

La feminización de los medios en Andalucía y de los estudios de Periodismo en la Universidad de Sevilla

OBJETIVOS

A. Comparar la cantidad de mujeres que se gradúa como periodista en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla y el número de estas que termina trabajando en un medio de comunicación en Andalucía.

B. Dibujar la situación actual de las mujeres en el mercado laboral de los medios de comunicación

C. Servir a la comunidad universitaria, en especial al ámbito periodístico y feminista, aportando datos que ayuden al estudio de la igualdad de género.

HIPÓTESIS

A. El número de mujeres trabajadoras en el ámbito de la comunicación es considerablemente menor que la cantidad de mujeres que han finalizado sus estudios para llegar a ser periodistas.

B. Este hecho se ve acentuado en las empresas privadas, que no tienen la obligación explícita de cumplir con las normativas de igualdad.

C. Este fenómeno se relaciona con el machismo aun vigente y la estructura patriarcal.

METODOLOGÍA

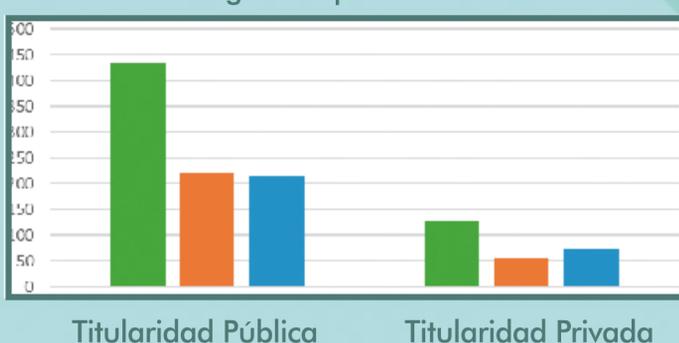
A. Búsqueda de bibliografía especializada y análisis exhaustivo de ella para abordar el contexto de la situación laboral de la mujer y sus antecedentes.

B. Entrevista a cuatro mujeres periodistas en distintos ámbitos y a una psicóloga experta en liderazgo.

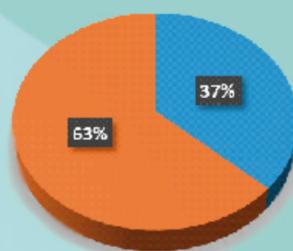
C. Obtención de los datos de las personas egresadas en Periodismo en la Universidad de Sevilla entre los cursos 2010/11 y 2015/16 y de la plantilla de periodistas de los principales medios de comunicación en Andalucía.

RESULTADOS

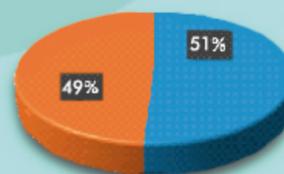
Según el tipo de medio



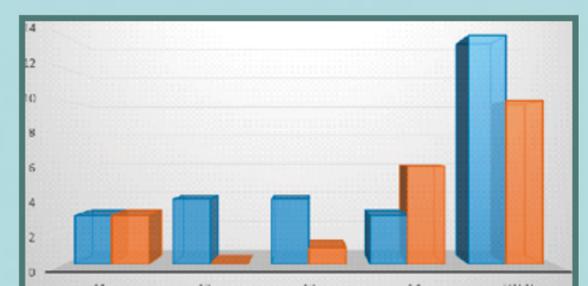
Estudiantes



Medios de comunicación



Directivos de Canal Sur



CONCLUSIONES

1. Las estructuras siguen estando muy presentes en la vida diaria de todas las mujeres, sin importar en absoluto su estatus.
2. Fenómenos que parecen extravagantes o extraños, como el síndrome de la impostora, afectan a muchas mujeres.
3. La situación laboral actual de la mujer se define por una gran brecha salarial.

