sup>404</sup>.

Cuadro 1.

Provincia	Nombre del Periódico	Director	Director de Publicaciones // Subdirector/
Almería	<i>La Voz de Almería</i>	Pedro Manuel de La Cruz	Antonia Sánchez Villanueva
	<i>Diario de Almería</i>	Antonio Lao Alonso	Óscar Lezameta
	<i>Ideal</i>	Ángel Iturbide	(A designar)
Granada	<i>Granada Hoy</i>	Magdalena Trillo	Alejandro Víctor García
	<i>Ideal</i>	Diego Vargas	Eduardo Peralta
Málaga	<i>Diario Sur</i>	José Antonio Frías	Pedro Luis Gómez
	<i>La Opinión de Málaga</i>	Juan de Dios Mellado	José Ramón Mendoza
	<i>Málaga Hoy</i>	Antonio Méndez Nieto	Javier Gómez Rueda
	<i>El Mundo</i>	Rafael Porras	Luis Miguel Carceller
Cádiz	<i>Diario de Cádiz</i>	Rafael Navas	José Antonio Hidalgo
	<i>La Voz</i>	Lalia González Santiago	Ignacio Moreno
Huelva	<i>Odiel Información</i>	Agustín Samaniego	(A designar)
	<i>Huelva Información</i>	Javier Chaparro	Vitoriano Ruigomez
Sevilla	<i>Diario de Sevilla</i>	José Antonio Carrizosa Esquivel	Juan Manuel Marqués
	<i>El Correo de Andalucía</i>	Diego Suárez	Juan Carlos Blanco
	<i>ABC</i>	Álvaro Ibarra Pacheco	Benito Fdz. Pérez
Córdoba	<i>Diario de Córdoba</i>	Francisco L. Córdoba Berjillos	Antonio Galán Ortiz
	<i>El Día de Córdoba</i>	Luis Javier Pérez Bustamante	Francisco Javier Domínguez
	<i>Edición ABC</i>	Francisco Javier Pollato Pino	(A designar)
Jaén	<i>Diario de Jaén</i>	Juan Espejo	José Manuel Serrano
	<i>Ideal</i>	Eduardo Peralta	Félix Rivadulla

Mención especial requieren los periódicos deportivos. En estos diarios, cuyo espacio se dedica casi en exclusiva al fútbol, apenas hay mujeres, no sólo en los cargos directivos sino también en la redacción donde aparecen menos mujeres que en otras cabeceras. Llama la atención que

<sup>404</sup> Cuadro realizado y/o actualizado el 16/11/2011.



## I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

estas empresas posean un número mucho más elevado de jefaturas de sección y redactores-jefe que el resto de diarios, es decir, cuentan con una plantilla directiva más numerosa y es ocupada, en su totalidad, por varones.

Javier Callejo (2000:18) ha intentado justificar este escenario señalando que los principales lectores de los diarios son varones, por ello es lógico que la visión del mundo que se proyecte en éstos sea a través de una mirilla masculina. Esta aportación demuestra que aún prevalece en la opinión pública la visión de que las mujeres deben cubrir secciones como sociedad, cultura o espectáculos y que los periodistas, por el contrario, pueden ocupar las secciones profesionales más valoradas como Política ya sea nacional o internacional y Economía. De la misma manera, García de Cortázar (2000:34-37) tras un sondeo de opinión, señala que las principales causas que justifican esta desigualdad en los puestos directivos se debe a varias razones:

- a) Desigualdad de oportunidades (37,4 por ciento).
- b) Desconfianza de los directivos frente a la capacidad de las mujeres (17,3 por ciento). Resultado que achacan a cuestiones de prejuicio, discriminación o penuria femenina.
- c) Tardanza a la incorporación de la profesión (26,2 por ciento).
- d) Cargas familiares (8,9 por ciento).

Para María Antonia García de León (2000:27) el acceso a posiciones de poder dentro de la profesión aparece dejado en la apreciación subjetiva de quienes ya lo tienen. Es decir, los propietarios de los medios son hombres y casi todos nombran a hombres en los directorios de los periódicos.

Otros autores como Diezhandino, Benuzarte y Coca (1994:62) intentan explicarlo centrándose en las relaciones familiares. Ser mujer, periodista y disponer de tiempo suficiente para dedicar a la vida familiar son condiciones que se demuestran cada vez más difíciles de compaginar como consecuencia de la dedicación horaria que requiere el trabajo en las redacciones. Hay mujeres que, con uno o dos niños pequeños, prefieren tener un puesto que les permita una cierta flexibilidad de horario con el fin de poder atender sus diversas responsabilidades familiares y profesionales. No debemos olvidar que la hora de cierre de un periódico puede ser la medianoche o incluso un poco más y las mujeres que aceptan el reto de tomar el timón, si se lo ofrecen, deben ingeniárselas para ser responsables en el trabajo y no tener descuidada a su familia.

Como se aprecia, las jornadas largas y con frecuencia de horario irregular, los compromisos sociales y los acontecimientos imprevistos que obligan a acudir al trabajo incluso en días de descanso, se han convertido en los argumentos esenciales que desplazan a las mujeres de los círculos de poder. A partir de esta reflexión podemos señalar que es posible que la tardanza de la incorporación a la profesión, sumada a la juventud de las mujeres, repercuta en este alejamiento.



## I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

Es imprescindible señalar que la presencia de mujeres en las tareas de dirección de los diarios puede aportar una renovación en la forma de hacer periodismo. Así lo propone Félix Santos (2005:108) cuando aporta que la feminización de la prensa podría tener un efecto positivo, influyendo no sólo en la valoración de lo que es importante e interesante, sino también en la manera de contar y titular las noticias.

La visión de Félix Santos es compartida por el periodista almeriense Antonio Torres Flores (2000) quien en su libro-ensayo *Mujeres de palabra. Crónica de las pioneras del periodismo en femenino* señala que las mujeres aportan al periodismo sensibilidad y sentido común. El libro dedica apartados a las profesionales que han forjado la historia del periodismo español. Es el caso de Carmen de Burgos, *Colombine* (Níjar, Almería, 1867-1932), la primera mujer que ejerció profesionalmente el periodismo en España. A Josefina Carabias, a la que Torres retrata como la primera española que tuvo como tarea principal el periodismo. Aparecen, entre otras, Pilar Narvió, conocida por sus crónicas políticas, y Pilar Miró, cineasta que llegó a ser directora general de RTVE.

Con todo y a lo largo de las últimas décadas, la presencia de la mujer en las organizaciones profesionales de periodistas continúa al alza. De las 48 asociaciones federadas en la FAPE, 12 están presididas por mujeres. La media de presencia femenina en estas entidades es del 44,04%. Destacan aquellas asociaciones en las que ya se ha superado el 50% de asociadas, como son Aragón, con un 59,77%, León, con 59,5%, La Rioja, con un 58,64%, o Talavera, con un 58,6%. Le siguen Guadalajara (52%), Soria (54%), Salamanca (53%) y Segovia (50%). En Madrid representan el 50,05%, superando el número de hombres por primera vez en su historia. En el extremo contrario, llama la atención la escasa presencia de asociadas en Tenerife (21%), Ávila (24%) y Ceuta (25%)<sup>405</sup>.

### UN COTO CERRADO Y RELEGADO: LAS REVISTAS Y LOS TALK SHOW

El panorama de los espacios que ocupan las mujeres en los medios presenta un coto cerrado y relegado. Dentro de los medios de comunicación uno de los campos conquistados por las periodistas ha sido el de las revistas mensuales. Aquí, a diferencia de lo que sucede en la prensa escrita, las mujeres se han hecho fuertes dirigiendo las principales cabeceras. De esta manera, de los siete títulos que compiten en el mercado (*Cosmopolitan*, *Woman*, *Elle*, *Telva*, *Marie Claire*, *Vogue* y *Vanity Fair*), todos están dirigidos e integrados por mujeres. (Véase Cuadro 2).

Cuadro 2.

Nombre de la Revista	Director / Directora
<i>Cosmopolitan</i>	Lala Herrero
<i>Woman</i>	Maika Sánchez
<i>Elle</i>	Benedetta Poletti

<sup>405</sup> La Fape denuncia del déficit de mujeres en puestos directivos de las empresas informativos. En <http://www.fape.es>. (Consultado 12/11/11)





I Congreso Internacional de  
Comunicación y Género  
SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

<i>Telva</i>	Olga Ruiz
<i>Marie Claire</i>	Joana Bonet
<i>Vanity Fair</i>	Lourdes Garzón
<i>Vogue</i>	Anna Wintour

Las mujeres periodistas también han sido y son las protagonistas en el ámbito de la televisión. Si Pilar Miró fue la primera mujer en ocupar un puesto de responsabilidad directiva y profesional en TVE desde 1986 hasta 1989, lo cierto es que detrás vendrían algunas otras grandes profesionales como Mónica Ridruejo y Carmen Caffarel. Actualmente encontramos más mujeres directivas en televisión y directoras de sus propios programas como Julia Otero, Olga Viza y Cristina López Schlichting, entre otras.

Torres (2000) en su libro defiende la presencia femenina en los medios públicos. De esta manera señala que la primera mujer ciega que presenta un informativo lo hace en *Canal Sur* Televisión y que la primera profesional sorda que presenta un informativo lo hace en TVE. Unas situaciones que ponen de manifiesto la voluntad de los medios públicos de dar voz a los que no la tienen, de innovar con más respeto a las minorías.

Dentro del mundo televisivo, las periodistas también son las protagonistas de los *talk show*. Basta examinar la parrilla para darse cuenta de ello: Ana Rosa Quintana ocupa las mañanas de *Telecinco*. Susanna Griso conduce, por sexta temporada consecutiva, el magazine informativo de las *mañanas de Antena 3*, Mariló Montero presenta el magazine matinal de *La 1* y Marta Fernández lo hace en *Cuatro* en el programa Las Mañanas de Cuatro. (Véase Cuadro 3).

Cuadro 3.

Canal	Nombre del programa	Presentadora
<i>Telecinco</i>	El programa de AR	Ana Rosa Quintana
<i>Antena 3</i>	Las mañanas de Antena 3	Susanna Griso
<i>TVE</i>	El magazine matinal	Mariló Montero
<i>Cuatro</i>	Las Mañanas de Cuatro	Marta Fernández
<i>La sexta</i>	Al Rojo Vivo	Antonio G. Ferreras

Las cifras hablan por sí mismas. En algunos sectores, como en la televisión, las mujeres acceden más rápidamente que los hombres. Es decir, a diferencia de lo que ocurre en la prensa escrita, dentro del ámbito televisivo la presencia de la mujer se ha ampliado y diversificado. Las cinco grandes cadenas generalistas cuentan con una mayor presencia femenina en su parrilla televisiva. Y es que dentro de este campo de trabajo la mujer va perdiendo poco a poco ese estereotipo y cada vez son más los puestos de dirección que ocupan.



## I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

Siguiendo la línea de análisis anterior, la revisión de los diferentes sectores informativos nos conduce hasta el mundo radiofónico. Aunque en las radios generalistas existen unas franjas donde los hombres son quienes conducen los programas matinales y las mujeres los programas de las tardes, podemos advertir que en la radio sí es algo generalizado que las mujeres ocupen puestos directivos y de responsabilidad. Valga como ejemplo la periodista Julia Otero quien desde septiembre de 2007 presenta y dirige en *Onda Cero* el programa *Julia en la onda*.

A pesar del gran progreso profesional de la mujer en el mundo periodístico la realidad muestra, como señalan las periodistas Isabel San Sebastián, Carmen Gurruchaga y Cristina López Schlichting, (Lara, 2005) que todavía queda camino por recorrer para igualar la situación de las periodistas con la de sus compañeros de profesión.

En definitiva, a pesar de los continuos intentos en contra de la discriminación de género en el seno de las redacciones informativas, siguen existiendo desigualdades notables como puede ser el reducido número de directoras o redactores jefes en los diarios nacionales. En este sentido, podemos afirmar que existe una desigual distribución de los cargos de dirección y responsabilidad en las instituciones mediáticas a favor de los varones.

Es por ello que debemos fortalecer el rol de las mujeres periodistas en los medios de comunicación, revalorizar el papel de la mujer como periodista y como educadora, revalorizar también el papel de la mujer en su aspecto de liderazgo y que la mujer asuma su liderazgo como un derecho y como una responsabilidad.

### CONCLUSIONES

La profesión periodística ha vivido y está viviendo en los últimos años una constante feminización. Es ampliamente compartida la opinión de que el número de mujeres periodistas que acceden anualmente al mercado laboral supera con creces al de sus colegas. Sin embargo, la mayoría son todavía objeto de discriminación en el lugar de trabajo y raramente consiguen superar las denominadas 'barreras invisibles' que las separan de los puestos profesionales y de gestión de mayor nivel. Es decir, aún existen algunas trabas y problemas que impiden una incorporación plena. La saturación de profesionales en el mercado de trabajo, la exigencia de disponibilidad horaria y la precariedad del sector sólo hace más difícil encontrar la forma de eliminar la barrera invisible que impide la promoción femenina en el periodismo.

A todo ello hay que sumar la actual crisis económica por la que atraviesa nuestro país en la actualidad caracterizada por el desempleo y las altas tasas de contratación temporal. Este contexto conlleva a que la situación no sea la idónea para que las mujeres periodistas progresen debido a que la propia situación económica lo impide o, en el mejor de los casos, la empeora. Ponemos punto y final a este artículo con una cuestión que podría ser objeto de futuras investigaciones. Se trata de estudiar en qué grado repercute la dura crisis económica a la carrera



profesional de la mujer y si ésta se ve afectada, en mayor medida, que sus colegas los periodistas.

## BIBLIOGRAFÍA

ALONSO, A. J. (2004): *Mujeres en los medios, mujeres de los medios. Imagen y presencia femenina en las televisiones públicas: Canal Sur*. Barcelona: Icaria Editorial.

Anuario de la Comunicación (2005): *El Estado de la Comunicación en España e Iberoamérica*.

Asociación de la Prensa de Bizkaia (1999): *La situación profesional y laboral de los periodistas vascos*.

Asociación de la Prensa de Cádiz (2004): *Estudio sobre la profesión periodística de Cádiz*.

Asociación de la Prensa de Madrid (2005): *Informe Anual de la Profesión Periodística*.

CANEL, M. J.; RODRIGUEZ, R.; SÁNCHEZ, J. J. (2000): *Periodistas al descubierto. Retrato de los profesionales de la información*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.

DIEZHANDINO, M. P.; BENUZARTEA, O. y COCA, C. (1994). *La élite de los periodistas*. País Vasco. Ed. Universidad del País Vasco.

FAGOAGA, C.; SECANELLA, P.M. (1983): *Umbral de presencia de las mujeres en la prensa española*. Madrid: Instituto de la Mujer.

GARCÍA DE CORTÁZAR, M.; GARCÍA DE LEÓN, M<sup>a</sup> A. (coordinadoras) (2000): *Profesionales del periodismo. Hombres y mujeres en los medios de comunicación*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.

La Fape denuncia del déficit de mujeres en puestos directivos de las empresas informativos. En <http://www.fape.es>. (Consultado 12/11/11).

LARA, M.: "¿Hay discriminación hacia las mujeres periodistas?", en [www.periodistadigital.es](http://www.periodistadigital.es) Publicado el 08/03/2005. (Consultado el 15/03/2005).

MARCOS, C.: "La ley de igualdad exigirá al consejo de RTVA que respete el principio de representación equilibrada", en [www.elmundo.es](http://www.elmundo.es). Publicado el 30/03/2006. (Consultado el 01/04/2006).



RODRÍGUEZ ANDRÉS, R. (2002-2003): "Características socio-demográficas y laborales de los periodistas españoles e índice de satisfacción profesional", en *Ámbitos*, nº 9-10, Universidad de Sevilla.

ROJO, A. (1995): *Reportero de guerra. La historia, los secretos, los vicios y las virtudes de los corresponsales*. Barcelona: Planeta.

SANTOS, F. (2005): *Periodistas, polanquistas, sindicato del crimen, tertulianos y demás tribus. Temas de hoy*.

S.B: "Un libro retrata a 50 mujeres periodistas", en [www.elpais.com](http://www.elpais.com). Publicado el 02/05/2011. (Consultado 08/11/11).

TORRES, A. (2011). *Mujeres de Palabra. Crónica de las pioneras del periodismo en femenino*. Almería, Instituto de Estudios Almerienses.

VELÁZQUEZ, T.: "Nuria de Saz, la única presentadora invidente de España, debuta como escritora", en [www.sevillapress.com](http://www.sevillapress.com) Publicado el 02/04/2006. (Consultado el 15/03/2008).

Documento electrónico:

[http://congresocomunicacionygenero.com/Comunicacion\\_y\\_Genero\\_2012/contenidos/CG2012/info/Ejes\\_tematicos.html](http://congresocomunicacionygenero.com/Comunicacion_y_Genero_2012/contenidos/CG2012/info/Ejes_tematicos.html). (Consultado el 08/11/2011).

Documento electrónico: <http://www.aprendemas.com/Noticias/DetalleNoticia.asp?Noticia=7211>. (Consultado 08/11/11).