



**UNIVERSIDAD DE SEVILLA**  
**FACULTAD DE COMUNICACIÓN**  
**GRADO EN PERIODISMO**

**TRABAJO DE FIN DE GRADO**

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

**Realizado por: Elena Quesada Torres**

**Tutora: Rosalba Mancinas-Chávez**

**Curso 2016/2017**



## Resumen

La situación de la mujer en el mercado laboral es desigual respecto a la de los hombres. Los medios de comunicación suponen una parte muy relevante de la sociedad y en gran medida son un reflejo de esta, por lo que es importante saber quién los compone.

Este trabajo analiza diversos medios de comunicación de todo tipo en el ámbito de Andalucía y su grado de feminización, para compararlo con la tasa de alumnas en los estudios de Periodismo de la Universidad de Sevilla, con el objetivo de comprobar si estas se corresponden. La investigación también se centra en la experiencia, desde un enfoque feminista, de las mujeres periodistas como tales y su punto de vista sobre el tema en cuestión, por lo que cuenta con la entrevista de cuatro mujeres que se encuentran en distintos ámbitos de la comunicación. Asimismo, para entender mejor el fenómeno de la feminización del periodismo se prestará especial atención a la situación del liderazgo femenino.

## Palabras-clave

Mujer, mercado laboral, medios de comunicación, feminización, periodismo, Universidad de Sevilla, liderazgo

## Abstract

Woman's situation in job market is unequal in relation to man's one. Mass media mean a very outstanding part of society and largely they are a reflection of this one, therefore it is important to know who makes up them.

This work analyse some mass media of all types in Andalucía's area and their feminization degree, in order to compare it with the rate of female students in Journalism major in the University of Sevilla, with the goal of confirm if they match. The investigation also focus in the journalist women experience, from a feminist perspective, and their point of view about the matter at hand, so the research also counts with the interview of four women who work in different fields of communication. As well, for understanding in a better way the phenomenon of journalism's feminization, the investigation will pay special attention to the situation of female leadership.

## Keywords

Woman, job market, mass media, feminization, journalism, University of Sevilla, leadership

## ÍNDICE

---

|     |   |    |
|-----|---|----|
| 1   | Introducción .....                          | 3  |
| 2   | Planteamiento .....                         | 5  |
| 2.1 | Objetivos .....                             | 5  |
| 2.2 | Hipótesis .....                             | 5  |
| 2.3 | Justificación y delimitación del tema ..... | 5  |
| 2.4 | Metodología .....                           | 6  |
| 3   | Marco teórico .....                         | 11 |
| 4   | Contexto .....                              | 16 |
| 5   | Resultados y Discusión .....                | 28 |
| 6   | Conclusiones .....                          | 51 |
| 7   | Referencias .....                           | 53 |
| 7.1 | Bibliografía .....                          | 53 |
| 7.2 | Webgrafía .....                             | 54 |
| 7.3 | Hemerografía .....                          | 55 |
| 8   | Anexos .....                                | 58 |

## TABLA DE ILUSTRACIONES

---

|             |   |    |
|-------------|---|----|
| GRÁFICO 01. | NIVEL MEDIO DE INGRESOS MENSUAL DIFERENCIADO POR SEXO .....   | 21 |
| GRÁFICO 02. | DISTRIBUCIÓN POR SEXO EN LOS MEDIOS DE TITULARIDAD PRIVADA Y PÚBLICA .....  | 28 |
| GRÁFICO 03. | DISTRIBUCIÓN DEL SEXO FEMENINO EN ALGUNOS DE LOS MEDIOS PRIVADOS CON SEDE EN SEVILLA .....  | 29 |
| GRÁFICO 04. | PORCENTAJE DE LA DISTRIBUCIÓN POR SEXOS EN LOS MEDIOS PRIVADOS .....  | 29 |
| GRÁFICO 05. | DISTRIBUCIÓN DEL SEXO FEMENINO EN ALGUNOS DE LOS MEDIOS Y GABINETES DE CARÁCTER PÚBLICO DE ANDALUCÍA Y PORCENTAJE DE FEMINIZACIÓN DE CADA UNO ..... | 30 |
| GRÁFICO 06. | DISTRIBUCIÓN POR SEXOS EN ALGUNOS DE LOS MEDIOS Y GABINETES DE CARÁCTER PÚBLICO DE ANDALUCÍA .....  | 31 |
| GRÁFICO 07. | PORCENTAJE DE LA DISTRIBUCIÓN POR SEXOS EN LOS MEDIOS DE TITULARIDAD PÚBLICA .....  | 31 |
| GRÁFICO 08. | DISTRIBUCIÓN POR SEXOS DE LA PLANTILLA DE PERIODISTAS DE LA AGENCIA EFE DE SEVILLA .....  | 32 |
| GRÁFICO 09. | DISTRIBUCIÓN POR SEXOS DEL GABINETE DE COMUNICACIÓN DEL PARLAMENTO ANDALUZ .....  | 33 |
| GRÁFICO 10. | NÚMERO DE LICENCIADO/AS EN PERIODISMO EN LA FCOM Y EL PORCENTAJE DE MUJERES DEL TOTAL .....   | 34 |
| GRÁFICO 11. | NÚMERO DE GRADUADO/AS EN PERIODISMO EN LA FCOM Y EL PORCENTAJE DE MUJERES DEL TOTAL .....   | 35 |
| GRÁFICO 12. | NÚMERO DE GRADUADO/AS Y LICENCIADO/AS EN PERIODISMO EN LA FCOM Y EL PORCENTAJE DE MUJERES DEL TOTAL .....   | 35 |
| GRÁFICO 13. | DISTRIBUCIÓN POR SEXOS DEL TOTAL DE EGRESADOS EN LA FCOM DEL CURSO 2010/11 AL 2015/16 .....   | 36 |

|   |    |
|---|----|
| GRÁFICO 14. EVOLUCIÓN POR SEXOS DEL TOTAL DE EGRESADOS EN LA FACULTAD DE COMUNICACIÓN DEL CURSO 2010/11 AL 2015/16.....   | 36 |
| GRÁFICO 15. MEDIA DE LA DISTRIBUCIÓN POR SEXOS A PARTIR DE LOS DATOS DE TODOS LOS MEDIOS ANALIZADOS .....   | 37 |
| GRÁFICO 16. MEDIA DE LA DISTRIBUCIÓN POR SEXOS DE LOS MEDIOS INSTITUCIONALES ANALIZADOS .....   | 37 |
| GRÁFICO 17. MEDIA DE LA DISTRIBUCIÓN POR SEXOS DE LOS MEDIOS NO INSTITUCIONALES ANALIZADOS .....  | 38 |
| GRÁFICO 18. COMPARACIÓN DEL PORCENTAJE DE MUJERES DEL TOTAL QUE TRABAJAN EN COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL Y NO INSTITUCIONAL .....                                 | 39 |
| GRÁFICO 19. DISTRIBUCIÓN DEL SEXO FEMENINO EN ALGUNOS DE LOS MEDIOS INSTITUCIONALES DE ANDALUCÍA .....  | 40 |
| GRÁFICO 20. DISTRIBUCIÓN DEL SEXO FEMENINO EN TODOS LOS MEDIOS ANALIZADOS .....   | 41 |
| GRÁFICO 21. DISTRIBUCIÓN POR SEXOS EN LOS DISTINTOS GRUPOS DIRECTIVOS DE CANAL SUR .....  | 42 |
| GRÁFICO 22. DISTRIBUCIÓN POR SEXOS EN LOS GRUPOS DIRECTIVOS DE CANAL SUR Y PORCENTAJE DE FEMINIZACIÓN DE CADA UNO .....   | 43 |
| GRÁFICO 23. DISTRIBUCIÓN POR SEXOS DE LA PLANTILLA DE PERIODISTAS DE EL CORREO DE ANDALUCÍA ...   | 44 |
| GRÁFICO 24. DISTRIBUCIÓN POR SEXOS DE LA PLANTILLA DE PERIODISTAS DE DIARIO DE SEVILLA .....  | 45 |
| GRÁFICO 25. DISTRIBUCIÓN POR SEXOS DE LA PLANTILLA DE PERIODISTAS DE EUROPA PRESS .....   | 45 |
| GRÁFICO 26. DISTRIBUCIÓN POR SEXOS DE LA PLANTILLA DE PERIODISTAS DE CADENA SER SEVILLA .....   | 46 |
| GRÁFICO 27. DISTRIBUCIÓN POR SEXOS DE LA PLANTILLA DE PERIODISTAS DE CADENA COPE SEVILLA .....  | 46 |
| GRÁFICO 28. DISTRIBUCIÓN POR SEXOS DE LA PLANTILLA DE PERIODISTAS DE RADIO TELEVISIÓN ANDALUCÍA .....   | 47 |
| GRÁFICO 29. DISTRIBUCIÓN POR SEXOS DE LA PLANTILLA DE PERIODISTAS DE AGENCIA EFE .....  | 47 |
| GRÁFICO 30. DISTRIBUCIÓN POR SEXOS DE LA PLANTILLA DE PERIODISTAS DEL GABINETE DE COMUNICACIÓN DE LA US .....   | 48 |
| GRÁFICO 31. DISTRIBUCIÓN POR SEXOS DE LA PLANTILLA DE PERIODISTAS DEL GABINETE DE PRENSA DEL AYUNTAMIENTO DE SEVILLA .....                                      | 48 |
| GRÁFICO 32. DISTRIBUCIÓN POR SEXOS DE LA PLANTILLA DE PERIODISTAS DE LOS GABINETES DE COMUNICACIÓN DE LAS DELEGACIONES DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA .....           | 49 |
| GRÁFICO 33. DISTRIBUCIÓN POR SEXOS DE LA PLANTILLA DE PERIODISTAS DEL GABINETE DE PRENSA DEL PARLAMENTO ANDALUZ.....  | 49 |
| GRÁFICO 34. DISTRIBUCIÓN POR SEXOS DE LA PLANTILLA DE PERIODISTAS DEL GABINETE DE PRENSA DE LAS CONSEJERÍAS DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA .....                      | 50 |
| GRÁFICO 35. DISTRIBUCIÓN POR SEXOS DE LA PLANTILLA DE PERIODISTAS DEL GABINETE DE PRENSA DE LA OFICINA DEL PORTAVOZ DEL GOBIERNO DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA ..... | 50 |

# 1 INTRODUCCIÓN

---

La desigualdad que existe entre los hombres y las mujeres se hace notable en muchos ámbitos, y uno de ellos es el mercado laboral. Despierta especial interés indagar en los aspectos a los que afecta y en los que se ve reflejado este asunto. Por otra parte, en el terreno educativo parece que la igualdad ya ha llegado a ser un hecho, pero cabe la duda de que esa paridad o feminización se corresponda con el mundo laboral real. Al convertirse la duda en una negativa se deben plantear otras cuestiones como por qué no se corresponden las cifras o si se da el caso de que las mujeres están siempre peor cualificadas que los hombres.

Los medios de comunicación son muchas veces el reflejo de la sociedad en la que se encuentran. Por esta razón, es importante prestar atención a si se refleja esta tendencia desigual mencionada en sus plantillas de periodistas. ¿Están las mujeres en igualdad de condiciones laborales que los hombres? Esta pregunta muestra la necesidad de analizar también si los dos géneros ganan lo mismo o cómo de representadas están las mujeres en los puestos de liderazgo. Es, al mismo tiempo, interesante conocer qué piensan las propias mujeres periodistas de esta situación y si estas son conscientes de ella. Porque, ¿cómo se representa a las mujeres desde los medios de comunicación?, ¿influye luego esta imagen en el posicionamiento de la mujer en la sociedad?

Este trabajo se centrará en intentar dar respuesta a todas estas cuestiones planteadas para tratar de comprender por qué la desigualdad, en este caso en el mercado laboral del periodismo, sigue existiendo y más que vigente en un país que dedica leyes y tratados para intentar erradicarla y alcanzar la igualdad real. De esta manera, se hará un repaso por la realidad que viven las mujeres a día de hoy en el entorno de la empresa y de los medios de comunicación, tratando de encontrar en el transcurrir de la historia, así como en los patrones sociales, la explicación al por qué de algunas actitudes machistas que se siguen dando en la actualidad. Para esto, se contará con la experiencia de cuatro mujeres periodistas que dedican su vida a la comunicación en el ámbito de Andalucía, además de con las teorías de una psicóloga experta en género. Asimismo, las cifras también cobrarán cierta relevancia en la investigación, ya que se comparará la tasa de feminización de los medios de comunicación de los que se han obtenido los datos, siempre dentro de la Comunidad Autónoma andaluza, y la de los estudios de Periodismo en la Universidad de Sevilla entre los cursos 2010/11 y 2015/16. Además, con los datos recolectados se elaborará una serie de gráficos para mostrar de una forma más visual los resultados obtenidos tras las comparaciones, también entre las plantillas de las empresas públicas y privadas y las corporaciones institucionales y no institucionales, entre otras. Así, estas cifras arrojarán resultados interesantes, como que las empresas públicas se acercan más a la paridad que sus homólogas privadas, o que es en la comunicación institucional donde la tasa de mujeres es mayor.





## 2 PLANTEAMIENTO

---

### 2.1 OBJETIVOS

El principal objetivo de esta investigación es comparar la cantidad de mujeres que se gradúa como periodista en la Facultad de Comunicación (Fcom) de la Universidad de Sevilla (US) y el número de estas que finalmente termina trabajando en un medio de comunicación en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Andalucía, centrándose especialmente en la ciudad de Sevilla, así como sacar conclusiones de los datos que arroje este análisis. Aparte del objetivo general que se acaba de exponer, los siguientes objetivos específicos también guiarán el trabajo:

1. Dibujar, al mismo tiempo que entender, el contexto y la situación actual de las mujeres en el mercado laboral de los medios de comunicación.
2. Servir a la comunidad universitaria, en especial en el ámbito periodístico y feminista, aportando datos que ayuden al estudio de la igualdad de género.

### 2.2 HIPÓTESIS

Con esta investigación se pretende demostrar que 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. Además, este hecho se ve acentuado en las empresas privadas, que no tienen la obligación explícita de cumplir con las normativas de igualdad. Esto se relaciona con el machismo aun vigente y la estructura patriarcal, que provoca y favorece una discriminación hacia la mujer, también en el ámbito laboral.

### 2.3 JUSTIFICACIÓN Y DELIMITACIÓN DEL TEMA

La principal motivación para tratar este tema es descubrir a la ciudadanía y, sobre todo a las propias mujeres, cómo la desigualdad vigente en la sociedad actual está patente en todos los ámbitos, también en el del periodismo, en el de la comunicación, relacionándolo aquí concretamente con la situación laboral.

En un tiempo en el que muchos sectores de la población creen y defienden que la igualdad ya se ha alcanzado, este pensamiento contrasta con, por una parte, los ámbitos feministas, que luchan por hacer ver el gran poder que aun tiene el patriarcado; y por otra, con estudios llevados a cabo por instituciones independientes, como la CEDAW por sus siglas en inglés (Convention on the Elimination of All forms of Discrimination Against Women, en castellano Convención para la

Eliminación de Todas las Formas de Discriminación Contra las Mujeres) que descubren que la igualdad es aun tan solo un mito, al que falta todavía mucho para llegar. Este tema forma ya, en cierta manera, parte de la agenda setting de la mayoría de los medios, tomando forma en los datos de la brecha salarial o los asesinatos y agresiones de todo tipo que las mujeres sufren día a día alrededor de todo el mundo. A pesar de que en la mayoría de los casos se trate de manera superficial e incluso anecdótica, es una realidad que la opinión pública tiende a situarse frente a este tipo de situaciones. Y es por esto, que también es importante investigar más a fondo y detalladamente sobre un asunto que ahora es totalmente vigente y que cuenta con la atención ciudadana y del mundo mediático.

Por otra parte, debido a la amplitud del campo de estudio y a las características específicas de este trabajo, se ha tenido que delimitar una zona en concreto para centrarse en esta y comparar los datos exhaustivamente, así como para llevar a cabo el análisis más detalladamente. Así, en este caso, se ha seleccionado la Comunidad Autónoma de Andalucía, centrándose sobre todo en Sevilla, por ser una de las ciudades más importantes de España, con mayor volumen informativo y también, por cercanía de los medios necesarios para llevar a cabo el trabajo.

## 2.4 METODOLOGÍA

La presente investigación se fundamenta en estudios feministas, así como en críticas de la comunicación desde esta perspectiva, teniendo también en cuenta los preceptos de la Estructura de la Información, y más concretamente, las estructuras de poder en el ámbito informativo. Para esto, se han consultado varios libros y artículos especializados en la posición, la situación y el rol de la mujer en el mundo laboral y en cuanto al liderazgo, además de otros relacionados más directamente con el campo de la comunicación. Entre ellos, se puede nombrar “El audiovisual ante la ley de igualdad” o “Crítica feminista y comunicación”.

Con la lectura de los libros, se pretende obtener una base teórica para luego proceder al estudio práctico de los datos obtenidos. De estos documentos, se seleccionarán las páginas que se ajusten a la línea del trabajo, es decir, todo el espacio dedicado a la igualdad, así como a la discriminación hacia las mujeres y sus razones o causas más directas. Además, han resultado de gran utilidad para situarse y entender mejor la teoría contenida en los libros, las clases de Estructura y Políticas de Comunicación, impartidas por Rosalba Mancinas Chávez, directora de este Trabajo Fin de Grado (TFG), y María José García Orta.

Por otro lado, la búsqueda de fuentes cualificadas en el ámbito del periodismo y del estudio de género será también una herramienta útil para este trabajo. Por esta razón, para la parte práctica,

más relacionada con el contexto y situación actual, se ha realizado la lectura de noticias en distintos medios con diferente línea editorial, a la vez que se ha llevado a cabo una recolección de datos, siempre dentro del ámbito de la Comunidad Autónoma de Andalucía. Esta recolección abarcará diversas fuentes de distinta tipología, ya que se acudirá tanto a la institución pública de la Universidad de Sevilla, como a empresas de carácter público y privado, dedicadas a la información. Las cifras obtenidas de la institución educativa reflejan el número de personas que se han graduado o licenciado desde el curso 2010/2011 hasta el curso finalizado en el año 2016, diferenciando entre hombres y mujeres. De la misma manera, distinguiendo según el género, se han recabado datos de los principales medios de comunicación con sede en Sevilla, así como en el territorio andaluz, tanto públicos como privados, esta vez respecto a cuántas personas trabajan en la redacción como periodistas. A continuación, la relación de medios de los que se ha obtenido la información indicada y la correspondiente clasificación de la tipología de estas corporaciones:

| <b>Medio de comunicación</b>  | <b>Tipología</b>       |
|---|------------------------|
| El Correo de Andalucía  | Privado                |
| Diario de Sevilla   | Privado                |
| Agencia Europa Press Sevilla  | Privado                |
| Cadena Ser Sevilla  | Privado                |
| Cadena Cope Sevilla   | Privado                |
| Radio Televisión Andaluza   | Público                |
| Agencia EFE   | Público                |
| Gabinete de Comunicación de la Universidad de Sevilla                                     | Público, institucional |
| Gabinete de Comunicación del Ayuntamiento de Sevilla                                      | Público, institucional |
| Gabinetes de Comunicación de las Delegaciones de la Junta de Andalucía                    | Público, institucional |
| Gabinete de Comunicación del Parlamento de Andalucía                                      | Público, institucional |
| Gabinetes de Comunicación de las Consejerías de la Junta de Andalucía                     | Público, institucional |
| Gabinete de Comunicación de la oficina del portavoz del gobierno de la Junta de Andalucía | Público, institucional |

Así, se puede afirmar que el proceso de investigación parte de la recolección de datos estadísticos referentes a las empresas informativas y la institución educativa, tal y como se ha indicado

anteriormente. Por otra parte, hay que resaltar que la investigación se llevará a cabo tanto cuantitativa como cualitativamente, mediante la confrontación de los datos numéricos ya mencionados y entrevistas en profundidad a mujeres que se encuentran trabajando en diferentes medios en la actualidad. Las entrevistas serán de ayuda para elaborar conclusiones a partir de los datos recogidos en este trabajo. De este modo, no solo tendremos una cifra, sino también cómo ven las mujeres el caso abordado, ayudándonos al mismo tiempo a buscar algunas de las causas del fenómeno que los datos contrastados nos mostrarán. En concreto, han respondido referente a los temas de este estudio cuatro periodistas profesionales:

- Almudena García Romero: responsable de comunicación en la actualidad y durante más de 20 años de la Gerencia de Urbanismo del Ayuntamiento de Sevilla. Licenciada en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de Sevilla, ha trabajado en medios como ABC o TVE.
- Nieves Risquet Martín: editora de “Hora Sur Mediodía”, programa de Canal Sur Radio. Licenciada en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid, ha trabajado en medios como Radio Aljarafe, Radiocadena Española o Radio Expo.
- Marta Carrasco Benítez: jefa de prensa del Centro Andaluz de Arte Contemporáneo (CAAC) en la actualidad y durante más de 17 años. Licenciada en Ciencias de la Información y Derecho por la Universidad Complutense de Madrid, ha trabajado en medios como El Correo de Andalucía, Agencia EFE o Revista Tribuna, así como en el puesto de jefa de prensa de la Consejería de Cultura.
- Manuela Rosa Jaenes: redactora jefa del periódico provincial Diario Jaén. Licenciada en Periodismo por la Universidad de Sevilla, ha trabajado en medios como la agencia de noticias Europa Press o el diario económico Expansión. Es la autora de la biografía de Juanito y Luisa, del restaurante Juanito de Baeza en Jaén.

Estas cuatro mujeres periodistas responden a perfiles laborales distintos, ya que trabajan tanto en medios privados como públicos y en distintos tipos de estos, en radio o prensa escrita. Además, también se abarca el perfil de comunicadora institucional, a la vez que los roles tanto de mujer con familiares a su cargo como la de que no los tiene. Sin embargo, independientemente de su perfil, a todas se les pidió igual información y se les formularon las mismas preguntas, que se recogen a continuación:

Estado civil, familiares a su cargo.

Trayectoria como estudiante y profesional.

1. ¿Cómo ha llegado hasta este puesto? ¿Le ha costado mucho esfuerzo?
2. ¿Cree que si fuese hombre le habría costado menos?
3. ¿Sabe si cobra lo mismo que su antecesor masculino, si es que se da el caso?
4. ¿Se ha sentido alguna vez discriminada por razón de género en este puesto o en otro durante su trayectoria?
5. ¿Cree que se dan micromachismos en su ambiente de trabajo?
6. ¿Cree que su trabajo se valora menos por ser mujer?
7. ¿Se ha visto limitada por querer compaginar la vida familiar y la vida laboral?
8. ¿Cree que los medios de comunicación están feminizados o se encuentran en un proceso de feminización?
9. ¿Piensa que las mujeres tienen unos tipos de puestos distintos a los que suelen tener los hombres en los medios de comunicación?
10. ¿Cómo ve la situación de las mujeres respecto a posiciones de liderazgo?
11. ¿Conoce el “síndrome de la impostora”? ¿Cree que lo sufre?

Así, la investigación se basará en gran parte en entrevistas a mujeres que dedican sus vidas a la comunicación en España, así como en documentos y artículos de ámbito feminista y que estudian la transformación de la mujer en campos como el liderazgo o la relativamente reciente incorporación al mundo laboral. Con el objetivo de adentrarse más profundamente en estos dos últimos temas, sobre todo en el del liderazgo femenino, desde la perspectiva psicológica, se ha recurrido a una experta, Esther López-Zafra. Con este propósito en mente, también se le ha realizado una entrevista, compuesta por las siguientes cuestiones:

1. ¿Cómo describiría la situación de las mujeres actualmente en cuanto al liderazgo? ¿Cree que ha mejorado en los últimos años?
2. ¿Cree que la teoría del “techo de cristal” es la que mejor define las dificultades de las mujeres para alcanzar puestos de mucho poder? Si no, ¿cuál diría que es la que más se ajusta a la realidad?
3. ¿Cómo diría que afecta a la situación de liderazgo femenino el hecho de que muchas mujeres se sientan en la obligación de sacrificar su carrera profesional por la vida familiar? ¿Cree que la presión que estas sienten se puede comparar con la que podrían sentir los hombres?
4. ¿Cree que el “síndrome de la impostora” influye en la situación del liderazgo femenino?

López-Zafra aportó también información muy valiosa para la investigación, ya que esta doctora en Psicología Social y de las Organizaciones por la UNED, está especializada en el análisis del liderazgo en los grupos, así como en la violencia de género.

Para terminar, hay que resaltar que, dado el carácter reticular de la materia y la investigación, el uso de gráficos e ilustraciones será también útil para este trabajo, ya que estos ofrecerán un resultado más didáctico.

### 3 MARCO TEÓRICO

---

En este apartado se pretende esclarecer algunos aspectos importantes que no se tienen en cuenta directamente en el análisis, pero que construyen más eficazmente un amplio conocimiento sobre la relación que existe entre las estructuras de poder y la mujer, cuya relación afecta a la situación actual laboralmente hablando de la mujer.

A lo largo de la historia, en la mayoría de las culturas, las mujeres han sido sometidas a estructuras patriarcales que les han negado los derechos humanos más fundamentales. Las leyes antiguas y los sistemas tradicionales, como el cristianismo, el islamismo y el judaísmo, antecedentes de los sistemas modernos, han provocado la dependencia de la mujer, de forma análoga a la esclavitud y a la explotación de las clases desfavorecidas, así como de la mano de obra (Larumbe, 2004).

De igual forma, se evidencia que las personas que son rendidas ante el resto son vistas, por los explotadores, como seres inferiores, inmaduros, infantiles, malvados o depravados, entre otras muchas características, pero siempre con el denominador común de que son cualidades con connotaciones peyorativas. Y, es así, como consecuencia, muchas veces, se observa a la mujer como el sexo débil que necesita protección y que no tiene las mismas (ni tan avanzadas) capacidades que los hombres o el género masculino (López-Zafra y García-Retamero, 2009).

Esta situación da lugar, por ejemplo, a comportamientos paternalistas, a la misma vez que condescendientes, por parte de los varones. Dentro de este tipo de conductas, una de las más conocidas, aparte del hecho de que los hombres les cedan el asiento o les sujeten la puerta para pasar a las mujeres (por el simple hecho de serlo), es la llamada *mansplain(ing)*, en inglés. Este neologismo anglófono se basa en la composición de las palabras *man* (hombre) y *explain* (explicar) y hace referencia al hecho de "explicar algo a alguien, generalmente un varón a una mujer, de una manera considerada como condescendiente o paternalista"<sup>1</sup>, como consecuencia de lo que ya se indicaba anteriormente, considerar que las mujeres tienen unas capacidades inferiores a las de los hombres (López-Zafra y García-Retamero, 2009).

Esta noción comprende una mezcla heterogénea de comportamientos que tienen en común el menosprecio del hablante hacia su oyente por el único hecho de que quien escucha es una mujer y por lo tanto le supone una capacidad de comprensión inferior a la de un hombre. Este concepto también incluye situaciones en las que un varón monopoliza la conversación con el único propósito de jactarse y aparentar ser más culto que la mujer que escucha. Rebecca Solnit, una de

---

<sup>1</sup>Steinmetz, K. (2014). Oxford's Runners-Up for Words of the Year. Time.com. Consultado 22 May 2017, en <http://time.com/3590980/clickbait-normcore-mansplain-oxford-word-runners-up/>

las primeras personas en utilizar el concepto al describir una experiencia propia<sup>2</sup>, extrapoló el concepto a las consecuencias que el *mansplaining* produce: como resultado, los juicios y opiniones emitidas por una mujer (sea del público general o como profesionales o expertas en algún área) son sistemáticamente infravaloradas o necesitadas del respaldo de un hombre para ser validadas.

Éste hecho es, sin lugar a dudas, tan solo un síntoma de un comportamiento muy extendido que disuade a las mujeres de manifestarse públicamente y a la audiencia de escucharlas con atención e interés cuando se atreven a hacerse oír. Al mismo tiempo, y como consecuencia directa, condena a las jóvenes al silencio, ya que estas concluyen (como ocurre también a causa del acoso callejero), que éste no es su mundo. De esta manera, la sociedad acostumbra al género femenino al propio y continuo cuestionamiento, así como a la limitación femenina, a la misma vez que fomenta el exceso de, injustificada, confianza masculina.

Por lo tanto, las mujeres que no se ven disuadidas por este tipo de comportamientos y se atreven a alzar la voz, por ejemplo, en las redes sociales, se ven saboteadas y encuentran que su discurso se deslegitima a la vez que menosprecia. Sus palabras son, al mismo tiempo, continuamente cuestionadas y ven dañada incluso su integridad personal y su dignidad por tremendas faltas de respeto y amenazas. Esta es una realidad que viven día a día en Youtube o la red social Twitter, la guionista Isa Calderón o la socióloga Cristina Fernández. Así lo exponen en el vídeo del diario El País<sup>3</sup>, en su sección de Mujeres, en el que explican los insultos, entre otras vejaciones, que reciben contra su propia persona por el mero y simple hecho de, por ejemplo, cuestionar ciertas informaciones relacionadas con la lacra de la violencia de género publicadas por algunos medios de comunicación, o hacer crítica de cualquier película desde una perspectiva feminista. Y es que como afirma en la grabación la socióloga Cristina Fernández, víctima de estos ataques en las redes, “el silencio es el mandato favorito del patriarcado”.

Por otra parte, también hay que tener en cuenta que existe un currículum invisible que va marcando en cierta manera la vida de las personas, y más aun, si cabe, la de las mujeres. El currículum invisible es un mensaje homogéneo que se asimila porque hay un conjunto de conocimientos que la sociedad ha ido asumiendo, a la vez que aprehendiendo, de manera implícita desde niños, a través del contexto educativo. Este está conformado principalmente por las ideas promovidas mayormente por el sistema capitalista de tener y poseer, competir, sobresalir, triunfar, consumir, y, al fin y al cabo, cubrir etapas. Si no se sigue el mismo paso que el resto de la gente,

---

<sup>2</sup>Solnit, R. (2012). MenExplainThings to Me. Guernica. Consultado 22 May 2017, en <https://www.guernicamag.com/rebecca-solnit-men-explain-things-to-me/>

<sup>3</sup> Virginia Martínez Crespo, J. (2017). *Machismo en la Red: “Me llaman feminazi”*. EL PAÍS. Consultado 5 August 2017, en [https://elpais.com/elpais/2017/07/24/mujeres/1500916797\\_950460.html?id\\_externo\\_rsoc=FB\\_CM](https://elpais.com/elpais/2017/07/24/mujeres/1500916797_950460.html?id_externo_rsoc=FB_CM)



se está abocado, casi definitivamente, al aislamiento social. En la cultura dominante no hay lugar para la diferencia, las personas que optan por un camino considerado distinto serán desacreditadas por, y con la ayuda, de la estructura mediática.

Para ir un poco más allá, hay que tener en cuenta que hay ciertos elementos estructurales en esta sociedad capitalista, siendo esta ya en sí misma una estructura propiamente dicha. Antes de continuar, se debe indicar que este modelo de sociedad se caracteriza principalmente porque marca su objetivo primordial en conseguir el mayor beneficio posible a través de la economía de mercado, poniendo la competitividad por encima de otros muchos valores, como manifiesta la jurista Pilar Pardo.

“En un modelo de sociedad donde la igualdad de oportunidades está al servicio de la competitividad, las mujeres se encuentran sumergidas en un sistema de mediación con la realidad en el que, antes de que salgan a la pista de carreras, ya han sido seleccionadas las personas vencedoras”. Pilar Pardo Rubio, (III Jornadas Medios y Responsabilidad Social, 2010).

Centrando la atención ahora en los elementos considerados como estructurales, hay que señalar que uno de los principales es la violencia, y en concreto, la que se da en la familia, la intrafamiliar, que, al mismo tiempo, es uno de los tipos de violencia que más afecta a la mujer (Larumbe, 2004). Así, se puede decir que los procesos de violencia se dan en un determinado ordenamiento económico y social y que constituyen una estructura de poder y tienen una direccionalidad determinada. Al ser uno y a la vez múltiples los intereses en juego, los agentes, las víctimas, los escenarios centrales, los valores en cuestión, los instrumentos utilizados y los efectos producidos; la violencia puede manifestarse como estructural, pero también como política, sexual, física, psicológica, urbana, social, etc.

El silencio, también como consecuencia de la percibida como superioridad masculina e inferioridad femenina, como se indicaba antes con los resultados del *mansplaining*; junto al ocultamiento de la violencia intrafamiliar, han conformado la conducta de miles de mujeres, niños y niñas a través de los años bajo la "excusa" de conservar la familia o el bienestar económico, que, en muchos casos, culmina con el asesinato de algunas de las víctimas. Este es solo uno de los tantos casos que se dan en los que la estructura ejerce presión sobre la ciudadanía y sus entes para que no se salgan de la línea marcada, favoreciendo el silencio ante la denuncia, porque, como ya se ha dicho, las personas diferentes serán marginadas por la estructura.

Otro de los puntos más importantes para comprender este trabajo, ya que se centra en la situación de las mujeres, es que el rol, tanto sexual como de género y el ejercicio de la sexualidad son, en sí mismo, construcciones socioculturales motivadas por un mecanismo de control social, y de una reproducción de las estructuras de poder. La categoría “mujer” se conceptualiza en tanto que opuesta a la categoría “hombre”, formando de tal manera un binomio, mutuamente excluyente, a

partir del cual se articula la distinción de sexo (femenino - masculino, respectivamente). De esta manera, los valores que represente cada género deberán estar bien diferenciados, sin dejar lugar a la ambigüedad.

“Entre los factores que han influido en la situación discriminatoria de la mujer en el mercado de trabajo se ha de destacar la división del empleo y la asignación de roles en función del género. Los roles y estereotipos en función del sexo tienen un peso importantísimo en la perpetuación de la división del trabajo entre mujeres y hombres, tanto en el ámbito laboral que nos ocupa, como en el ámbito familiar y en la sociedad en general, consagrando así un círculo cerrado de obstáculos que impiden la concesión real de la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres (...) comparten una serie de características asociadas a los estereotipos que existen en la sociedad sobre las mujeres, tales como la belleza, el cuidado personal o la moda, y relacionadas con el ámbito de lo privado y lo doméstico que históricamente han protagonizado las mujeres” May Silva Ortega, Directora de la Fundación Audiovisual de Andalucía (III Jornadas Medios y Responsabilidad Social, 2010).

Las palabras citadas de May Silva Ortega hacen referencia también a lo que se llama segregación horizontal, que describe la concentración de mujeres y de hombres en sectores y empleos específicos, y que refleja, mayoritariamente, que las mujeres ocupan profesiones “que tienen escasa vinculación con perfiles técnicos (de gran relevancia en el sector), de menor consideración social y, en general, con peores condiciones de trabajo” (III Jornadas Medios y Responsabilidad Social, 2010). Pero cuando las diferencias dejan de ser tan homogéneas, aparece el conflicto o la confusión, incluso ambas al mismo tiempo. Esto se refleja en las situaciones de homosexualidad, por citar algún caso, pero también con la imagen de mujer con poder y exitosa en el ámbito laboral, en la que parece que la mujer se imbuje de los valores propios del varón, como, por ejemplo, la ambición. En palabras de la jurista Pilar Pardo Rubio: “Me temo que la imagen de las mujeres con poder, salvo excepciones, es una imagen de excepción (herencia, familia) o de renuncia, que no se manifiesta en los hombres” (III Jornadas Medios y Responsabilidad Social, 2010). En este tipo de situaciones existe opresión social cuando las personas no reproducen los esquemas preestablecidos de acuerdo a lo esperado (Donath, 2016), limitando la diversidad sexual o la competitividad laboral femenina, omitiendo y dejando al margen situaciones tales como la transexualidad y la intersexualidad, entre otras, como las descritas anteriormente.

Nada de esto puede comprenderse sin aceptar la existencia del patriarcado (Donath, 2016), una de las mayores estructuras que rige la sociedad actual. Y que puede considerarse casi como una estructura invisible, ya que poca parte de la población es la que la reconoce, y menos todavía, la que la combate e intenta erradicar. Siendo esto así, se debe citar aquí al filósofo Michel Foucault, para quien nadie puede ser titular del concepto de poder (Dreyfus, H., & Rabinow, P., 1984). Sin

embargo, sí que creía que se puede ejercer en una dirección concreta para que determine líneas ideológicas de la superestructura, con el objetivo primordial de que arraiguen en la sociedad.

Instituciones como la educación, o los medios de comunicación, inculcan valores, constituyendo así una herramienta vital para que las ideas y el poder se puedan traspasar a la sociedad actual (Dreyfus, H., & Rabinow, P., 1984). De esta manera, el poder, no se impone por la fuerza, porque se ha ido aprendiendo que mediante la represión no se consiguen los mismos efectos. Y es que el interés por esta forma “no represiva” está precisamente en que la sociedad no perciba el control. Así, el poder no está quieto en los individuos, sino que se transforma y pasa de unos individuos a otros, de unas redes a otras. Redes que tienen engranajes en las principales estructuras pero que no se perciben. Por esto, en la democracia del siglo XX, se llegó a afirmar que la estructura de poder se terminaba, que las personas serían total y completamente libres.

Pero, según Foucault, precisamente el problema de la democracia está en que no se sabe dónde está exactamente el poder (Dreyfus, H., & Rabinow, P., 1984). Sin embargo, hay que señalar que este problema no atañe solo a la democracia, sino también a las estructuras que funcionan junto a ella, como el patriarcado, que se mencionaba anteriormente (Donath, 2016). El poder es invisible, está en todo y en nada al mismo tiempo, y así no se identifica, ni se señala, se olvida y se ignora y, sobre todo, no se trata de luchar contra él.

Además, no se puede dejar de recalcar que el poder invisible que rige las estructuras del que habla el pensador francés tiene que ver con el ya mencionado currículum también invisible, que tiene como resultado que la sociedad sea cada vez más homogénea, cuando esta cree que tiene mucho poder de elección y caminos por los que decidirse y guiar su vida. Sin embargo, quien se salga de lo establecido será relegado a la marginalidad, con la ayuda de la estructura mediática.

## 4 CONTEXTO

---

“El 25 de septiembre de 2015, los líderes mundiales adoptaron un conjunto de objetivos globales para erradicar la pobreza, proteger el planeta y asegurar la prosperidad para todos como parte de una nueva agenda de desarrollo sostenible. Cada objetivo tiene metas específicas que deben alcanzarse en los próximos 15 años”.<sup>4</sup> Entre estos objetivos, se encuentra, en quinto lugar de un total de 17; tras el “Fin de la pobreza”, “Hambre cero”, “Salud y bienestar”, y “Educación de calidad”, el de “ Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas”<sup>5</sup>.

Y es que la Organización de las Naciones Unidas (ONU) recuerda que “Si bien se han producido avances a nivel mundial con relación a la igualdad entre los géneros a través de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (incluida la igualdad de acceso entre niñas y niños a la enseñanza primaria), las mujeres y las niñas siguen sufriendo discriminación y violencia en todos los lugares del mundo. La igualdad entre los géneros no es solo un derecho humano fundamental, sino la base necesaria para conseguir un mundo pacífico, próspero y sostenible. Si se facilita a las mujeres y niñas igualdad en el acceso a la educación, atención médica, un trabajo decente y representación en los procesos de adopción de decisiones políticas y económicas, se impulsarán las economías sostenibles y se beneficiará a las sociedades y a la humanidad en su conjunto”. Así, esta investigación se centrará más concretamente en la quinta de las seis metas para alcanzar el objetivo mencionado más arriba: “5.5 Asegurar la participación plena y efectiva de las mujeres y la igualdad de oportunidades de liderazgo a todos los niveles decisorios en la vida política, económica y pública”.

A pesar de los esfuerzos hechos por instituciones tan importantes como la ONU descritos anteriormente, en la actualidad se sigue pensando que una mujer no es "mujer-mujer" si no es atractiva, "pareja de" (presente o futura) y madre (presente o futura) (Donath, 2016). Esto se refleja en todos los ámbitos de la vida, y como bien decía la reconocida feminista Adrienne Rich en los años setenta, “al igual que a los niños negros sus padres les avisan de que, aunque las leyes digan que son iguales que los blancos, en la práctica van a sufrir múltiples muestras de racismo, también es preciso avisar a las mujeres de que, aunque las leyes y la gente digan que somos iguales (el espejismo de la igualdad) en la práctica cualquier mujer se va a encontrar con múltiples muestras de discriminación y barreras por el hecho de ser mujer”(Rich, 2001).

---

<sup>4</sup> *Objetivos y metas de desarrollo sostenible - Desarrollo Sostenible. (2017). Desarrollo Sostenible.* Consultado en <http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

<sup>5</sup> *Igualdad de género y empoderamiento de la mujer - Desarrollo Sostenible. (2017). Desarrollo Sostenible.* Consultado en <http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/gender-equality/>

“La desigualdad tiene raíces profundas, estructurales, por tanto, combatirla no depende de un mero reconocimiento de derechos y, mucho menos de medidas ad hoc, o del rescate puntual del ‘colectivo de mujeres’ como si de una minoría se tratase y como si su situación fuese de excepcionalidad social. Las mujeres representan algo más de la mitad de la sociedad, no son un colectivo, ni una excepción y, por tanto, medidas parciales y temporales solucionarán de forma parcial y temporal el problema de la desigualdad, que es un problema de toda la sociedad, no un problema de mujeres” Pilar Pardo Rubio, jurista (III Jornadas Medios y Responsabilidad Social, 2010).

Lo que provocan las medidas a las que hace referencia la jurista Pilar Pardo Rubio y lo que describe la imprescindible Adrienne Rich se conoce como el espejismo de la igualdad, como se ha indicado anteriormente, y describe el hecho de que, en la sociedad actual, marcada por fuertes conductas machistas, se tiene la idea generalizada de la igualdad como un hecho ya alcanzado. Algunas autoras, como Marcela Lagarde, se han referido a fenómenos semejantes en la aproximación que ella denomina “velo de la igualdad”, que opera, como en el caso del famoso “velo de la Ignorancia” del que nos habló John Rawls en su “Teoría de la Justicia”, como un mecanismo ideológico que oculta o impide ver, en este caso, la realidad desigual (Rawls, 1971).

“La igualdad entre hombres y mujeres como principio abstracto, es aceptado e incluso defendido por la mayoría de la ciudadanía. La percepción o el sentimiento del mayor o menor grado de igualdad depende, en muchos casos, de la interacción entre la realidad y el deseo, el contexto en el que nos desenvolvamos y nuestros propios referentes y valores más o menos naturalizados. A diferencia de otros campos, en los que no aceptaríamos un diagnóstico basado en una percepción sin pruebas más o menos científicas: consulta, exploración, análisis, hipótesis y confirmación, cuando hacemos referencia a la igualdad entre hombres y mujeres existe resistencia a abordar el tema racionalmente, desde el conocimiento científico y la estadística. Existe resistencia a diagnósticos duros, casi vergonzantes para una sociedad democrática. Diagnósticos que muestran que el 7% de los puestos de dirección en el cine español están ocupados por mujeres. ¿O es que no deseamos tanto la igualdad como aseguramos cuando nos preguntan? Quizás la pregunta sea, ¿tenemos disposición a cambiar actitudes individuales, estructuras jurídicas y políticas, posiciones de poder, en definitiva, al cambio de una sociedad realmente construida y vivida por hombres y mujeres?” (III Jornadas Medios y Responsabilidad Social, 2010).

En esta interesante reflexión, la jurista Pilar Pardo Rubio, insinúa que el espejismo de igualdad se relaciona también con la voluntad de ignorancia hacia el reconocimiento de la verdadera realidad de la desigualdad de género. Ahora, en las líneas más inmediatas, se pueden reconocer algunos signos que contribuyen significativamente a la construcción del espejismo o ilusión de igualdad en los siguientes hechos: la visibilidad presencial o corporal de las mujeres en algunos espacios

públicos en los que no era frecuente verlas o de los que estaban excluidas y, por otra parte, los avances alcanzados en lo formal normativo. Estos avances en lo legislativo no hacen otra cosa que consagrar la igualdad en el plano de los derechos, pero pueden llegar a confundirse con la existencia de la igualdad real, como afirma la jurista Pilar Pardo Rubio: “(...) los avances se revelan insuficientes y las resistencias fuertes” (III Jornadas Medios y Responsabilidad Social, 2010).

De esta manera, existe una cada vez más abundante producción de políticas públicas estatales y gubernamentales que consagran el principio de igualdad y ciertos derechos derivados de este principio. Esta tendencia se expresa en una creciente profusión de leyes, planes de igualdad, y otros dispositivos semejantes, cuya sola existencia podría dar pie a la falsa creencia de que la igualdad es efectiva, sobre todo en sociedades o sistemas jurídicos de tradición kantiana o idealista, que mantienen el criterio del primado de la norma sobre los hechos.

España no es la excepción respecto a lo que se acaba de describir aquí y, como no podía ser de otra manera, se mantiene la duda de si las políticas de igualdad aplicadas son realmente efectivas tras algunos intentos de socialdemocracia. ¿Pretenden estas realmente cambios verdaderos y estructurales? Por una parte, se encuentran las cuotas, que según un estudio de la London School of Economics, “tienen un efecto inmediato en la competencia de los líderes masculinos al desencadenar una ola de ceses de líderes mediocres”. Por lo tanto, estas tendrían el aspecto positivo de que animan tanto a hombres como mujeres a aumentar su preparación, para así intentar alcanzar la igualdad y también romper con “las dinámicas de élites masculinas mediocres”<sup>6</sup>. Sin embargo, centrándose en un aspecto más puramente económico, según el artículo del periódico El País “10 años de la Ley de Igualdad: el cambio que nunca llega”<sup>7</sup>, “una década después de que se aprobara la norma, hay más parlamentarias, pero pocas mujeres mandan, cobran menos y siguen asumiendo las tareas domésticas”. Así, se puede afirmar que, en realidad, esta ley se queda prácticamente en un escaparate, en un ligero aumento de cifras a favor de la mujer en casi todos los ámbitos y poco más, suponiendo, verdaderamente, un cambio de fachada solamente. Sin embargo, no ha reflejado ningún cambio a gran escala, ya que los altos puestos de las grandes empresas como las del Ibx 35 los siguen ocupando hombres, como demuestran las infografías del periódico en castellano referente internacionalmente<sup>8</sup>.

---

<sup>6</sup> Requena Aguilar, A. (2017). Las cuotas elevan la competencia y perjudican a "los hombres mediocres". *Eldiario.Es*. Consultado en [http://m.eldiario.es/252146fe\\_622937854/](http://m.eldiario.es/252146fe_622937854/)

<sup>7</sup>Álvarez, P., & Rodríguez-Pina, G. (2017). 10 años de la Ley de Igualdad: el cambio que nunca llega. *El País*. Consultado en [http://politica.elpais.com/politica/2017/03/21/actualidad/1490121143\\_771170.html](http://politica.elpais.com/politica/2017/03/21/actualidad/1490121143_771170.html)

<sup>8</sup>Rodríguez-Pina, G., Clemente, Y., & Alonso, A. (2017). ¿Están mejor las mujeres desde que se aprobó la Ley de Igualdad? La respuesta en gráficos. *El País*. Consultado en [http://elpais.com/elpais/2017/03/20/media/1490022764\\_384816.html](http://elpais.com/elpais/2017/03/20/media/1490022764_384816.html)

A esto se suma una brecha salarial del 24 por ciento y subiendo, con lo que “una mujer debe trabajar 88 días más para cobrar lo mismo”, lo que también se refleja en los 423 euros menos que percibe de pensión según el sindicato UGT. Y datos aún más duros, como que en el año 2015 “murieron 60 mujeres asesinadas por sus parejas o exparejas, según datos del Instituto de la Mujer”, cuando “la mitad de ellas tenían menos de 40 años”. Estas cifras se corresponden con algunos datos también de 2015, que señalan que “un 25 % (una de cada cuatro) de las adolescentes entre 16 y 19 años, sufrió violencia de control en los últimos 12 meses”. Asimismo, es digno de resaltar el hecho de que “se denuncian más de un millar de violaciones -con penetración- al año, aproximadamente tres al día, una cada ocho horas”. A juzgar por los datos, “España sigue siendo un país machista”. “Pero ¿de dónde viene ese machismo? Los expertos apuntan a la herencia franquista y resaltan la importancia de la educación para ir desterrándolos. Sin embargo, las encuestas no aportan datos halagüeños: los estereotipos de género continúan y muchos de ellos se perpetúan en las generaciones más jóvenes. Un 33 % de los adolescentes -entre 12 y 24 años- se muestran favorables a afirmar que ‘está bien que los chicos salgan con muchas chicas, pero no al revés’, según el informe Jóvenes y género, el estado de la cuestión, del Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud de la Fundación de Ayuda Contra la Drogadicción. Este mismo informe certifica que entre los jóvenes persisten ideas como que los hombres no deben llorar, que ser agresivo es atractivo o que ‘un buen padre debe hacer saber al resto de la familia quien es el que manda’. El machismo prevalece y algunos adolescentes no lo perciben como tal. Pero ¿y los adultos? Mayoritariamente se rechazan expresiones extremas de machismo, pero hay situaciones en las que la línea se vuelve mucho más difusa. ¿Es machista decirle a una compañera de trabajo que está guapa? ¿Escuchar *reggaeton*? ¿Y poner pendientes a tu niña con unos pocos años de edad?”<sup>9</sup>.

Frente a la persistencia de la desigualdad y la dificultad, como se acaba de ver, de establecer unas líneas delimitantes, en la actualidad siguen surgiendo este tipo de leyes y políticas sociales criticadas más arriba. De entre estas merece especial mención por su cercanía en el tiempo y por lo que tiene de histórico<sup>10</sup> el pacto de Estado contra la violencia machista. Esta ha sido la respuesta del Gobierno y de todos los partidos con representación parlamentaria para hacer frente a la situación de vulnerabilidad en la que vive la mujer en la actualidad debido a los abusos, asesinatos y todo tipo de violencia que sufre día a día. Firmado el 24 de julio de este año 2017 y aprobado cuatro jornadas más tarde, el día 28, pretende luchar contra la mayoría de los tipos de violencia

---

<sup>9</sup> Horrillo, E. (2016). *¿Es machista decir a tu compañera de trabajo: 'Qué guapa estás'?* *El País*. Consultado en

[https://elpais.com/elpais/2016/10/24/icon/1477324111\\_372375.html?id\\_externo\\_rsoc=FB\\_CM](https://elpais.com/elpais/2016/10/24/icon/1477324111_372375.html?id_externo_rsoc=FB_CM)

<sup>10</sup> Rodríguez-Pina, G. (2017). *Unidos Podemos se abstiene en el pacto de Estado contra la violencia machista*. *EL PAÍS*. Consultado en

[https://politica.elpais.com/politica/2017/07/28/actualidad/1501230577\\_729033.html](https://politica.elpais.com/politica/2017/07/28/actualidad/1501230577_729033.html)

que se ejercen contra la mujer, en definitiva, contra el machismo más obvio y visible. Sin embargo, no se lucha con el mismo ahínco contra el tipo de violencia, más encubierta, que se ejerce en el mundo laboral contra las mujeres y que hace que muchas de estas sean dependientes económicamente. Esto se debe, entre otras muchas causas, a que sufren más la temporalidad y que la tasa femenina de paro es cuatro puntos mayor que la masculina, según los datos de la Encuesta de Población Activa (EPA) del segundo trimestre de 2017<sup>11</sup>, situándose en el 19,04% de desempleo.

Esta es una realidad palpable igualmente en el mundo de la comunicación, una situación que también refleja el Informe Anual de la Profesión Periodística 2015 de la Asociación de la Prensa de Madrid (APM).

“Asimismo se confirma otro de los rasgos característicos del mercado laboral de los periodistas cuando se analiza en función del sexo; el porcentaje de mujeres contratadas trabajando en medios de comunicación es superior al de los hombres, mientras que estos tienen mayor peso dentro del trabajo autónomo. Sí es significativo, por lo que implica de cambio en el mundo laboral de los autónomos, que el reparto por sexos se haya nivelado algo, ya que del 60 % de varones en 2014 se ha bajado hasta el 57 %. Mientras tanto, la división por sexos entre los periodistas contratados apenas ha variado. La creciente equiparación por sexos no se refleja exclusivamente en los aspectos cuantitativos. Cuando se consideran las categorías profesionales y cometidos que desempeñan hombres y mujeres en los diferentes medios, puede observarse que la preeminencia de los varones en los puestos directivos disminuye año a año, aunque aún persista. Entre 2014 y 2015, el porcentaje de mujeres con categoría de directora, directora adjunta, subdirectora y redactora jefa en medios impresos pasó del 6,7 al 10,9 %; en los medios audiovisuales, las directoras y editoras de informativos y directoras de programas aumentaron del 6 al 7,8 %, y las responsables de contenidos en los medios digitales, del 3,5 al 3,9 %. En todos los casos, el porcentaje de directivos varones se redujo. (...) Si lo que se considera es el paro en función del sexo, casi dos terceras partes (el 64 %) son mujeres, porcentaje idéntico al de hace un año (2014). (...) Como consecuencia de la discriminación salarial a la que se alude más adelante, la cuestión de la mala retribución suele ser más mencionada por las mujeres periodistas, que son quienes sufren directamente la desigualdad en las retribuciones. (...) Al analizar los niveles retributivos por sexos, es preciso constatar que en todos los grupos estudiados (contratados y autónomos en periodismo y comunicación) son mayores los porcentajes de mujeres que se encuentran en los niveles de retribución más bajos y menores los de los niveles más altos. Si se tiene en cuenta que el reparto por sexos en función de las actividades no presenta grandes diferencias, debe deducirse

---

<sup>11</sup> *Encuesta de Población Activa (EPA) Segundo trimestre de 2017*. (2017). Consultado en <http://www.ine.es/daco/daco42/daco4211/epa0217.pdf>



que existe una discriminación salarial que perjudica tanto a las periodistas como a las profesionales de la comunicación” (Informe Anual de la Profesión Periodística 2015, 2016).

Es en la tabla que se encuentra a continuación de este párrafo donde se puede comprobar lo que también apuntaba el artículo de El País reflexionando sobre la eficacia de la ley de igualdad<sup>12</sup> aprobada en 2010, hace 7 años, y que deja todavía una brecha salarial de más del 20 por ciento, entre otras acusadas desigualdades. La realidad que arrojan todos estos datos es la de la precariedad laboral que viven muchas mujeres, siempre más afectadas y más vulnerables frente a los vaivenes negativos de la economía. Como consecuencia, muchas mujeres se ven abocadas a trabajar por su cuenta, como indica el diario semanal CTXT (Contexto) “El 75,1% de los autónomos admite que ha adoptado este régimen laboral forzado por las circunstancias. Este porcentaje ha aumentado en casi tres puntos respecto al año 2014. Se multiplican los casos de los llamados “falsos autónomos”, que incluso cuentan con un lugar fijo en la redacción, y más de la mitad de las mujeres periodistas y casi la mitad de los hombres trabajan en modo *freelance*, vendiendo sus servicios a varias empresas. Nuevos estilos de precarización y nuevas formas de inseguridad que a menudo lastran o impiden el ejercicio libre y ‘autónomo’ de la profesión”.<sup>13</sup>

Gráfico 1. Nivel medio de ingresos mensual diferenciado por sexo.

**Tabla 45** Nivel medio de ingresos mensual, diferencia por sexo

|                     | Periodismo |       |             |       | Comunicación |       |             |       |
|---------------------|------------|-------|-------------|-------|--------------|-------|-------------|-------|
|                     | Autónomos  |       | Contratados |       | Autónomos    |       | Contratados |       |
|                     | Hombre     | Mujer | Hombre      | Mujer | Hombre       | Mujer | Hombre      | Mujer |
| Sin remuneración    |            |       | 0,8         | 4,2   |              |       | 2,8         | -     |
| Menos de 600        | 1,9        | 3,6   | 14,4        | 30,2  | 2,6          | 4,1   | 8,5         | 14,8  |
| Entre 600 y 1.000   | 6,1        | 7,9   | 20,0        | 28,1  | 5,6          | 11,9  | 11,3        | 18,2  |
| Entre 1.000 y 1.500 | 17,7       | 26,4  | 11,2        | 17,7  | 16,8         | 27,5  | 25,4        | 29,5  |
| Entre 1.500 y 2.000 | 24,8       | 33,0  | 21,6        | 11,5  | 29,1         | 29,8  | 11,3        | 25,0  |
| Entre 2.000 y 3.000 | 35,0       | 23,3  | 17,6        | 5,2   | 29,1         | 20,3  | 14,1        | 8,0   |
| Entre 3.000 y 4.000 | 11,9       | 4,5   | 7,2         | 3,1   | 9,2          | 5,8   | 16,9        | 3,4   |
| Más de 4.000        | 2,6        | 1,2   | 7,2         | -     | 7,7          | 0,7   | 9,9         | 1,1   |
| Base                | 311        | 330   | 125         | 96    | 196          | 295   | 71          | 88    |

Fuente: Informe Anual de la Profesión Periodística, 2015. APM Encuesta Profesional 2015. Cifras absolutas de la base y resto, en porcentajes.

<sup>12</sup> Rodríguez-Pina, G., Clemente, Y., & Alonso, A. (2017). ¿Están mejor las mujeres desde que se aprobó la Ley de Igualdad? La respuesta en gráficos. *El País*. Consultado en [http://elpais.com/elpais/2017/03/20/media/1490022764\\_384816.html](http://elpais.com/elpais/2017/03/20/media/1490022764_384816.html)

<sup>13</sup> Alejandro G. Falagán, C. (2017). *La perversión del periodismo*. *ctxt.es / Contexto y Acción*. Consultado en <http://ctxt.es/es/20170712/Politica/13669/CTXT-periodismo-independencia-pluralidad-internet.htm>

Se puede afirmar, por tanto, que las estructuras de poder no se han visto para nada afectadas o tambaleadas por la ley de igualdad referida anteriormente, la cual se vendió como la norma que iba a transformar la sociedad. Se sigue manteniendo una estructura empresarial claramente masculina y patriarcal y, por supuesto, capitalista, como nos demuestra la reciente constitución de la Asociación de Medios de Información (AMI), antigua Asociación de Editores de Diarios Españoles(AEDE), que cuenta tan solo con la presencia de una mujer entre un total de dieciséis miembros, habiendo así un doce por ciento de representación femenina<sup>14</sup>.

Además, no se puede dejar escapar que la AMI está, al igual que lo estaba la AEDE, formada por los editores más influyentes y poderosos de España, pertenecientes a grandes grupos mediáticos con consejos de administración que cuentan con la presencia de todo tipo de multinacionales internacionales. Así, se puede encontrar a Juan Luis Cebrián, presidente ejecutivo del grupo Prisa<sup>15</sup>, Luis Enríquez, consejero delegado de Vocento<sup>16</sup>, o Antonio Fernández-Galiano, presidente de Unidad Editorial. Esta composición de la asociación no hace sino reforzar la estructura mediática, así como la económica y social asentadas actualmente, es decir, las estructuras de poder, al contrario de propiciar algún tipo de cambio real o evolución (Reig, 2011). Este tipo de situaciones de desigualdad flagrante, como el caso de la AMI que se acaba de mencionar, se dan debido a múltiples factores, algunos de los cuales se han mencionado ya en este trabajo.

Sin embargo, algunos estudiosos también ven parte del problema en el propio género femenino. Las periodistas Katty Kay y Claire Shipman detallan en el libro ‘The Confidence Code’<sup>17</sup>, que aunque la falta de autoestima en las mujeres no es el único obstáculo para alcanzar la igualdad, esta explica el estancamiento de muchas carreras laborales. Y es que muchas veces, según las autoras ya mencionadas, dos conocidas periodistas de televisión en Estados Unidos, la capacidad real de una candidata a un puesto difiere de la imagen infravalorada que tiene de sí misma. Esto es lo que ellas llaman el fenómeno del autosabotaje, al que cada vez más personas culpan de la falta de avances definitivos en materia de igualdad entre hombres y mujeres en el mercado laboral. Desde luego, este no es el problema más acusado en la lucha por la igualdad, pero basta con fijarse en el número creciente de investigaciones y de libros publicados sobre el asunto para concluir que es un fenómeno capaz al menos de explicar dinámicas que acaban traducidas en el estancamiento de infinidad de carreras profesionales. Esta realidad se relaciona con el “síndrome de la

---

<sup>14</sup>Cano, F. (2017). Las asociaciones de periodistas denuncian la escasa presencia de mujeres en la nueva AEDE. *El Español*. Consultado en

[http://www.elespanol.com/economia/empresas/20170522/217978665\\_0.html](http://www.elespanol.com/economia/empresas/20170522/217978665_0.html)

<sup>15</sup>Elorduy, P. (2017). Mediaset, Prisa y Atresmedia, PrenS.A y poder. *El Salto*, (0), 4-11.

<sup>16</sup>ABC. (2011). Luis Enríquez, nuevo consejero delegado de Vocento. Consultado en <http://www.abc.es/20110718/medios-redes/abci-luis-enriquez-nuevo-consejero-201107181404.html>

<sup>17</sup>Carbajosa, A. (2017). El club del autosabotaje. *El País Semanal Mujeres*, 46-52.

impostora”, que artistas tan reconocidas como la actriz Kate Winslet o la cantante Jennifer López, reconocen sufrir<sup>18</sup>.

Según el sociólogo y doctorado en estudios Interdisciplinarios de Género de la Universidad Autónoma de Madrid, Jose A. M. Vela, este síndrome consiste en “la autopercepción por la cual una persona se ve menos cualificada para un puesto, cargo o desempeño dado, que sus compañeros masculinos”. El experto también señala que algunos factores claves que influyen en el síndrome son “una baja autoestima o una excesiva auto-exigencia”, aunque no se trata tanto de una cuestión individual, como del reflejo de un problema social.

De este modo, Vela explica que “la socialización diferenciada, por la cual hombres y mujeres son educados en roles y en valores distintos, crea el caldo de cultivo perfecto para que las mujeres sientan de forma masiva el síndrome de la impostora”. Así, llega a afectar incluso a mujeres con un estatus privilegiado y consolidado como las estrellas mencionadas anteriormente. Estos roles a los que hace referencia el sociólogo siguen estando muy vigentes en la actualidad y cuestiones como la diferencia en las bajas de maternidad y paternidad no hacen más que legitimarlos. A pesar de que a principios de este año el permiso de paternidad se ha aumentado de dos días a cuatro semanas<sup>19</sup>, este queda aún muy lejos de la baja de la que disfrutaban las madres, de dieciséis semanas. Esto provoca que el rol del cuidado lo siga asumiendo la mujer, como viene siendo tradicionalmente. Sin embargo, en otros países, de corte más feminista, como Noruega, los padres pueden disfrutar de hasta 112 días de permiso<sup>20</sup>, es decir, dieciséis semanas, el permiso que tienen las madres en España.

Como consecuencia, entre otros factores, del reparto desigual en cuanto al cuidado de los hijos, el 53% de mujeres reconoce que ser madre ha recortado su proyección profesional<sup>21</sup>. Aparece así un panorama en cierta manera desolador para el género femenino, sobre todo si quiere realizarse en el mundo empresarial al mismo tiempo que en el familiar, ya que esta tendrá que soportar el peso de la estructura de la información, además del patriarcado y el capitalismo, casi a cada paso que dé.

---

<sup>18</sup>Carpallo, S. (2017). Por qué el ‘síndrome de la impostora’ sigue atormentando a las mujeres. *El País S Moda*. Consultado en <http://smoda.elpais.com/belleza/bienestar/sindrome-impostora-mujeres/>

<sup>19</sup>Álvarez, P., & Rodríguez-Pina, G. (2017). 10 años de la Ley de Igualdad: el cambio que nunca llega. *El País*. Consultado en [http://politica.elpais.com/politica/2017/03/21/actualidad/1490121143\\_771170.html](http://politica.elpais.com/politica/2017/03/21/actualidad/1490121143_771170.html)

<sup>20</sup>Europa Press. (2017). Permisos de paternidad y maternidad en el mundo: ¿cuántos días disponen los padres y madres en otros países? Consultado en <http://www.europapress.es/sociedad/noticia-permisos-paternidad-maternidad-cuantos-dias-disponen-padres-madres-otros-paises-20170315174216.html>

<sup>21</sup>Requena Aguilar, A. (2017). El 53% de las mujeres dice que ser madre ha recortado su proyección profesional. *Eldiario.Es*. Consultado en [http://www.eldiario.es/economia/mujeres-madres-recortado-proyeccion-profesional\\_0\\_640086416.html](http://www.eldiario.es/economia/mujeres-madres-recortado-proyeccion-profesional_0_640086416.html)

De esta manera, cuando una mujer logra ser nombrada titular de un alto cargo, siempre es consciente de la conciliación familiar, algo que no todos los hombres tienen tan presente. Es el caso de Pilar Mariscal, nueva directora de Canal Sur Jaén: “Estoy feliz, porque hay pocas mujeres en puestos de este tipo. Dentro de que buscamos la objetividad, la manera de enfocar ciertos temas de las mujeres es diferente, y es un plus que voy a poder aportar. Soy consciente de la dificultad de la conciliación familiar, pero es algo con lo que tendré que lidiar. Estoy feliz de haber sido yo, pero me hubiera alegrado si hubiera sido cualquier otra mujer”<sup>22</sup>. Tampoco se puede olvidar que las mujeres, al moverse casi en lo denominado como “un mundo de hombres”, sobre todo en ciertos ámbitos como en el del deporte o el motor, la figura femenina tiende a sexualizarse mucho. Un ejemplo de lo que se acaba de describir es el tratamiento mediático que se le suele dar a las deportistas, que aparte del hecho de que estas acaparan muchas menos páginas y portadas que ellos, muchas veces es denigrante y se centra más en el físico que en sus logros como competidoras. Estas tendencias se documentan en el dossier “Deporte y mujeres en los medios de comunicación. Sugerencias y recomendaciones”<sup>23</sup>:

“Según muestran las investigaciones, desde las más actuales hasta las que se obtuvieron en los años setenta, especialmente en Estados Unidos, Canadá o Australia, la primera conclusión que se destaca en cuanto a la representación del deporte practicado por mujeres en los medios de comunicación es la casi total ausencia mediática de la presencia de las deportistas en los campeonatos, juegos, jornadas y cualquier acto en el que estén involucradas. Aunque la representación de las mujeres en los medios no es equilibrada respecto a la de los hombres en ningún ámbito, sin embargo, las diferencias abismales se observan, especialmente, en Deportes. (...) Los últimos datos son recientes, en una investigación realizada en 108 países y presentada en septiembre de 2010, las mujeres solo son sujeto de las noticias del deporte en el 11% de todas las informaciones deportivas; los hombres, en el 89%. Pero los resultados para España son aún más bajos: las deportistas mencionadas fueron el 6%; los deportistas, el 94%. Estos datos confirman lo que el Consejo Audiovisual de Andalucía publicó en 2008, para aquella comunidad, y en donde se puede leer que solo el 3,4% del tiempo de noticias deportivas retransmitido se dedicó al deporte practicado por mujeres; el 96,59%, al masculino (...) El primero y más abundante es el estereotipo de la deportista como objeto sexual de deseo, de manera que aquellas deportistas bendecidas por la gracia de la belleza salen continuamente en los medios y consiguen los patrocinios, aunque a veces, no hayan ganado ni un premio. No importa, los medios destacarán

---

<sup>22</sup> Velasco, L. (2017). "Mantendré el sello actual de Canal Sur, el de contar los problemas de la gente". *Ideal*. Consultado en [http://www.ideal.es/jaen/provincia-jaen/mantendre-sello-actual-20170904234314-ntvo.html?edtn=jaen&ns\\_campaign=rrss&ns\\_mchannel=boton&ns\\_fee=0&ns\\_source=em&ns\\_linkname=undefined](http://www.ideal.es/jaen/provincia-jaen/mantendre-sello-actual-20170904234314-ntvo.html?edtn=jaen&ns_campaign=rrss&ns_mchannel=boton&ns_fee=0&ns_source=em&ns_linkname=undefined)

<sup>23</sup> *Deporte y mujeres en los medios de comunicación. Sugerencias y recomendaciones*. (2012). Consultado en <http://www.csd.gob.es/csd/estaticos/myd/web-guia-mmcc-vp.pdf>

cualquier aspecto deportivo o extraprofesional, incluso personal, para retener la atención de la audiencia masculina especialmente, aunque la actuación profesional sea un fiasco. Si el caso de Kournikova fue representativo hace años, todo parece indicar que también la actual número uno del tenis mundial, la danesa Caroline Wozniacki, transitará por los mismos privilegios mediáticos: por una parte se la mostrará como icono sexual, aunque por otra no dejarán de recordarle sus limitaciones para ganar un gran premio. Además, el que los medios sexualicen a las deportistas roba legitimidad a las mujeres deportistas, y preserva la hegemonía masculina”.

Pero, ¿por qué las deportistas profesionales permiten esto?

“La alienación, es decir, el proceso por el cual una persona transforma su conciencia hasta hacerla contradictoria con lo que debía esperarse de su condición, es una de las consecuencias de la estereotipación. Existe una simbiosis entre las deportistas privilegiadas y los medios para las que son imprescindibles; esta es una de las razones por las cuales parece existir una alianza perfecta entre ambas partes, y, por tanto, una utilización espectacular de los medios para, desmesuradamente, recoger declaraciones desafortunadas que en nada contribuyen al logro de la igualdad entre mujeres y hombres en el deporte. Por el contrario, las deportistas que no encajan en el ideal de belleza masculino, aunque excelentes profesionales, como fue Mónica Seles, reciben un tratamiento discriminatorio en los medios”.<sup>24</sup>

Este tipo de tratamiento informativo no se queda exento de polémica<sup>25</sup> y como no podía ser de otra manera, son ya muchas mujeres y asociaciones las que han denunciado el machismo vigente en esta suerte de artículos y “noticias”. Una de estas mujeres fue la famosa presentadora Paula Vázquez, que criticó a través de la red social Twitter una portada del diario deportivo Marca dedicada a la nadadora medallista Mireia Belmonte. Debido a ese tweet recibió un aluvión de comentarios negativos, por parte incluso del director del medio de comunicación especializado en deportes. La repercusión fue tal que algunos medios de información general se hicieron eco de la polémica, pero siempre desde un punto de vista peyorativo hacia Paula Vázquez, menospreciando su argumento y opinión.<sup>26</sup> Este hecho no puede sino considerarse un ejemplo más y relacionarse con el acoso que sufren las voces femeninas que deciden alzar la voz en contra o sin seguir el discurso hegemónico, viendo la mayoría de las veces cuestionado su mensaje, como ya se explicaba más detalladamente en el marco teórico.

---

<sup>24</sup> *Deporte y mujeres en los medios de comunicación. Sugerencias y recomendaciones.* (2012). Consultado en [://www.csd.gob.es/csd/estaticos/myd/web-guia-mmcc-vp.pdf](http://www.csd.gob.es/csd/estaticos/myd/web-guia-mmcc-vp.pdf)

<sup>25</sup> *España: indigna tratamiento informativo sexista del deporte femenino.* (2017). YouTube. Consultado en <https://www.youtube.com/watch?v=XzFRip4tYio>

<sup>26</sup> Press, E. (2017). *Paula Vázquez desata la polémica en Twitter y se vuelve contra ella.* *europapress.es.* Consultado en <http://www.europapress.es/chance/gente/noticia-paula-vazquez-desata-polemica-twitter-vuelve-contra-ella-20170728114121.html>

Pero hay más ejemplos que tienen como centro de la polémica la desigualdad entre hombres y mujeres en relación con el deporte. Uno de ellos es el caso de un torneo de tenis celebrado en Benicàssim que repartía el dinero de los premios de forma no equitativa entre géneros, beneficiando al sexo masculino. Las críticas, sobre todo en redes sociales, como consecuencia de esta discriminación han hecho que la Diputación de Castellón, financiadora del evento, rectifique y aumente las cantidades de los premios femeninos hasta igualarlos a los masculinos.<sup>27</sup> Sin embargo, el resultado de una movilización social no supone siempre un avance para las mujeres, sino más bien lo contrario. Esta es la situación de las socorristas en las playas de Gijón, que después de que algunos usuarios de Twitter colgasen fotos de estas llevando bañador con la intención de sexualizarlas y se desatase la polémica, Salvamento les ha pedido que se pongan pantalón para evitar este tipo de comentarios. “De nuevo, se pone el foco en la mujer, como si estuviese provocando cuando lo único que está haciendo es realizar su trabajo con el traje de baño adecuado para realizar tal acción. Esta noticia no ha pasado desapercibida en las redes provocando una serie de comentarios denunciando tal actuación y otros comentarios machistas que siguen el peligroso círculo vicioso en el que se arremete contra las mujeres cuando realmente ellas son las que están sufriendo el machismo a diario”<sup>28</sup>.

El conjunto de todos estos factores descritos más arriba, hace que España, a ojos del Comité para la Eliminación de la Discriminación contra la Mujer de Naciones Unidas (CEDAW por sus siglas en inglés), suspenda en cuanto a políticas de igualdad.

“Según la Plataforma CEDAW Sombra, nuestro país ha hecho oídos sordos a la mayor parte de las recomendaciones que Naciones Unidas le hizo en julio de 2015. En concreto, denuncian que se ha incumplido lo relativo a revisar y ampliar la legislación vigente en materia de violencia de género para incorporar todas las formas de violencia contra la mujer, tal como se comprometió España al ratificar la Convención CEDAW y más recientemente el Convenio de Estambul en 2014.” Si bien la Plataforma valora los esfuerzos relativos al reciente Pacto de Estado contra la violencia de género, “también advierte de que este proceso lento y poco transparente no garantiza que vaya a traducirse en un cambio claro de la legislación”<sup>29</sup>.

Así, tras el repaso de todos estos datos actuales y que reflejan la realidad de cada día, queda claro que el contexto en el que se mueve España es el de que, a pesar de que va avanzando poco a poco,

---

<sup>27</sup> Zafra, I. (2017). Campeón: 1.000 euros. Campeona: 600. *El País*. Consultado en [https://elpais.com/elpais/2017/09/05/mujeres/1504569548\\_490921.html?id\\_externo\\_rsoc=FB\\_CM](https://elpais.com/elpais/2017/09/05/mujeres/1504569548_490921.html?id_externo_rsoc=FB_CM)

<sup>28</sup> Izquierdo, J. (2017). Los bañadores de las socorristas de Gijón y el machismo de las redes sociales. *AS*. Consultado en [https://as.com/epik/2017/08/07/portada/1502115850\\_585432.html?id\\_externo\\_promo=ep-ob&prm=ep-ob&ncid=ep-ob](https://as.com/epik/2017/08/07/portada/1502115850_585432.html?id_externo_promo=ep-ob&prm=ep-ob&ncid=ep-ob)

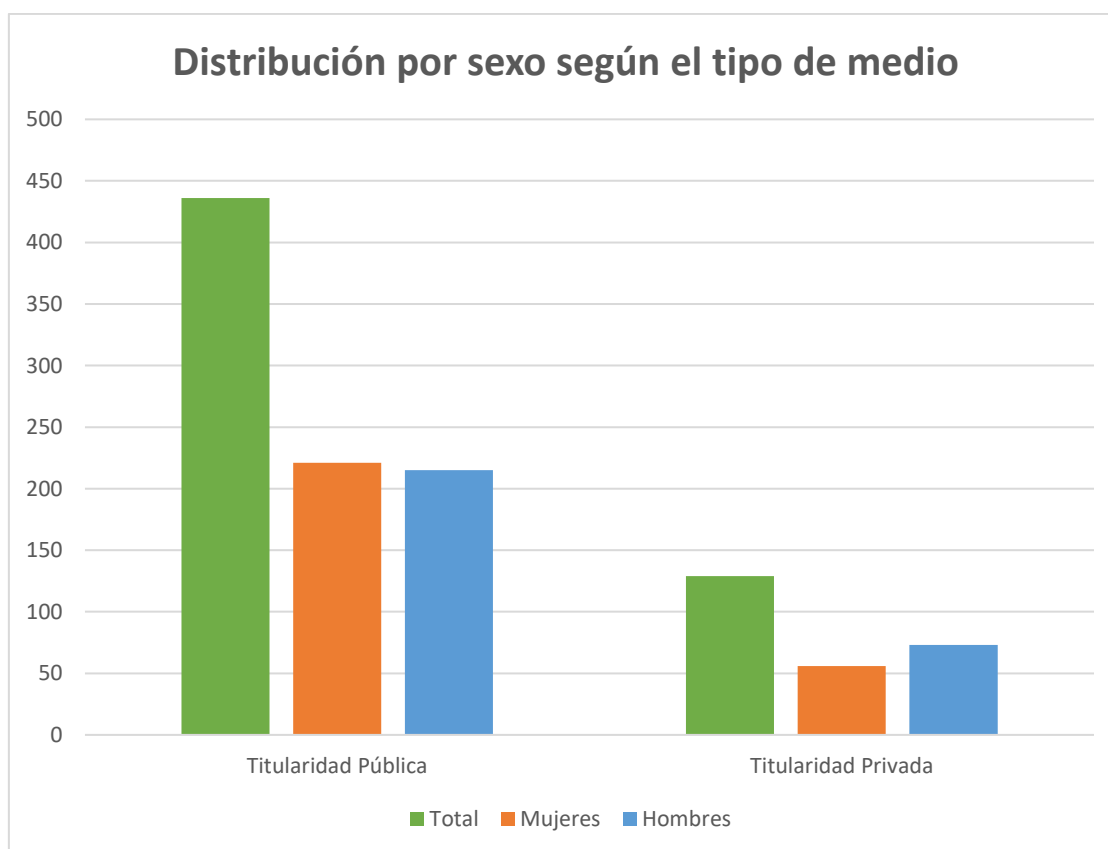
<sup>29</sup> *Un informe dirigido a la ONU denuncia que España suspende en política de género*. (2017). *Publico.es*. Consultado en <http://www.publico.es/sociedad/violencia-genero-informe-dirigido-onu-denuncia-espana-suspende-politica-genero.html>

todavía le queda un largo camino por recorrer hasta alcanzar la igualdad real entre hombres y mujeres.

## 5 RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Ya se ha revisado cómo afectan las estructuras de poder a la mujer, para ahora analizar la situación de esta en cuanto a la estructura de la información y el mundo de la comunicación y del periodismo en sí mismo. Para llevar a cabo la investigación, se ha entrevistado a cuatro mujeres que trabajan en distintos ámbitos de la comunicación, tanto privados como públicos y tanto institucionales como no institucionales. Estas llevan toda su larga trayectoria profesional lidiando con la información, habiendo pasado por distintos medios de diferente tipo, signo y línea ideológica. Actualmente, tres de las entrevistadas se encuentran desarrollando su carrera laboral en el sector público y solo una en la empresa privada. Estas cifras sirven ya de reflejo de lo que ocurre en la realidad del mundo del periodismo, donde es más probable que una mujer acabe trabajando en medios públicos o gabinetes que en cadenas privadas. Esta afirmación se ve reforzada, así como avalada, por los datos que se obtuvieron en relación a los medios más importantes en la Comunidad Autónoma de Andalucía, los cuales se traducen en los gráficos siguientes.

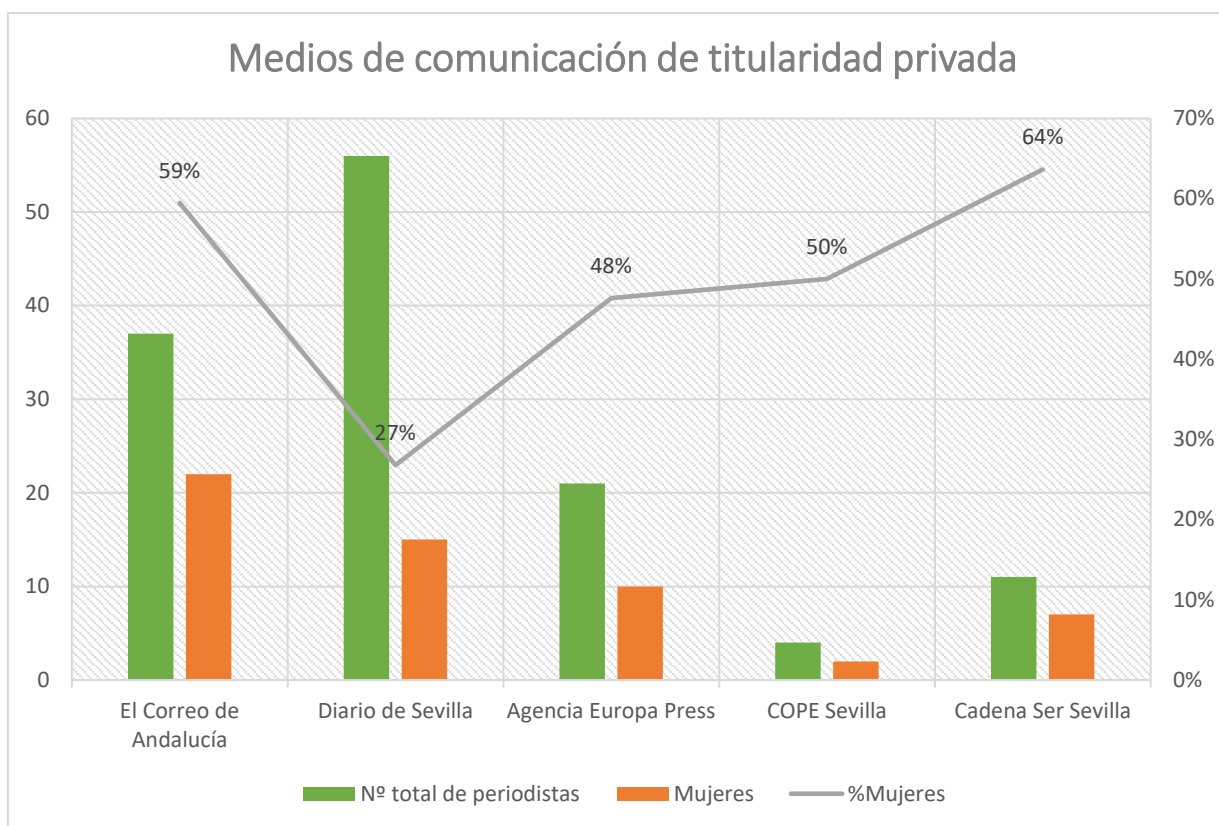
Gráfico 2. Distribución por sexo en los medios de titularidad privada y pública.



Fuente: elaboración propia con datos de El Correo de Andalucía, Diario de Sevilla, Europa Press, Cope y otros.

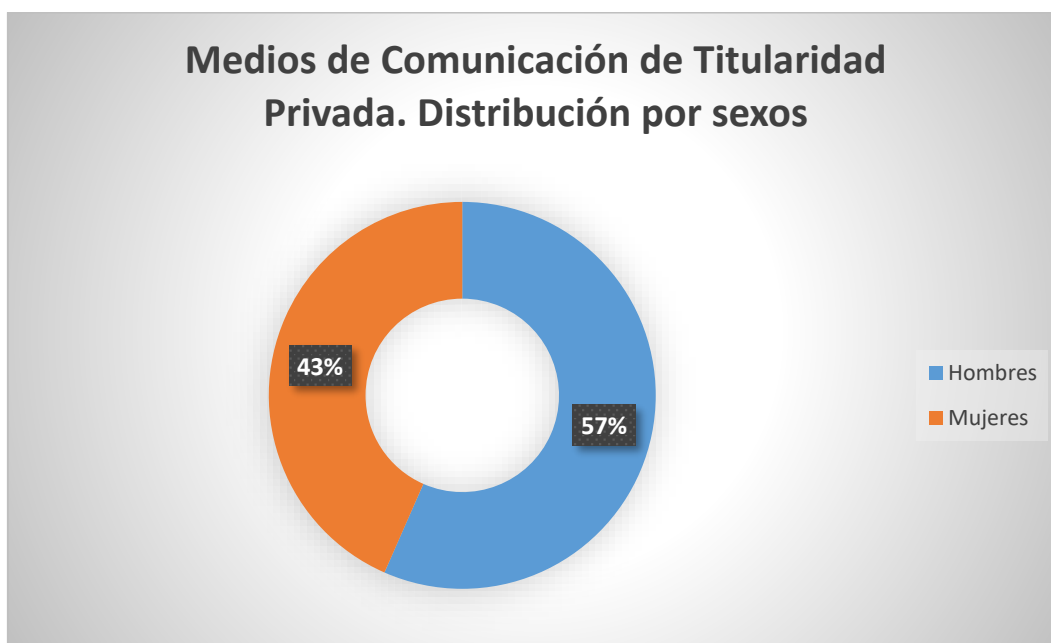


Gráfico 3. Distribución del sexo femenino en algunos de los medios privados con sede en Sevilla.



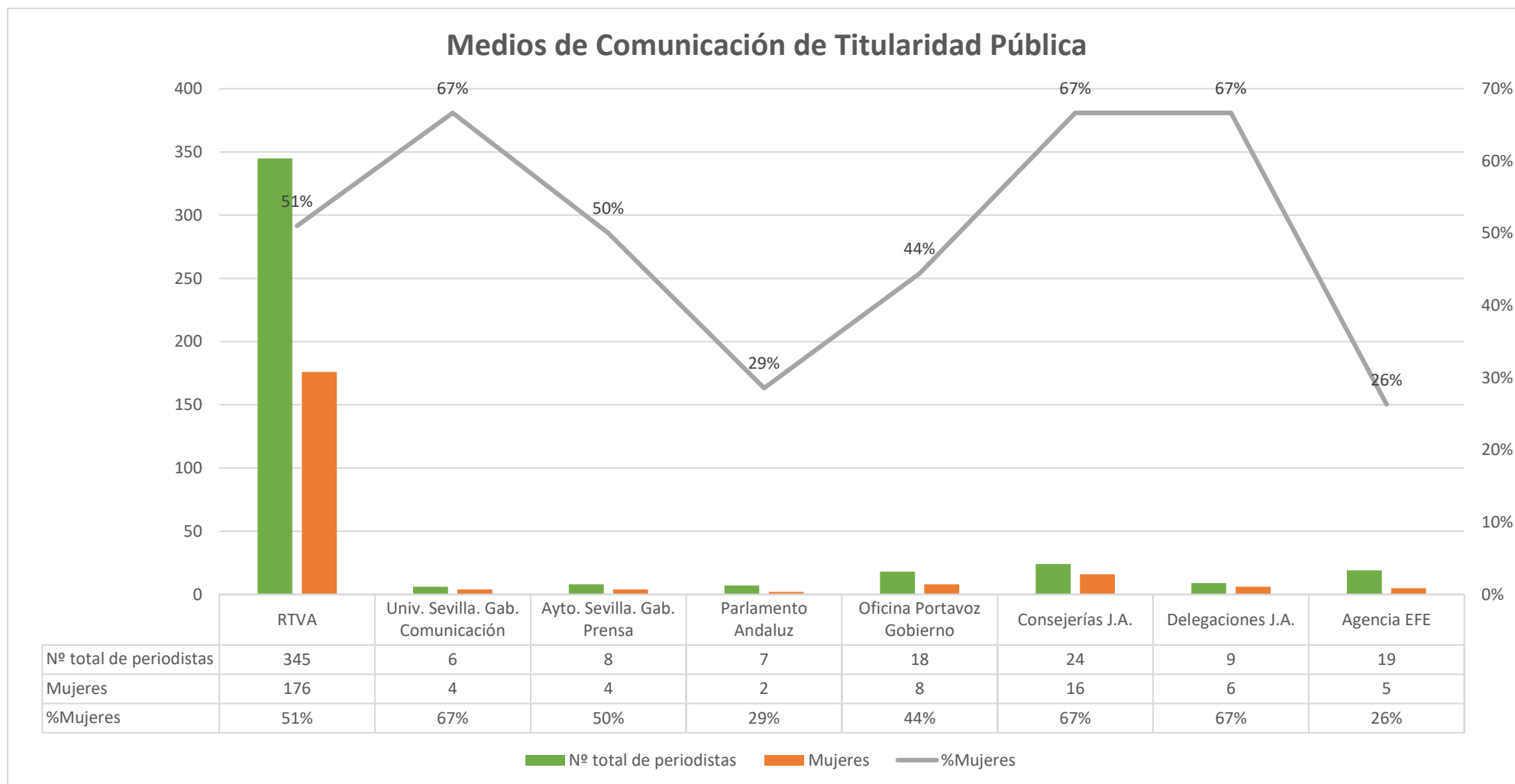
Fuente: elaboración propia con datos de El Correo de Andalucía, Diario de Sevilla, Europa Press, Cope y Cadena Ser.

Gráfico 4. Porcentaje de la distribución por sexos en los medios privados.



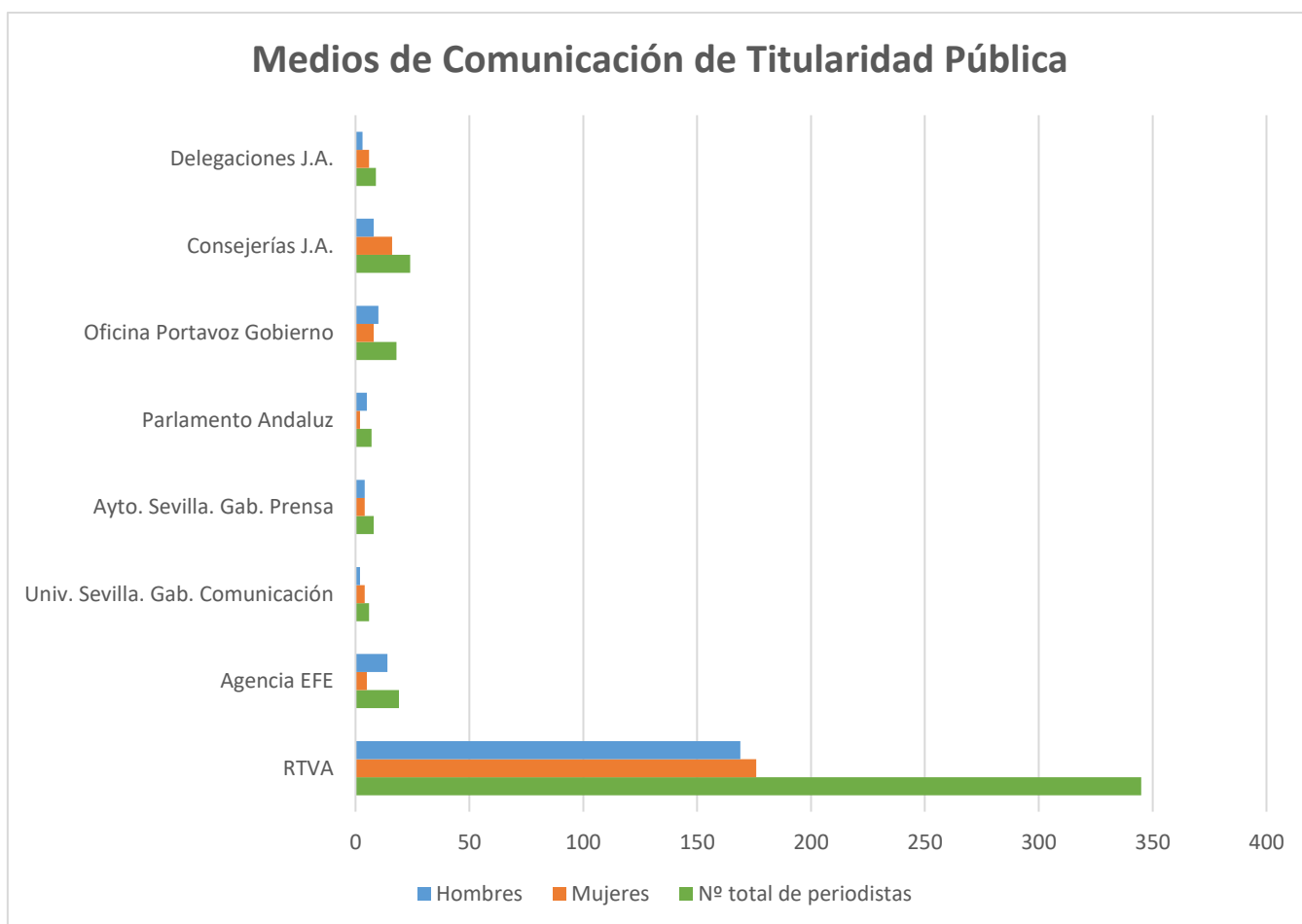
Fuente: elaboración propia con datos de El Correo de Andalucía, Cope y otros.

Gráfico 5. Distribución del sexo femenino en algunos de los medios y gabinetes de carácter público de Andalucía y porcentaje de feminización de cada uno.



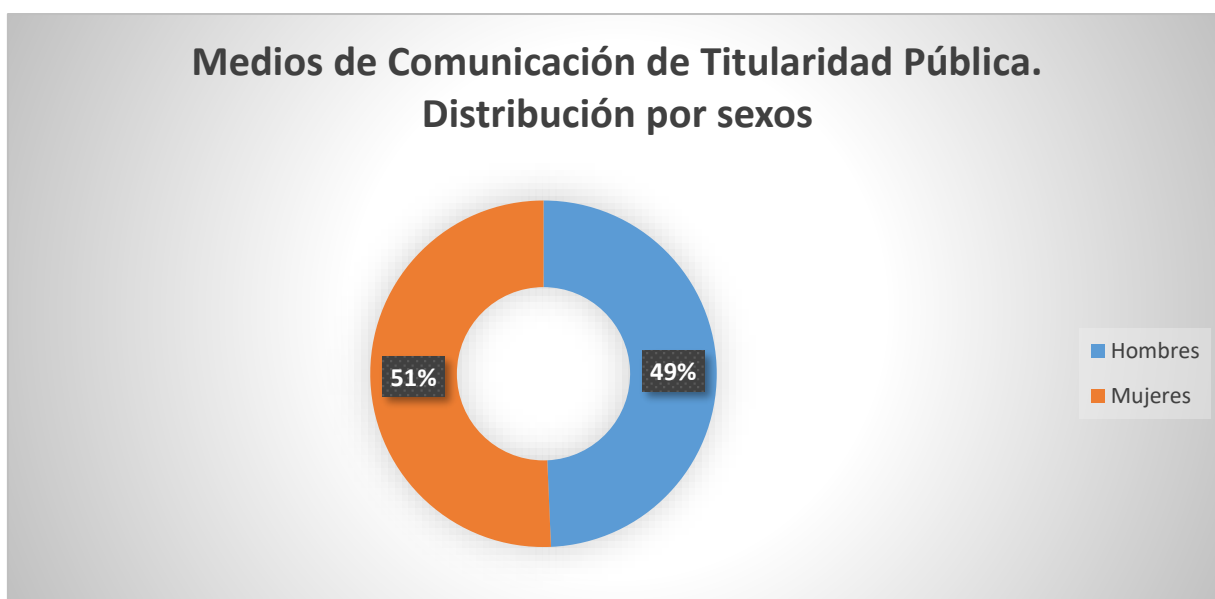
Fuente: elaboración propia con datos de RTVA, el gabinete de comunicación de la Universidad de Sevilla, el gabinete de prensa del ayuntamiento de Sevilla y otros.

Gráfico 6. Distribución por sexos en algunos de los medios y gabinetes de carácter público de Andalucía.



Fuente: elaboración propia con datos del gabinete de prensa del ayuntamiento de Sevilla y otros.

Gráfico 7. Porcentaje de la distribución por sexos en los medios de titularidad pública.

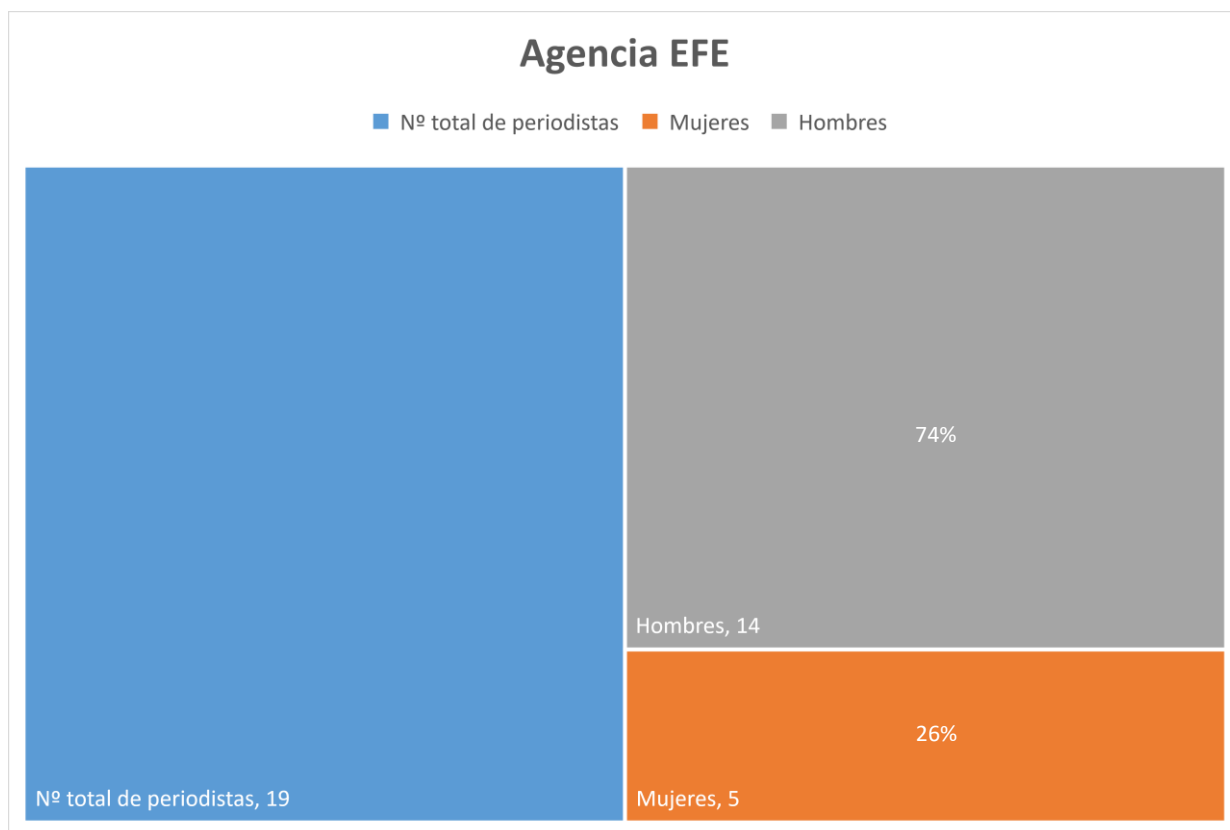


Fuente: elaboración propia con datos de RTVA, el Parlamento andaluz y otros.

Así, se ve que además de que las empresas públicas emplean a más periodistas, independientemente del género, los porcentajes de contratación de mujeres son ligeramente más altos, rondando entre un 26 y un 67 por ciento, mientras que los de las empresas privadas se encuentran entre los 27 y los 64 puntos. Estos datos arrojan una media aproximada de las mujeres empleadas en el mundo de la comunicación en Andalucía, que dibuja una diferencia entre las empresas privadas y públicas de 8 puntos, del 43 por ciento de las privadas al 51 de las públicas, alcanzándose la paridad prácticamente (51% mujeres frente al 49% de hombres) en las corporaciones analizadas de titularidad pública.

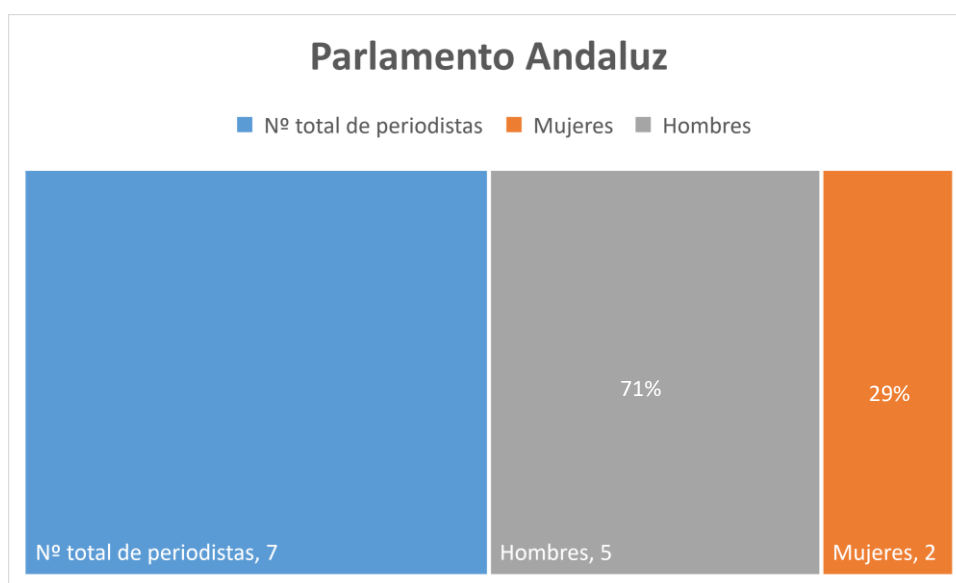
Asimismo, estos datos muestran que las empresas que apuestan más por el desarrollo humano que por el beneficio económico, las públicas, también suelen elegir a más mujeres tanto en puestos base de redactoras como en puestos más altos, como luego se verá con el caso de Canal Sur. En muchos casos se da casi un equilibrio en las plantillas, incluso inclinándose la balanza en ciertos momentos a favor del lado femenino. Aunque no siempre se cumple esto, ya que, por ejemplo, se da la situación de la agencia EFE o el gabinete de comunicación del Parlamento andaluz, que destacan por su baja tasa de empleo femenino, como se puede comprobar en los siguientes gráficos.

Gráfico 8. Distribución por sexos de la plantilla de periodistas de la agencia EFE de Sevilla.



Fuente: elaboración propia con datos proporcionados por la agencia EFE de Sevilla.

Gráfico 9. Distribución por sexos del gabinete de comunicación del Parlamento andaluz.



Fuente: elaboración propia con datos proporcionados por el jefe de gabinete del Parlamento.

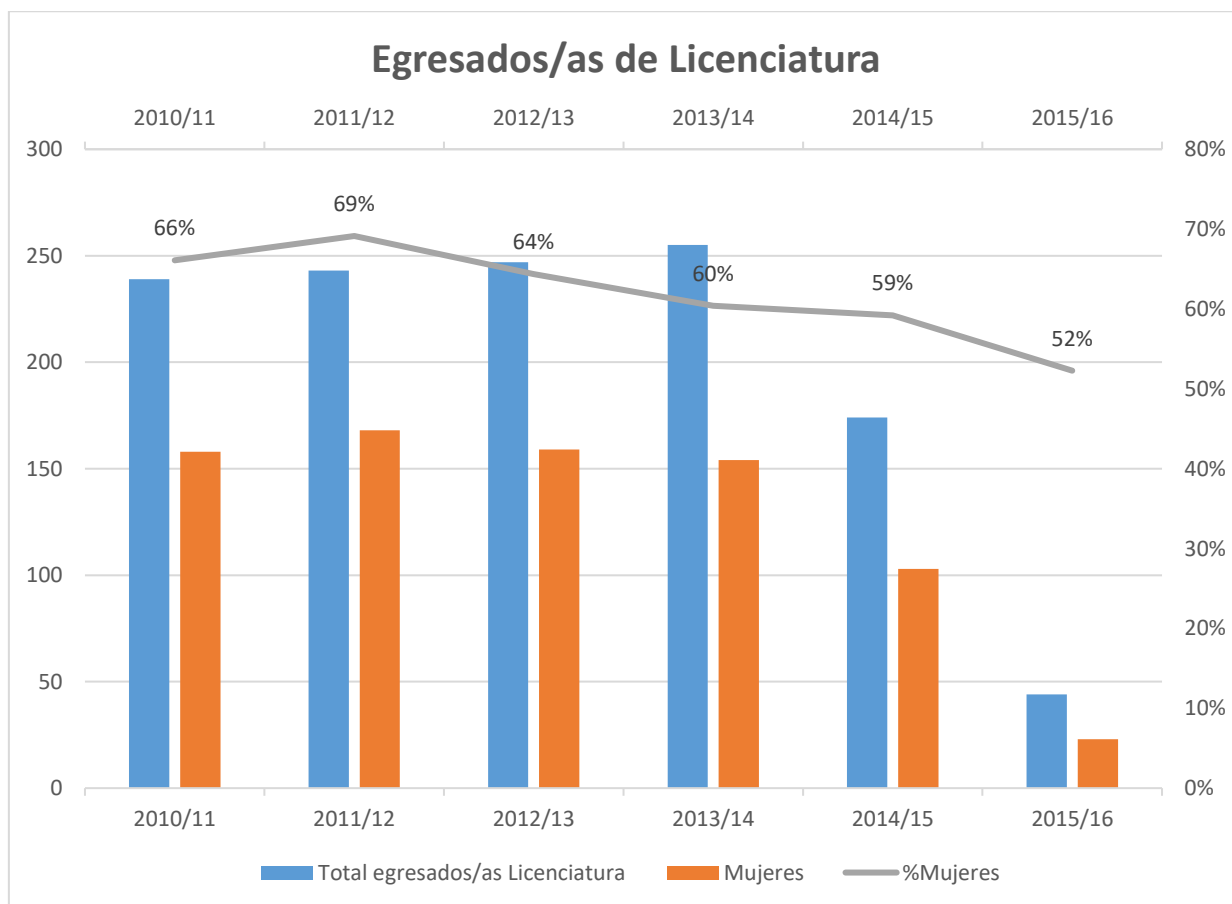
Estas cifras, sobre todo la relativa a la agencia de noticias, que constituye el menor porcentaje de mujeres contratadas de todas las empresas consultadas (26%), tanto públicas como privadas, hace que la media de las corporaciones públicas baje, ya que tres de las ocho empresas analizadas rozan casi el 70 por ciento de mujeres en sus plantillas, y cinco, más de la mitad, alcanzan o superan el 50 por ciento. Sin embargo, aunque se podría pensar que en el ámbito privado se da prácticamente el caso contrario, ya que la media del número de periodistas no es paritaria respecto a hombres y mujeres, la realidad es que una vez analizados los datos la diferencia entre corporaciones públicas y privadas no es abismal. Y es que, en el caso de las empresas privadas analizadas en esta investigación, en la mayoría de ocasiones (3 de 5), la balanza se decanta a favor del lado femenino.

Aun así, como ya se ha indicado, la media resultante se queda siete puntos por debajo del 50 por ciento, en un 43%. Estas diferencias que se han ido viendo a lo largo de este análisis, dejando a un lado que las corporaciones privadas busquen por encima de todo embolsarse las máximas ganancias en vez del desarrollo social, se deben en gran parte a que el sector público está obligado en principio a cumplir una serie de cuotas y derechos mínimos, en cuanto a la igualdad y respecto a las mujeres, en campos tan delicados como la baja por maternidad, que marcan las leyes. Mientras, las empresas privadas tienen más poder de decisión para elegir si las aplican o no, ya que, por ejemplo, la Ley de Igualdad no recoge la obligación de poner en marcha planes para mejorar en el ámbito y la vigilancia ha sido más bien laxa. A pesar de los intentos de las instituciones para que al menos las cifras reflejen algo de igualdad, la verdad es que los logros se quedan prácticamente ahí, ya que, aun en el sector público, este tiene mucho por mejorar, porque el peso de la estructura continúa recayendo sobre las mujeres debido a los roles que la sociedad

sigue teniendo asumidos e interiorizados. Así, algunas de las entrevistadas que desarrollan su labor periodística en corporaciones públicas relataban algunas situaciones de micromachismos que habían presenciado o experimentado en primera persona en su lugar de trabajo, sobre todo en el pasado.

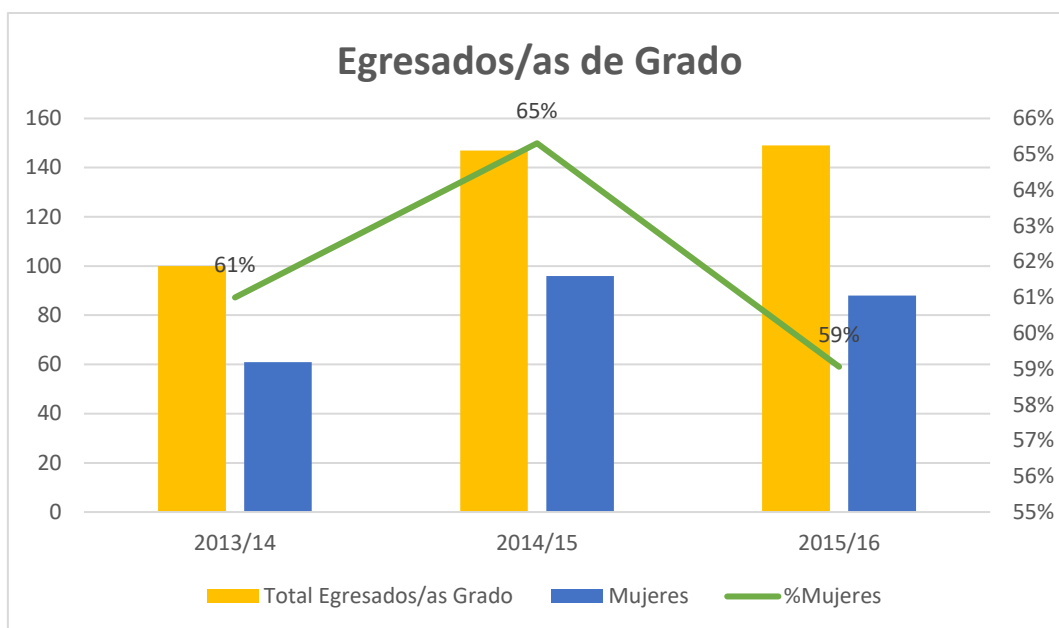
Sin embargo, ninguna de ellas refirió este tipo de actitudes en su etapa como estudiante en la universidad. Una de las causas de que en la época universitaria sufriesen menos comportamientos machistas o directamente no los sufriesen puede ser que, como reflejan los gráficos a continuación, las mujeres en las aulas en el grado o licenciatura de periodismo constituyen una mayoría más que considerable. A pesar de que las entrevistadas acabaron sus estudios hace alrededor de veinte años, estamos hablando de una tendencia que se viene consolidando desde hace ya varias décadas. De esta manera, en la mayoría de los cursos de periodismo la tasa de mujeres estudiantes roza el 60 por ciento del total del alumnado. En los siguientes gráficos se diferencia entre las personas graduadas y licenciadas, para luego hacer una media del total. Este TFG abarca el análisis desde el curso 2010/11 hasta el de 2015/16, seis cursos.

Gráfico 10. Número de licenciado/as en Periodismo en la Fcom y el porcentaje de mujeres del total.



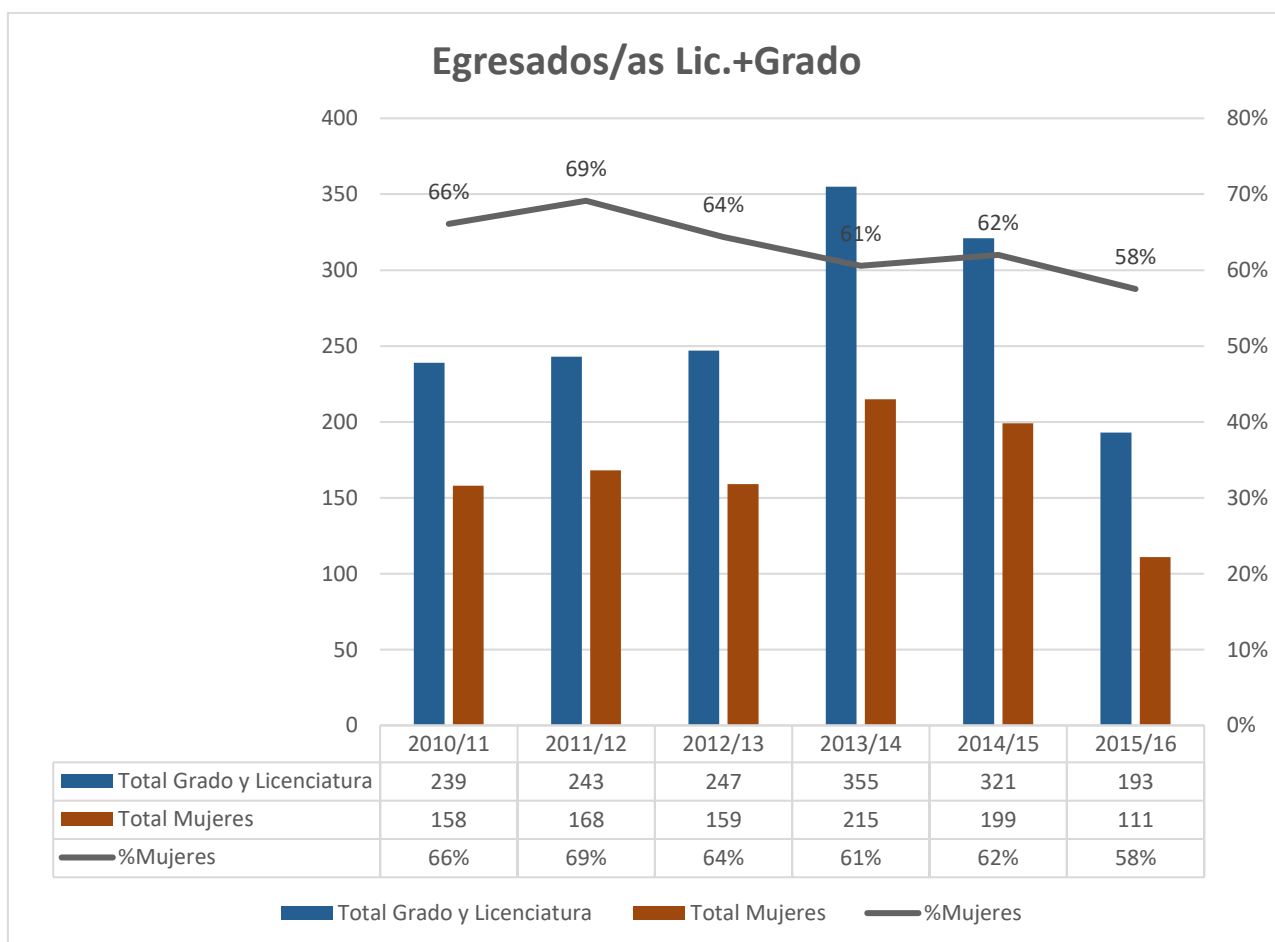
Fuente: elaboración propia con datos de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla.

Gráfico 11. Número de graduado/as en Periodismo en la Fcom y el porcentaje de mujeres del total.



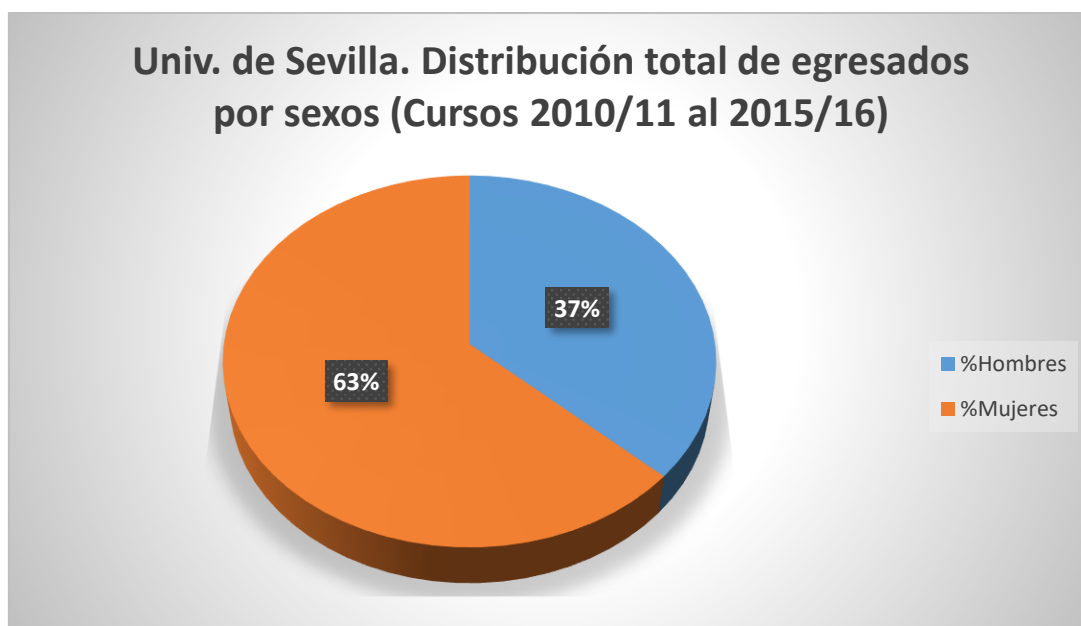
Fuente: elaboración propia con datos de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla.

Gráfico 12. Número de graduado/as y licenciado/as en Periodismo en la Fcom y el porcentaje de mujeres del total.



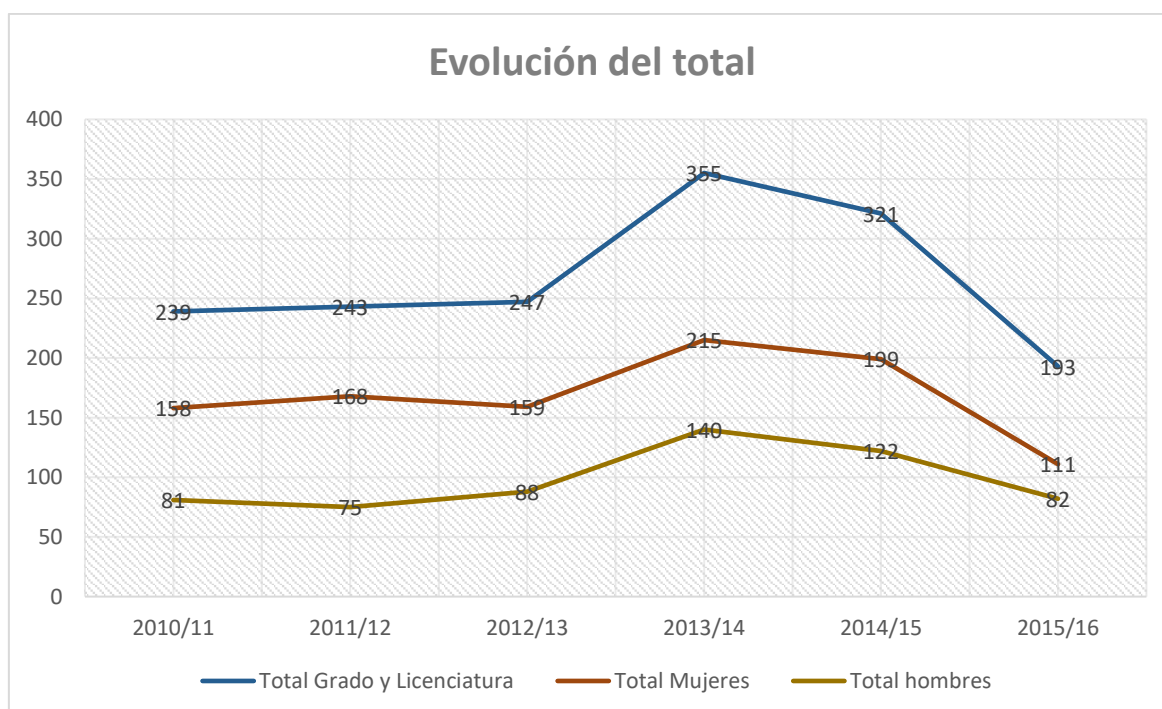
Fuente: elaboración propia con datos de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla.

Gráfico 13. Distribución por sexos del total de egresados en la Fcom del curso 2010/11 al 2015/16.



Fuente: elaboración propia con datos de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla.

Gráfico 14. Evolución por sexos del total de egresados en la Facultad de Comunicación del curso 2010/11 al 2015/16.



Fuente: elaboración propia con datos de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla.

Tras la comparación de todos estos datos se confirma que en las aulas de la carrera de Periodismo de la Universidad de Sevilla hay más mujeres, situándose el porcentaje femenino en el 63 por ciento del total del alumnado, frente al 37 por ciento de hombres. Sin embargo, esta cuantía no se



iguala al hablar del mercado laboral relacionado con el periodismo, donde el porcentaje de mujeres trabajando apenas llega al 50 por ciento, como se puede comprobar en el siguiente gráfico.

Gráfico 15. Media de la distribución por sexos a partir de los datos de todos los medios analizados.



Fuente: elaboración propia con datos de RTVA, el Parlamento andaluz y otros.

Sí es verdad que, si nos centramos exclusivamente en el periodismo institucional, las cifras empiezan a ser más parecidas, dibujando una distancia total de 7 puntos (del 63 por ciento de alumnas en periodismo al 56 por ciento de trabajadoras en comunicación institucional), reduciendo así a la mitad la diferencia que salía al comparar con los medios de todo tipo, de 14 a 7 puntos.

Gráfico 16. Media de la distribución por sexos de los medios institucionales analizados.



Fuente: elaboración propia con datos del Parlamento andaluz y otros.

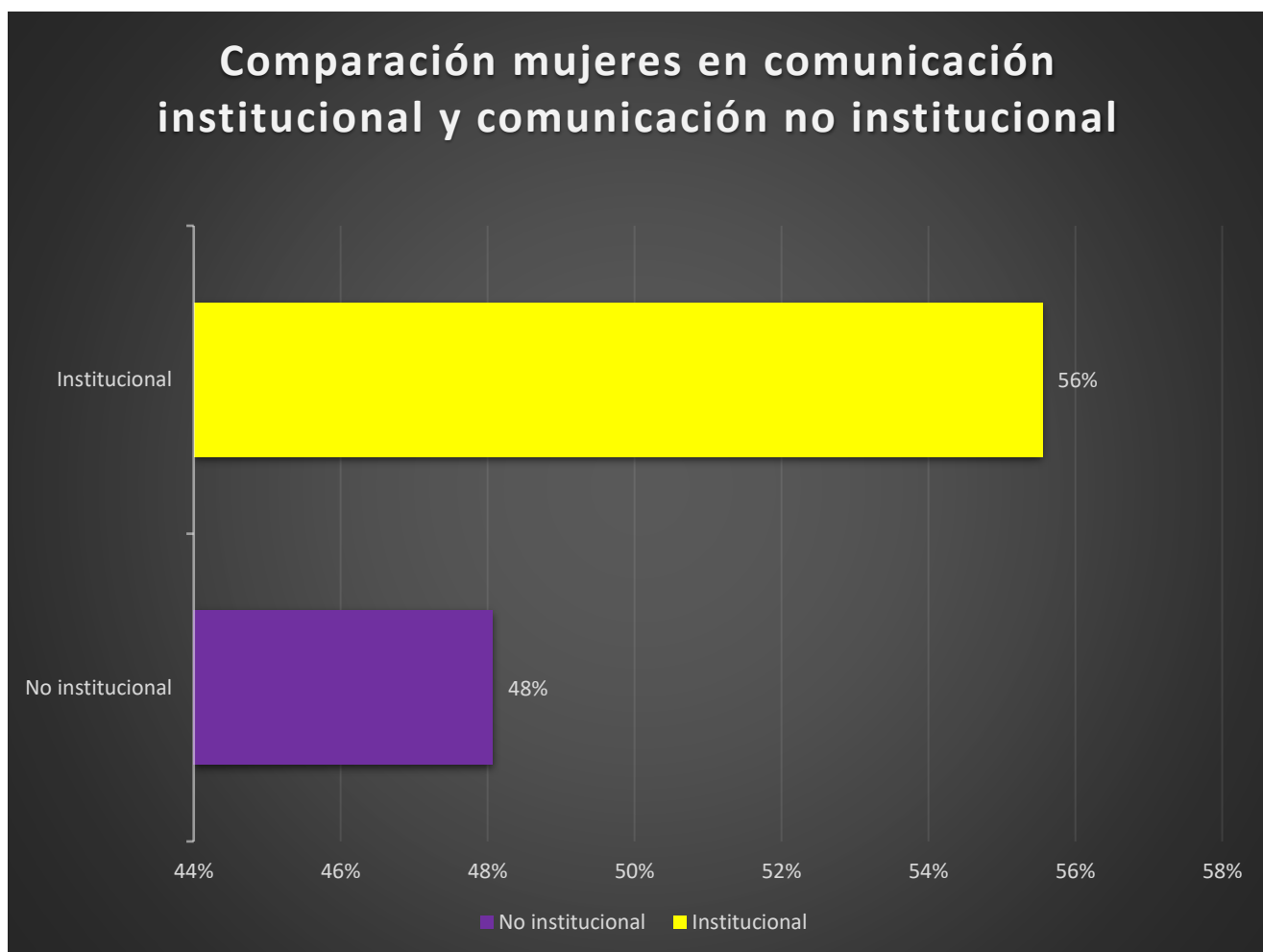
Esto se debe al hecho de que, la mayoría, por no decir la totalidad de los medios institucionales, son públicos, con las ventajas que, en un principio, conlleva esto. Además, no se puede olvidar que este tipo de medios se caracteriza también por las buenas condiciones de trabajo que ofrece, teniendo sus empleados en la mayoría de los casos la condición de funcionario. Esto supone, por así decirlo, un plus añadido respecto a los trabajadores públicos, contratados en las empresas públicas no institucionales como RTVA. Y es que este tipo de medios públicos que trabajan con la información que surge alrededor del mundo a cada momento, como la agencia EFE o la ya mencionada RTVA, tienen que cubrir un horario de 24 horas, los 365 días del año, a lo que no tiene que hacer frente un medio institucional. Así, en este tipo de medios, al estar contratadas como funcionarias y tener el medio empleador que cubrir una franja horaria mucho menor que los medios públicos no institucionales, estas mujeres tendrán más facilidades a la hora de conciliar su horario con el entorno familiar o acogerse a todo tipo de bajas, desde la de maternidad a la de por enfermedad, por ejemplo. Esto explicaría por qué hay más mujeres trabajando en el periodismo institucional y menos en el no institucional, como se comprueba en los gráficos siguientes.

Gráfico 17. Media de la distribución por sexos de los medios no institucionales analizados.



Fuente: elaboración propia con datos de RTVA, El diario de Sevilla y otros.

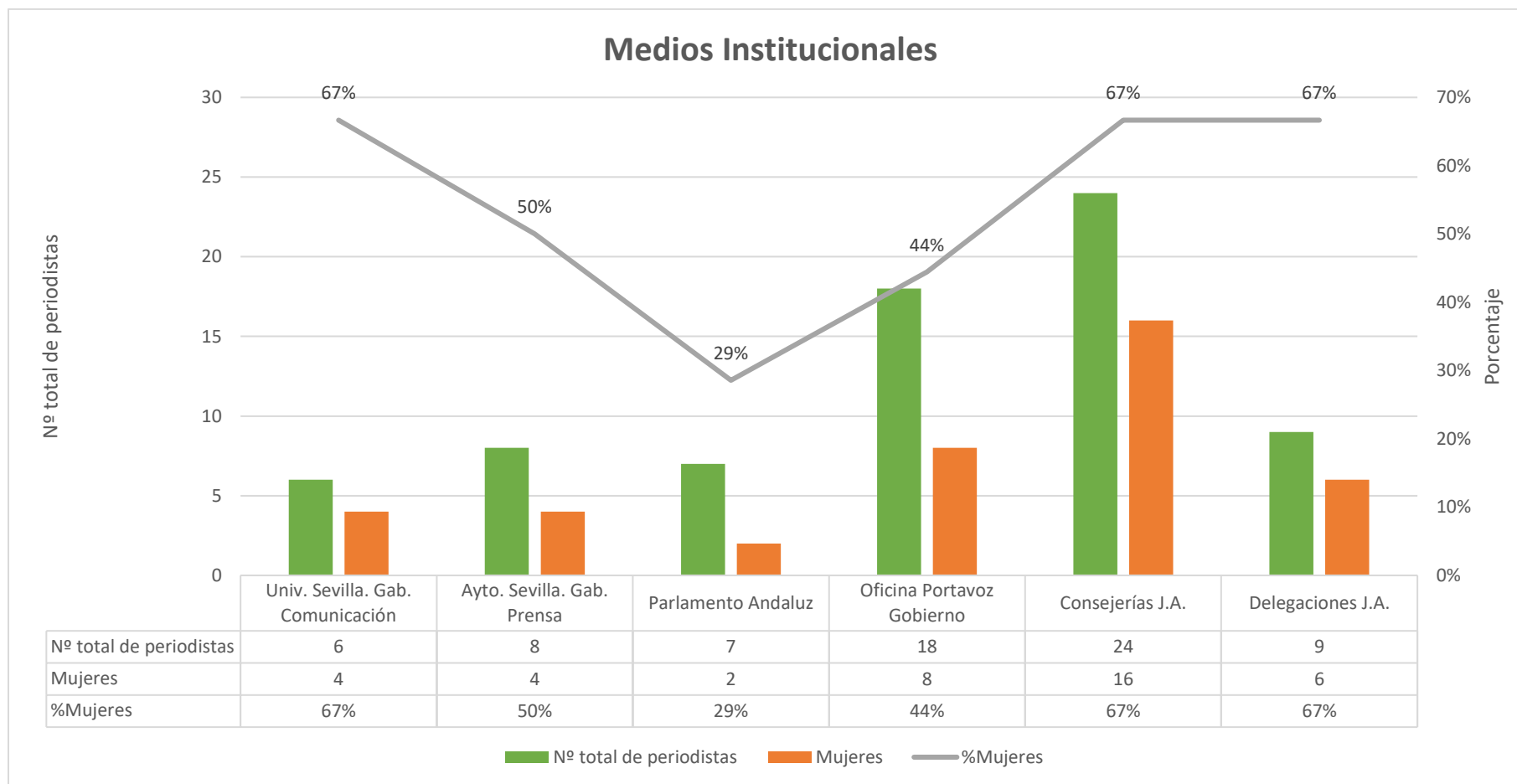
Gráfico 18. Comparación del porcentaje de mujeres del total que trabajan en comunicación institucional y no institucional.



Fuente: elaboración propia con datos de RTVA, El diario de Sevilla y otros.

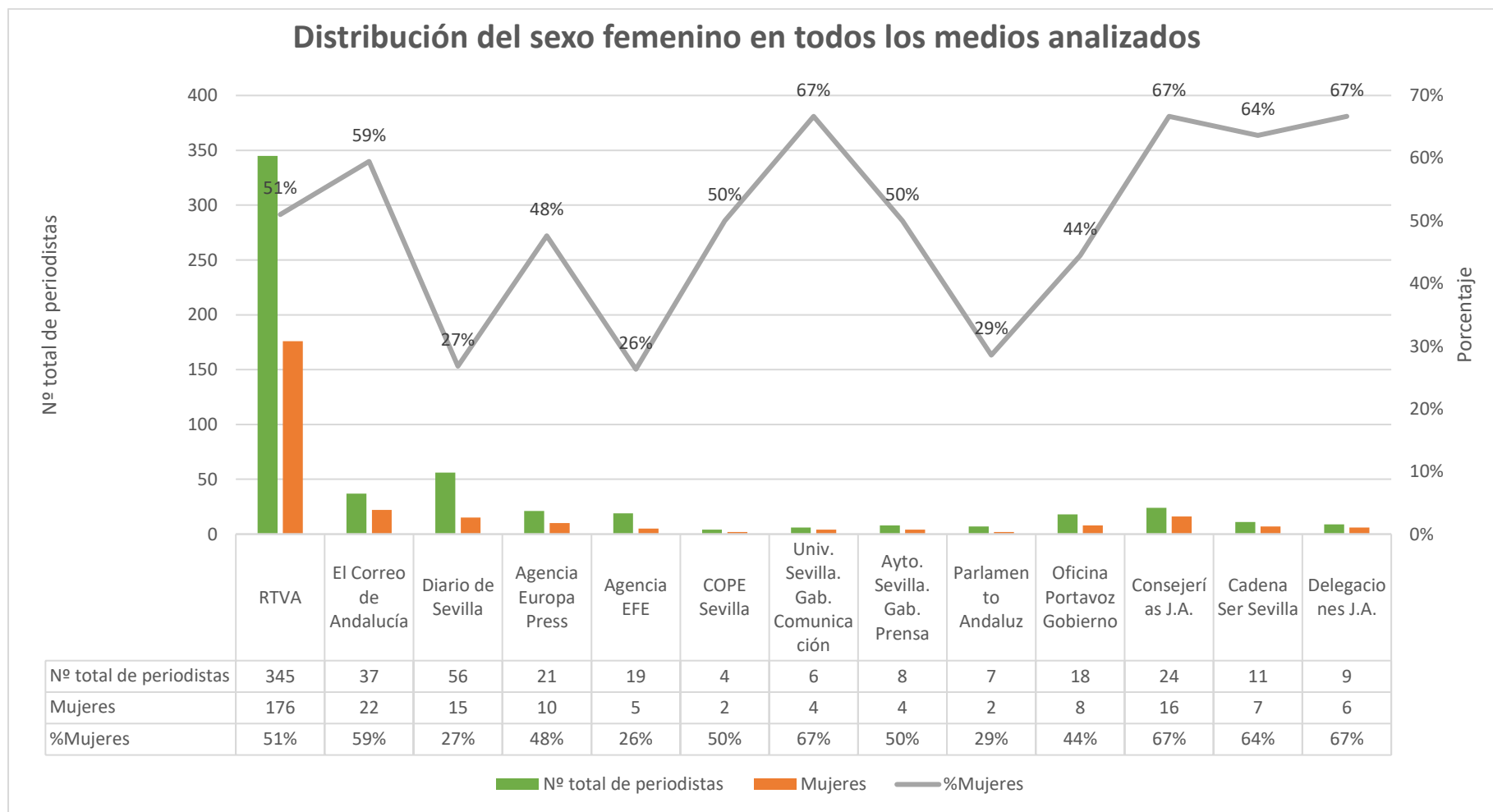
Para hacerse una idea más visual de los puestos de trabajo que ocupan las mujeres, tanto en los medios institucionales como no, se pueden observar los gráficos a continuación. Estos muestran que 4 de los 6 medios institucionales analizados superan o igualan la paridad entre géneros en su plantilla, mientras que cuando nos fijamos en los no institucionales, esto son 4 de 7 casos los que superan o igualan el 50 por ciento. Estos datos a simple vista, reiteran el porcentaje que se muestra más arriba, del 56% de mujeres empleadas en comunicación institucional frente al 48% en no institucional.

Gráfico 19. Distribución del sexo femenino en algunos de los medios institucionales de Andalucía.



Fuente: elaboración propia con datos del Parlamento andaluz, el ayuntamiento de Sevilla y otros.

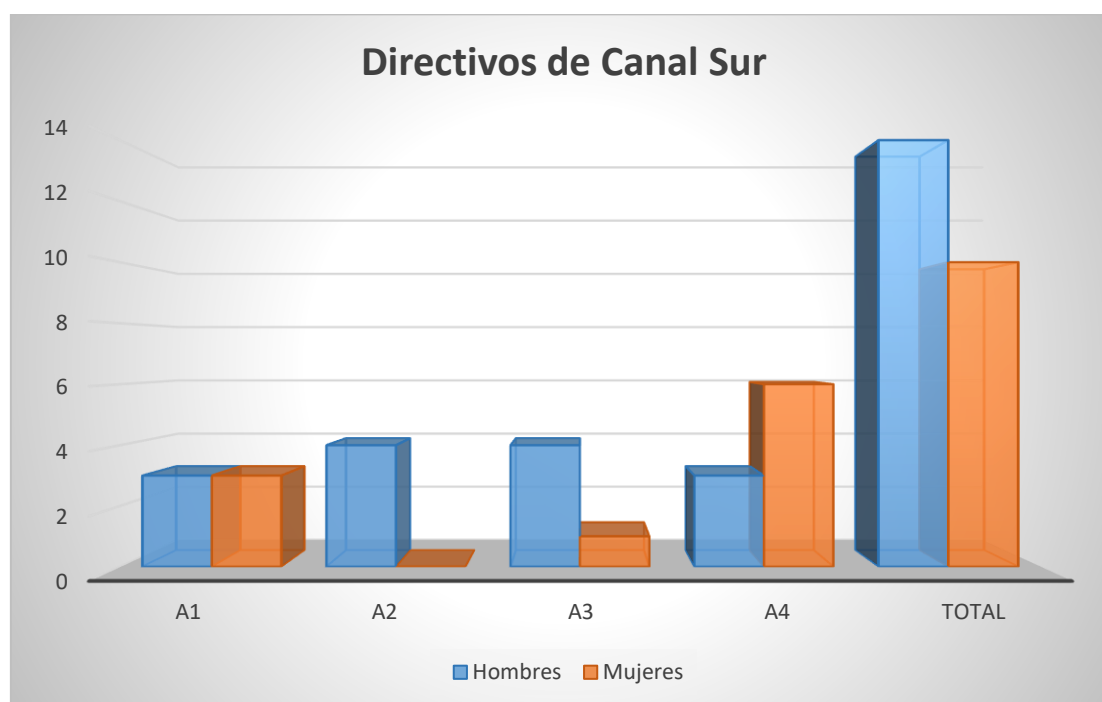
Gráfico 20. Distribución del sexo femenino en todos los medios analizados.



Fuente: elaboración propia con datos de RTVA, El Correo de Andalucía, el ayuntamiento de Sevilla, el Parlamento andaluz y otros.

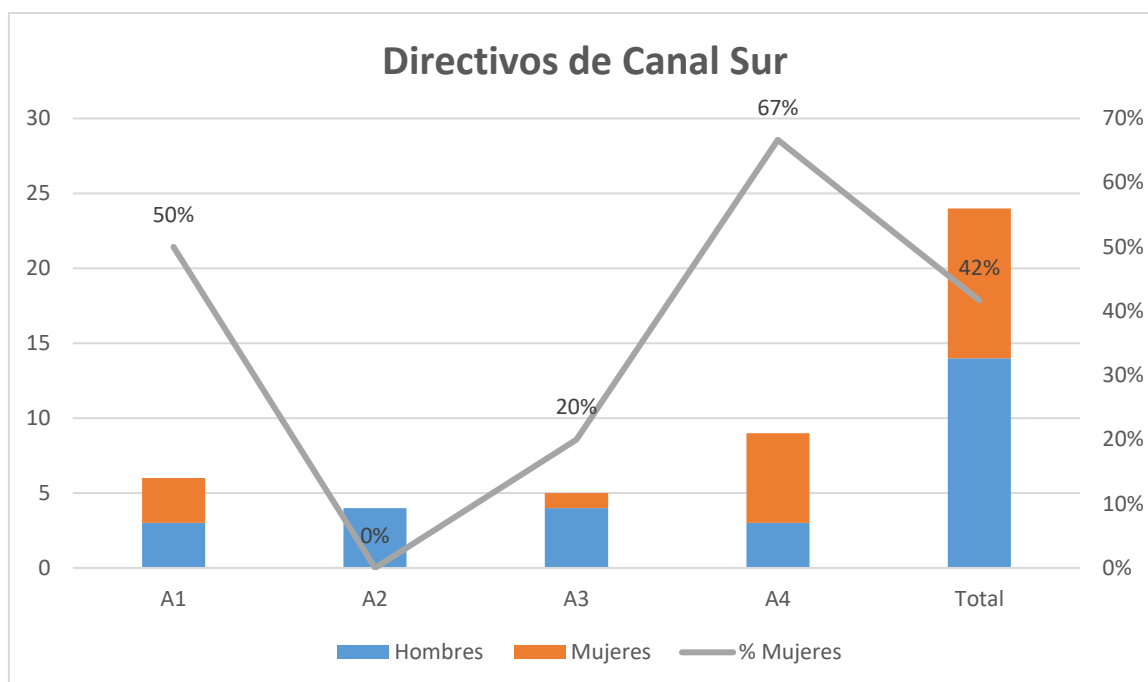
Ahora, esta casi última parte de la investigación se centra en analizar, como se adelantaba en páginas anteriores, los grupos de directivos de RTVA y Canal Sur. También se afirmaba en estas páginas que los medios públicos suelen tener una tasa mayor de mujeres en puestos de dirección que los medios privados. En este caso concreto se cumple la teoría. Y es que mientras que en las empresas privadas apenas se llega al 10 por ciento de feminización de los puestos de dirección, en el caso de Canal Sur se llega a una media del 42 por ciento. Esto supone en cierta manera un logro para esta empresa de titularidad pública, porque significa que está cerca de alcanzar la paridad en los puestos directivos, algo que muy pocas empresas se pueden atribuir. Sin embargo, no se puede dejar de resaltar que el puesto de mayor responsabilidad, subdirector general, está ocupado por un hombre, Joaquín Durán. Este cargo se engloba dentro del primer grupo, A1, el que reúne los cargos de mayor responsabilidad. Así, en orden decreciente de importancia, el grupo A2 hace referencia a puestos un poco menos relevantes y con menor retribución salarial. De esta manera, el grupo A4 sería el de menor importancia dentro de los cargos directivos. Realizadas estas aclaraciones para entender mejor los gráficos, se puede comprobar que estos reflejan que, exceptuando el primer grupo (A1) en el que se alcanza la paridad, en el resto de grupos se da la tendencia de que conforme va bajando la importancia de los puestos, va subiendo la cantidad de mujeres que los ocupa. De esta manera, el grupo A4, el de menor relevancia, es el que mayor feminización sufre, superando incluso la paridad, situándose en el 67 por ciento de ocupación femenina.

Gráfico 21. Distribución por sexos en los distintos grupos directivos de Canal Sur.



Fuente: RTVA.

Gráfico 22. Distribución por sexos en los grupos directivos de Canal Sur y porcentaje de feminización de cada uno.



Fuente: RTVA.

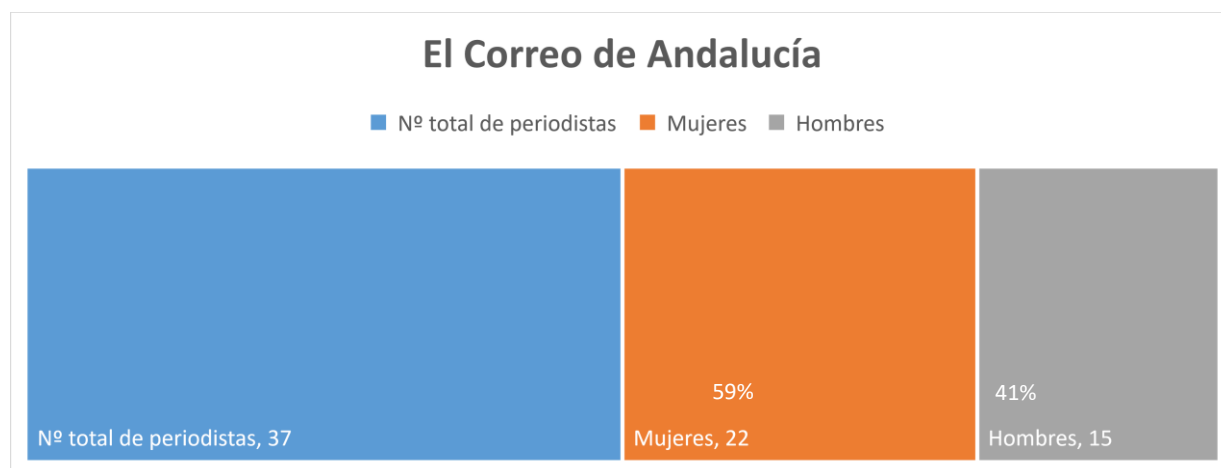
Tras analizar este caso concreto de feminización de los altos cargos directivos en la empresa pública de Radio Televisión Andaluza, es más que oportuno hacer referencia a la entrevista que se le realizó a la psicóloga experta en género, así como en liderazgo, Esther López-Zafra.

A pesar de que esta cree que la situación ha sufrido un cambio importante desde los años 90 y que desde esta época sigue una tendencia de mejora, ya que son más mujeres las que han alcanzado posiciones de liderazgo y estas tienen cada vez más ambiciones, indica que no se ha producido un cambio sustancial. Así, la psicóloga también atribuye este aumento, aparte de al hecho de que hay más mujeres en el mercado laboral, a la teoría del “glasscliff” o precipicio de cristal, de Michelle Ryan. Esta teoría explicaría el fenómeno de que, en épocas de crisis, se contratase a más mujeres en puestos directivos, ya que está comprobado que ellas son más eficientes en este tipo de situaciones. Sin embargo, estas correrían el riesgo de que se prescindiese de ellas después de superar la etapa crítica. De esta manera, la teoría que se acaba de describir, junto con la nueva metáfora del Laberinto, constituirían para López-Zafra el conjunto teórico que conseguiría explicar la realidad actual en cuanto al liderazgo femenino. La metáfora del Laberinto se presenta más completa que la del techo de cristal, ya que tiene mayor riqueza al considerar no solo la barrera que deben superar las mujeres para llegar a alcanzar los puestos de dirección, sino también la complejidad de los muchos obstáculos que tienen que afrontar, lo que en muchas ocasiones provoca que las mujeres se pierdan en ese laberinto lleno de “muros” y no lleguen a ese liderazgo. Por lo tanto, la teoría del techo de cristal, constituido este por prejuicios y estereotipos, es más

representativa del principio de la década de los 90, aunque la psicóloga recalca que aun así esta se sigue dando en los altos niveles económicos y de toma de decisiones, donde las redes están masculinizadas casi en su totalidad. Tal que así, en este modelo de redes solo existe la posibilidad de dibujar en la actualidad dos tipos de roles de líder femeninos: la mujer que tiene un enorme apoyo social que la respalda, en el que se incluye el de su familia, como el caso de Ana Patricia Botín-Sanz; o la que, por otra parte, renuncia a todo, vida familiar incluida, para centrarse en su trabajo. De esta manera, cuando un ámbito se feminiza, este pierde valor social a ojos de la ciudadanía. Esto ocurre por los prejuicios sociales, que transmiten la creencia de que cuantas más mujeres haya, más fácil es llegar a esa situación o puesto, cuando en realidad es todo lo contrario, las mujeres han tenido que luchar por regla general mucho más que los hombres para llegar al sitio en cuestión. Y son estos mismos prejuicios los que también provocan que se evalúe a las mujeres con un doble rasero, lo que a su misma vez hace que las mujeres sientan mucha más presión en sus puestos de trabajo. Presión que sienten porque se exigen mucho más y porque no son evaluadas solo como líderes, sino también como mujeres, como miembros de esta categoría social, ya que están siempre bajo sospecha, sentimiento al que también hace referencia el conocido como “síndrome de la impostora”, que sufren muchas mujeres de manera silenciosa. El conjunto de todos estos factores conlleva que se pierdan y desaprovechen grandes líderes y otros puntos de vista muy valiosos y necesarios, lo que afecta, en líneas generales, al liderazgo propiamente dicho y a la sociedad en su conjunto.

Para acabar y poner punto final a este apartado de resultados, a continuación, un gráfico dedicado a cada medio analizado para apreciar los datos obtenidos de una forma más visual. Primero se encuentran los medios privados, inmediatamente después los públicos no institucionales y seguidamente, los públicos institucionales.

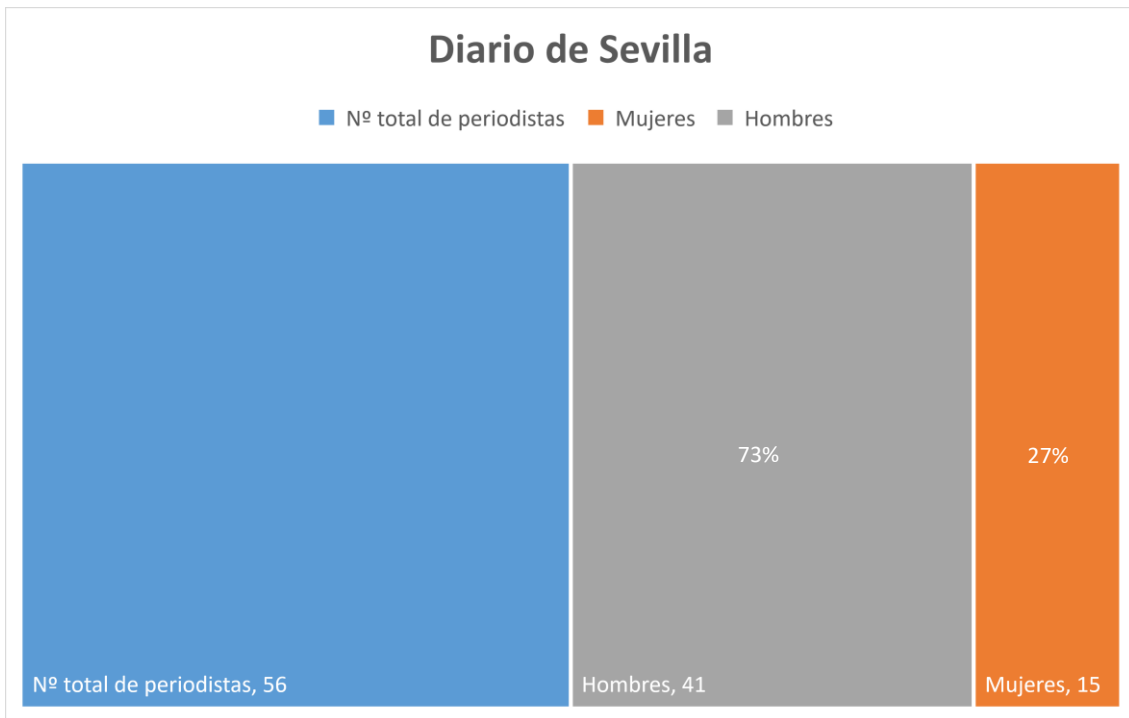
Gráfico 23. Distribución por sexos de la plantilla de periodistas de El Correo de Andalucía.



Fuente: El Correo de Andalucía.

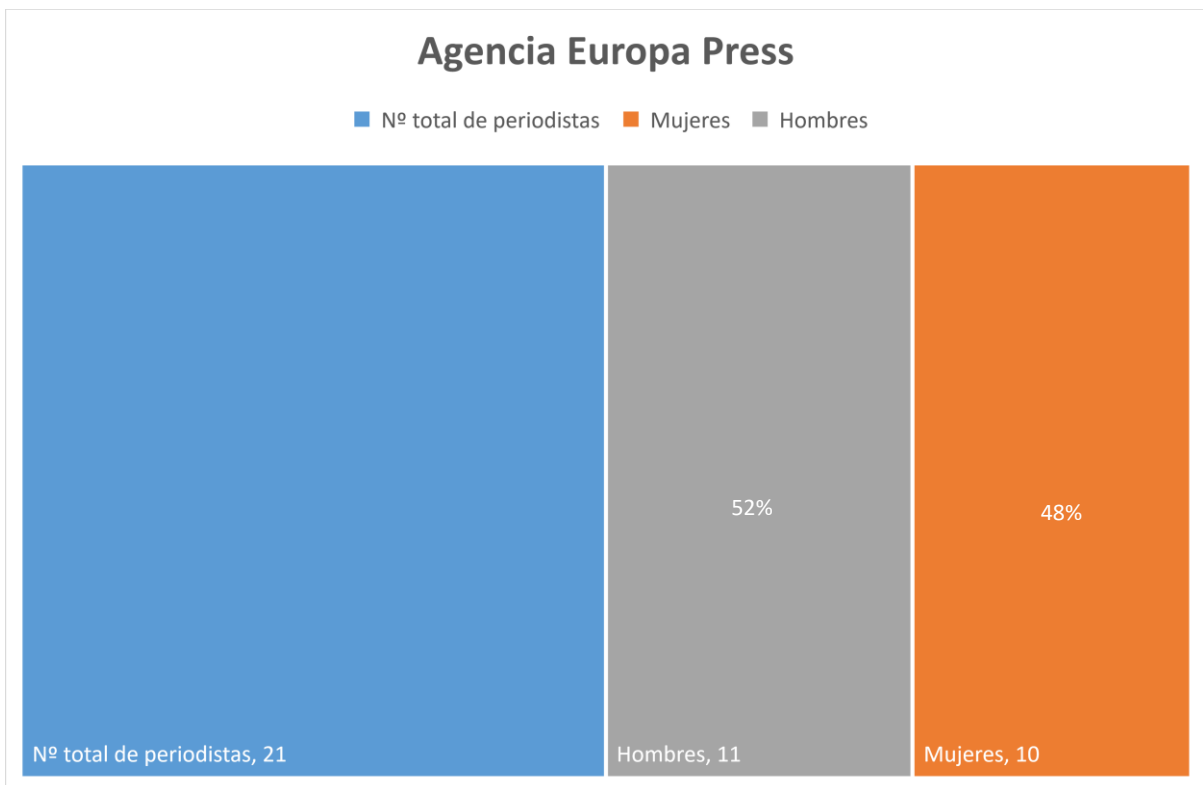


Gráfico 24. Distribución por sexos de la plantilla de periodistas de Diario de Sevilla.



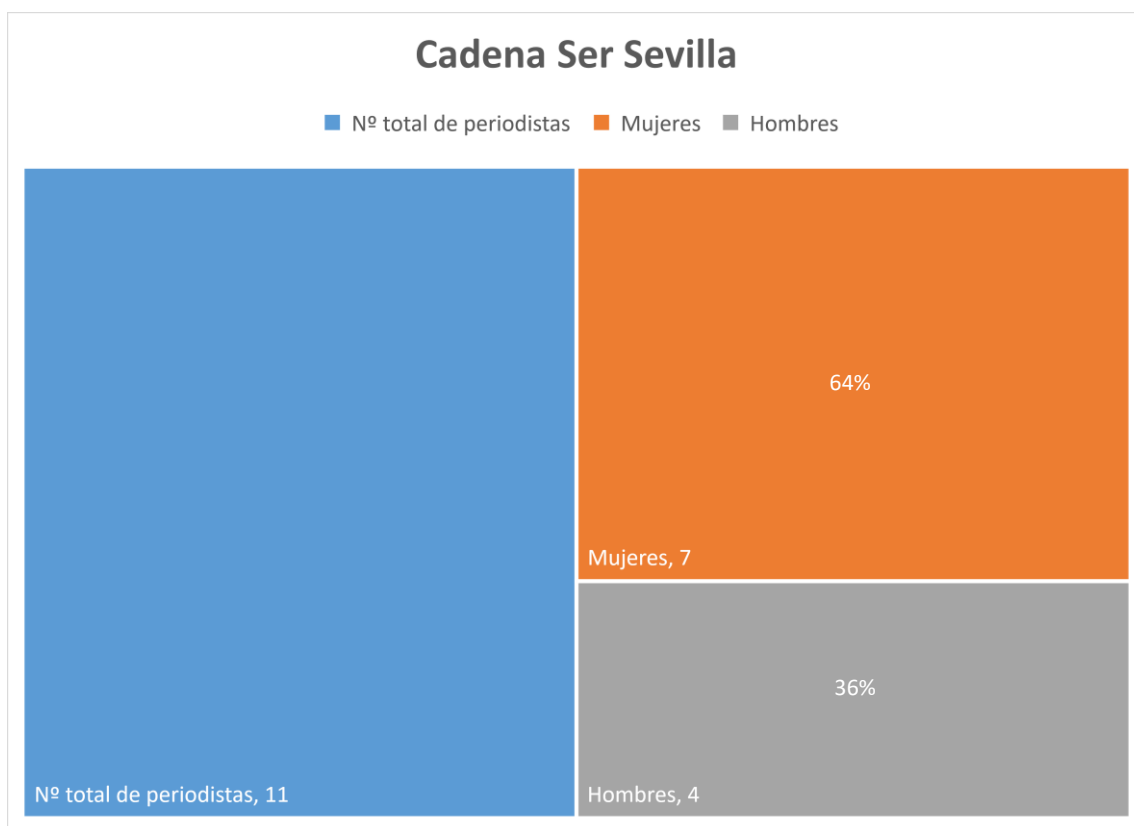
Fuente: Diario de Sevilla.

Gráfico 25. Distribución por sexos de la plantilla de periodistas de Europa Press.



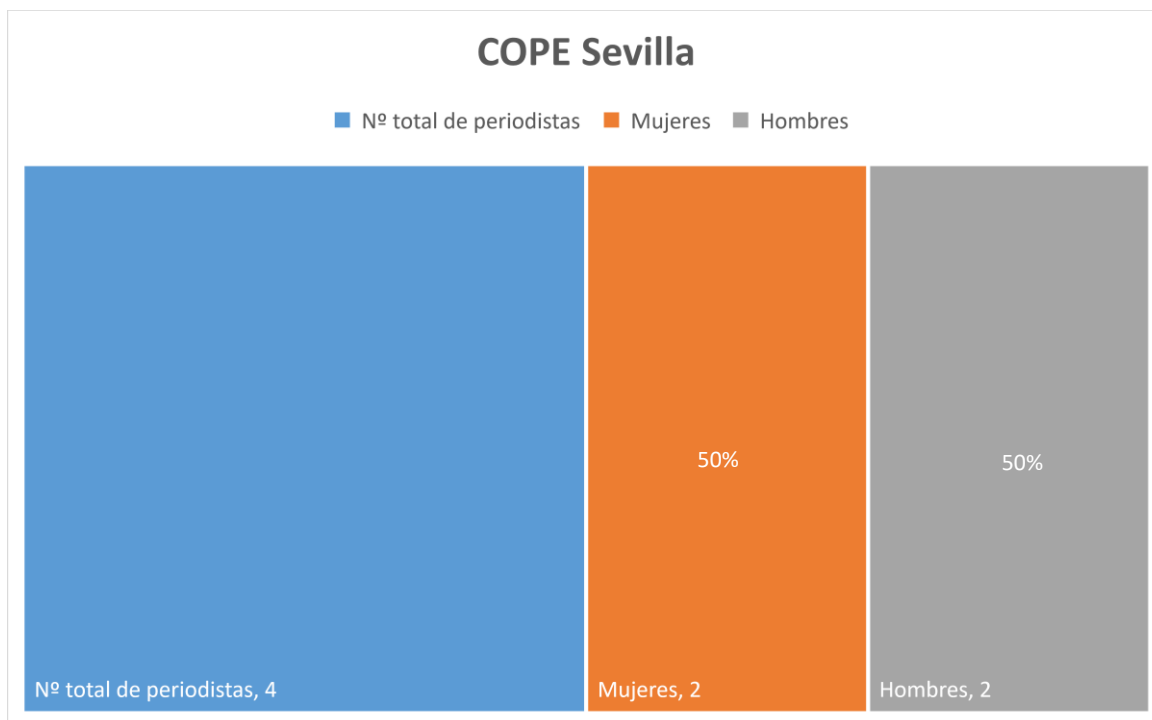
Fuente: Europa Press.

Gráfico 26. Distribución por sexos de la plantilla de periodistas de Cadena Ser Sevilla.



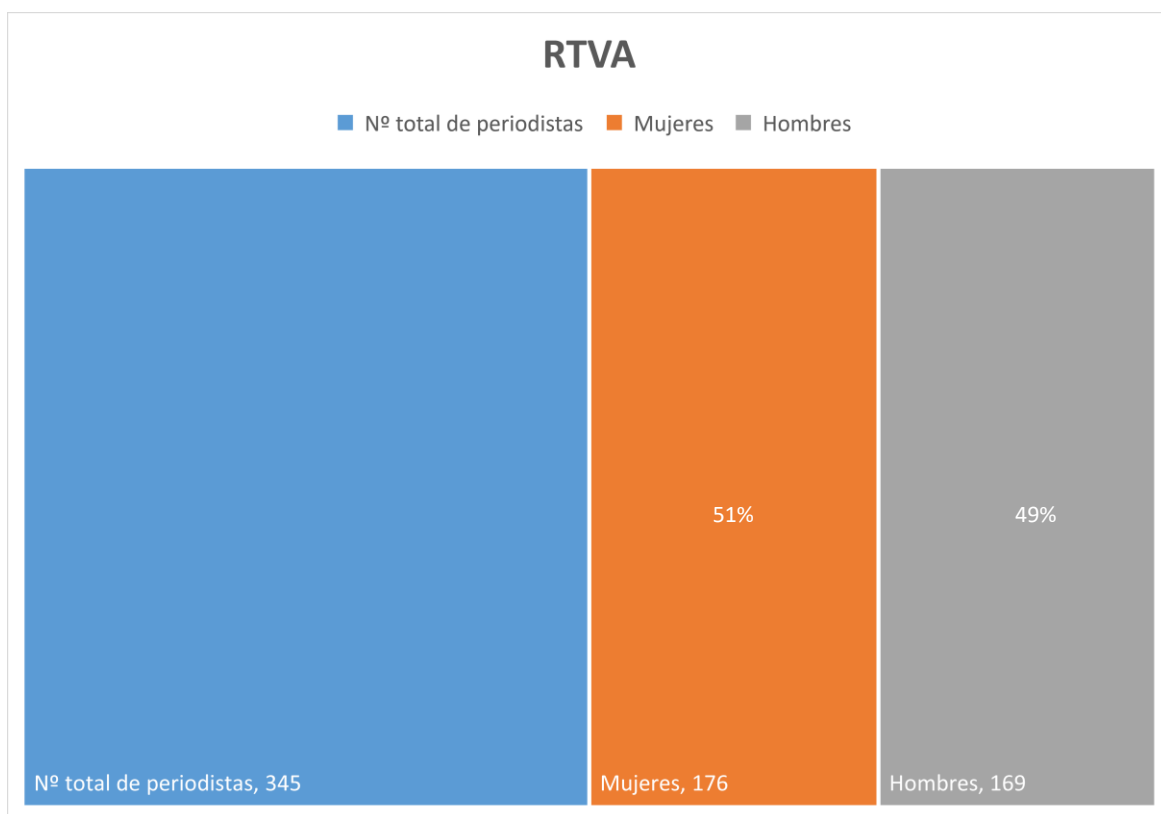
Fuente: Cadena Ser.

Gráfico 27. Distribución por sexos de la plantilla de periodistas de Cadena Cope Sevilla.



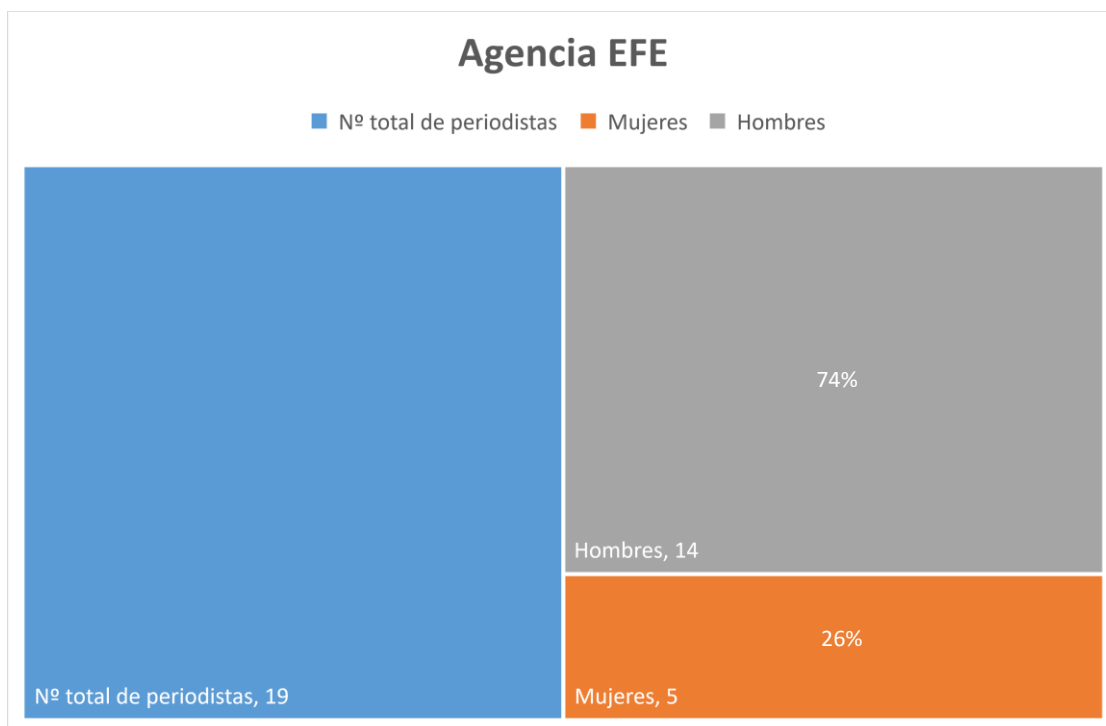
Fuente: Cadena Cope.

Gráfico 28. Distribución por sexos de la plantilla de periodistas de Radio Televisión Andalucía.



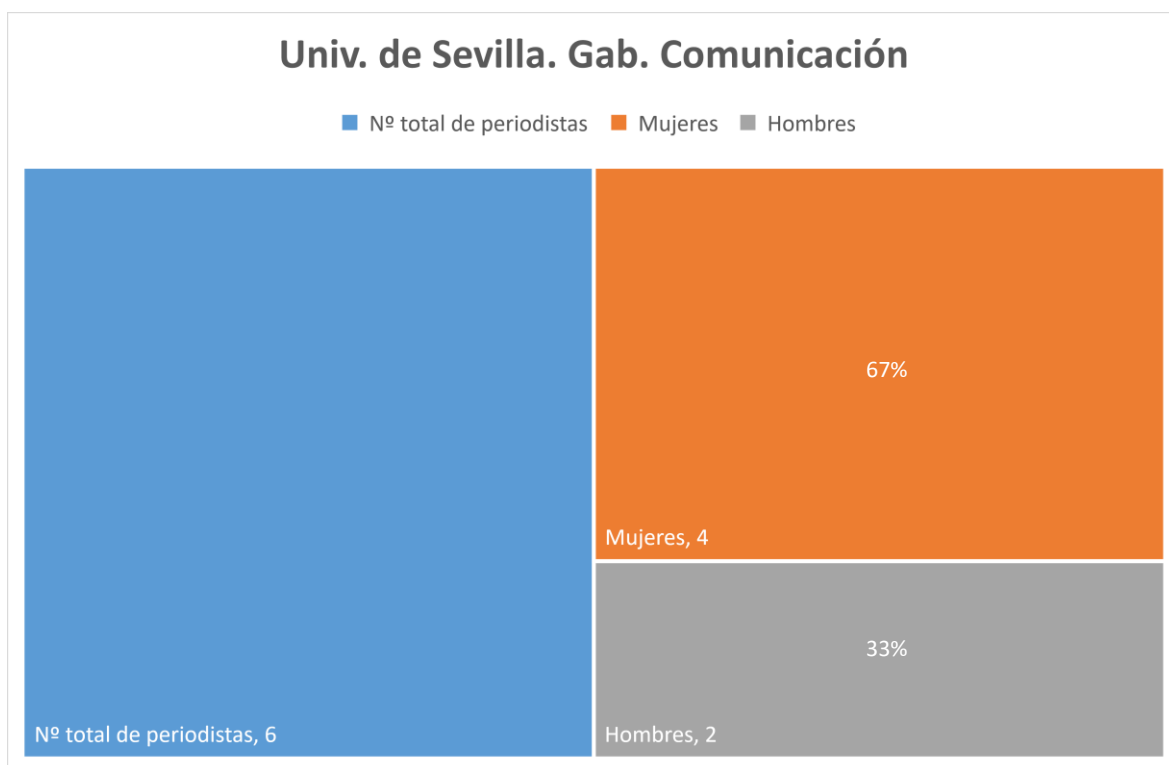
Fuente: RTVA.

Gráfico 29. Distribución por sexos de la plantilla de periodistas de Agencia EFE.



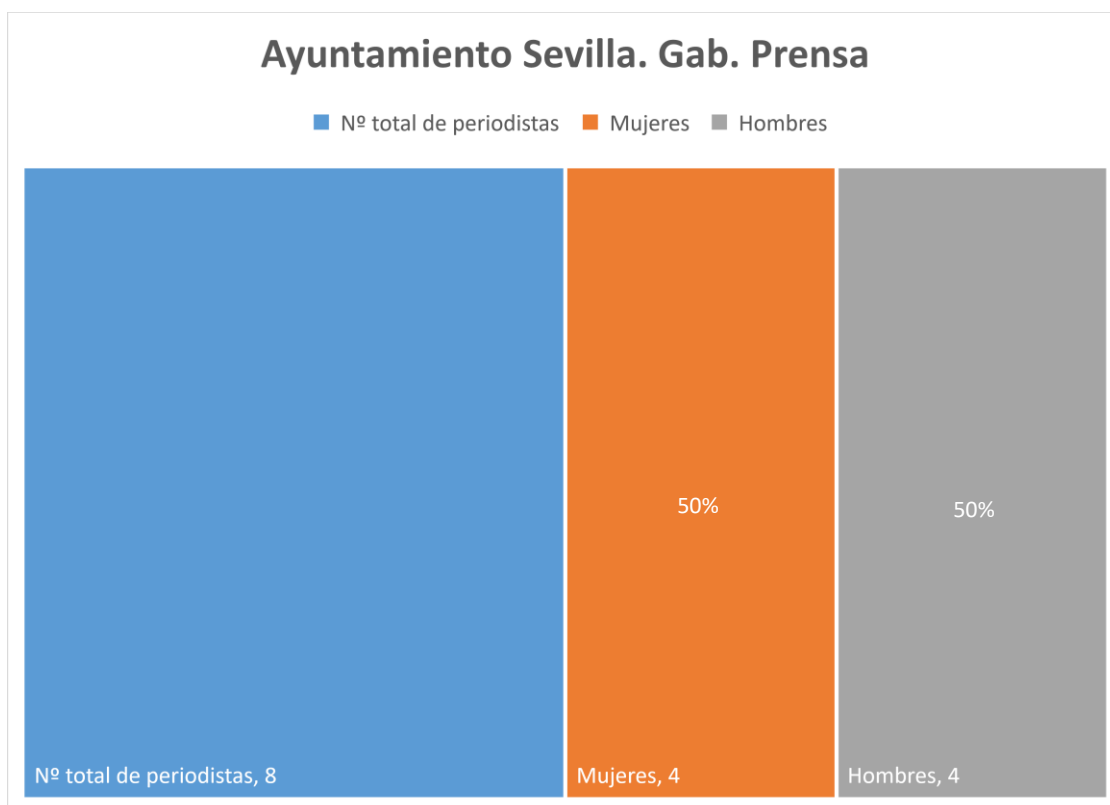
Fuente: Agencia EFE:

Gráfico 30. Distribución por sexos de la plantilla de periodistas del gabinete de comunicación de la US.



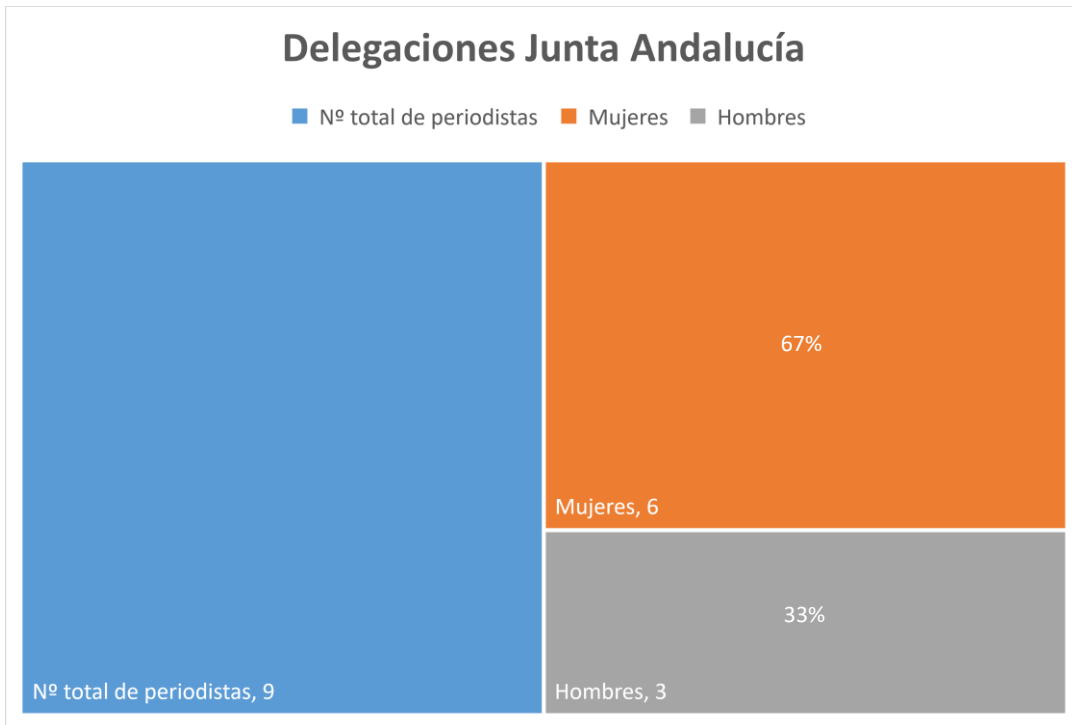
Fuente: Universidad de Sevilla.

Gráfico 31. Distribución por sexos de la plantilla de periodistas del gabinete de prensa del ayuntamiento de Sevilla.



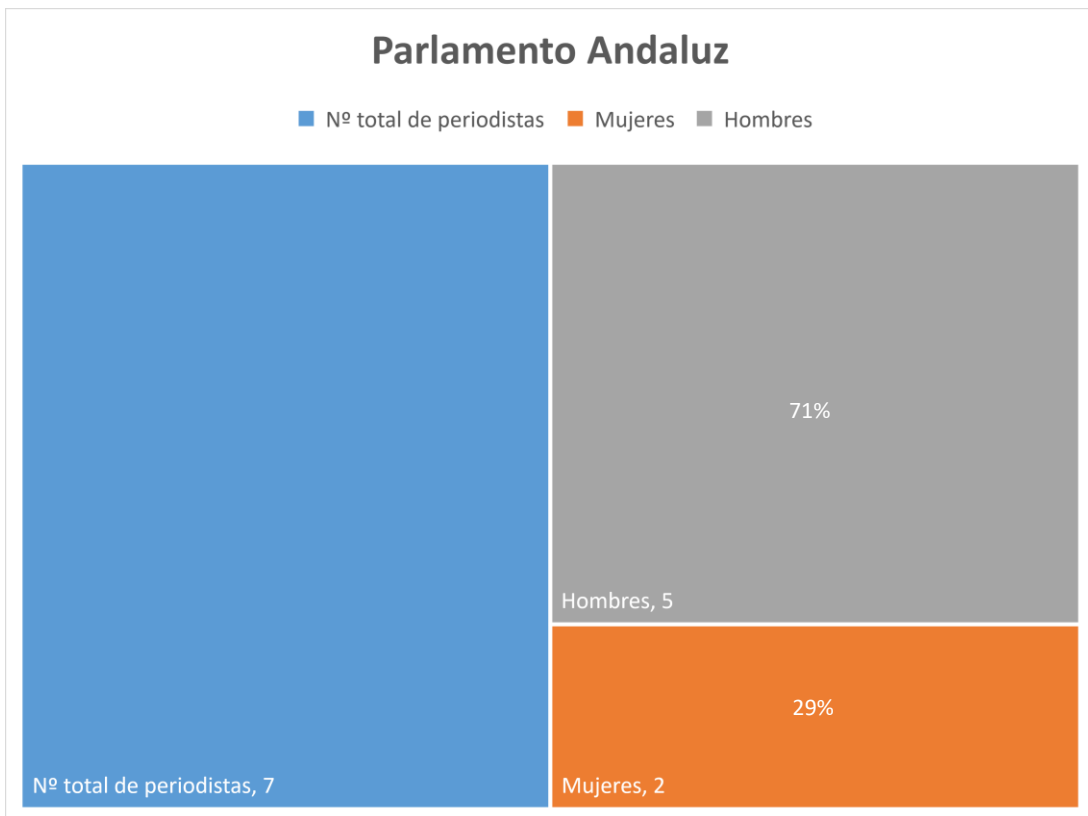
Fuente: Ayuntamiento de Sevilla.

Gráfico 32. Distribución por sexos de la plantilla de periodistas de los gabinetes de comunicación de las Delegaciones de la Junta de Andalucía.



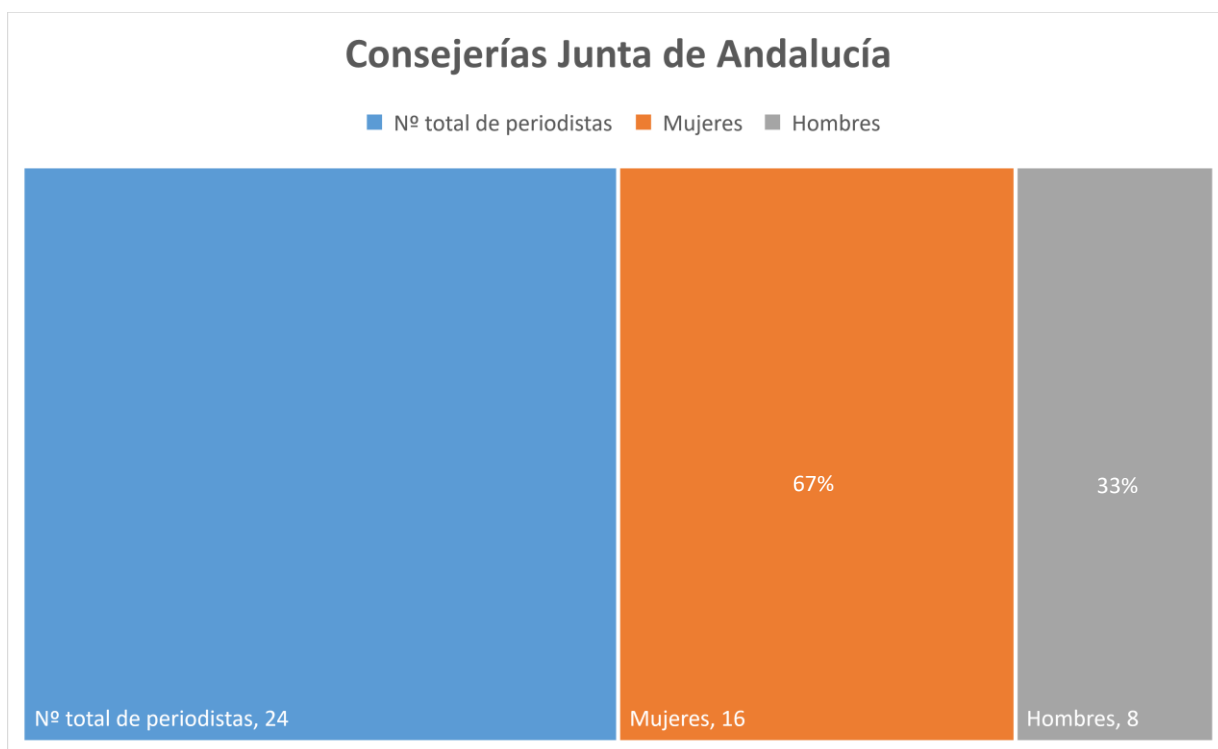
Fuente: Parlamento de Andalucía.

Gráfico 33. Distribución por sexos de la plantilla de periodistas del gabinete de prensa del Parlamento andaluz.



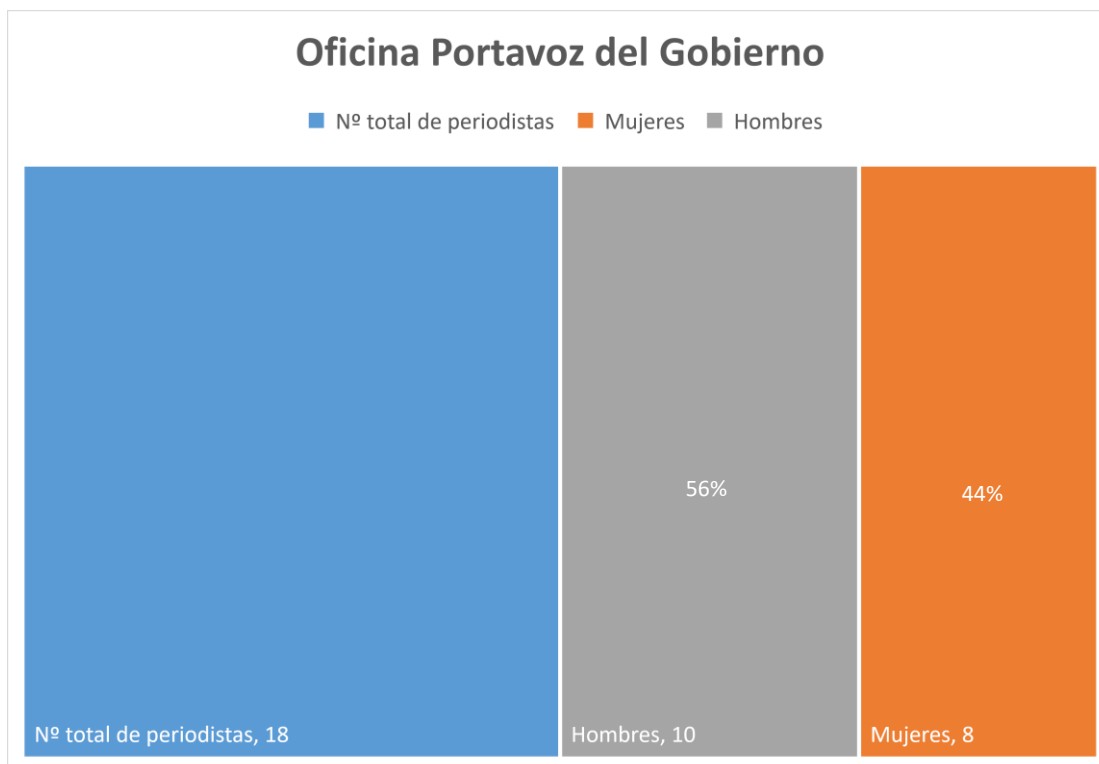
Fuente: Parlamento de Andalucía.

Gráfico 34. Distribución por sexos de la plantilla de periodistas del gabinete de prensa de las Consejerías de la Junta de Andalucía.



Fuente: Parlamento de Andalucía.

Gráfico 35. Distribución por sexos de la plantilla de periodistas del gabinete de prensa de la oficina del portavoz del gobierno de la Junta de Andalucía.



Fuente: Parlamento de Andalucía.

## 6 CONCLUSIONES

---

Tras llevar a cabo esta investigación, se puede llegar a varias conclusiones. La primera, sin duda, es que las estructuras siguen estando muy presentes en la vida diaria de todas las mujeres, sin importar en absoluto su estatus o condición social. Es una realidad incuestionable que las mujeres en situación de pobreza tienen mucho más riesgo de sufrir abusos y ser marginadas por el sistema, sin embargo, las mujeres también se ven afectadas si se encuentran en posiciones privilegiadas y de liderazgo. Así, se puede afirmar que es más que cierto que las estructuras de poder, de información...condicionan a todo el género femenino sin excepción, no en la misma medida, pero sí a su totalidad.

En las sociedades más desarrolladas esto se hace patente más en forma de micromachismos, como reflejaban los testimonios de las cuatro mujeres periodistas entrevistadas, aunque también con asesinatos, que despiertan a la población como luces intermitentes que luego se apagan, ya que, tras el luto y el minuto de silencio de rigor, la ciudadanía parece olvidar las circunstancias de ese homicidio y vuelve a caer en el espejismo de igualdad, negando que el machismo existe y alegando que “eso solo son excepciones”. Hasta el próximo caso de violencia de género, que vuelva a mostrar lo que es incómodo de asimilar, que el machismo más extremo puede encontrarse en la casa del vecino o en la de tu propia amiga. La sociedad en general rechaza aceptar que el machismo es aun una grave enfermedad social que corroe por dentro muchas instituciones, familias y personas y que es tarea de todos y de todas plantarle cara y erradicarlo.

La segunda conclusión que se saca de este trabajo es que fenómenos que, de nuevo, parecen tan alejados de la realidad, extraños y extravagantes, como el “síndrome de la impostora”, afectan a muchas mujeres, sin que ellas mismas sean conscientes de lo que les ocurre, pero que les lleva a esa actitud extremadamente perfeccionista y autoexigente en su trabajo, situación que no se da en los hombres. Además, esta tendencia parece acentuarse si la tarea es de dominio público y puede ser criticada y juzgada por todos. Por otra parte, este tipo de síndromes son también reveladores en otro sentido, en el sentido de que dan a entender que depende de la mujer sufrirlos o no (“¡Tienes que confiar más en ti misma!), cuando en realidad son un resultado más de una educación y socialización en torno a roles sexistas y de valores muy diferenciados.

Al mismo tiempo, se descubre que existe una doble moral del capitalismo que no hace más que enfatizar y agravar lo que las estructuras como el patriarcado provocan. Así ocurre por ejemplo con la cuestión de la maternidad. Todo el sistema encumbra a la vez que mitifica la experiencia de ser madre, pero si te quedas embarazada en la empresa, o tienes planes de formar una familia, puede que empiecen los problemas y que contraten a alguien antes que a ti o directamente te despidan. Toda esta dinámica en la que se ve envuelta la mujer (“para ser una mujer realmente

debes ser madre, pero también tienes que realizarte como persona en el ámbito profesional y llevar a cabo tu carrera brillantemente”) la lleva en muchas ocasiones a tomar la decisión de la renuncia, ya sea a su faceta familiar o profesional, por lo que será cuestionada, juzgada y criticada igualmente. A fin de cuentas, una disyuntiva en la que muy pocos hombres se han visto a día de hoy.

Además, este estudio ha dibujado una imagen nítida de la situación laboral de las mujeres, la cual se define por una gran brecha salarial entre hombres y mujeres, el hecho de que las empresas privadas muestren una tendencia a contratar más hombres que mujeres y que las posiciones de liderazgo sigan en su totalidad masculinizadas. Y todo esto teniendo en cuenta el factor agravante de que las mujeres siempre son mayoría en las aulas de la carrera de periodismo. También se hace notar que, aunque las empresas públicas tengan una obligación más marcada de seguir las leyes de género vigentes, a estas aun les queda mucho por mejorar. Por otra parte, a la contra de las empresas privadas que, como ya se ha dicho, prefieren contratar a más hombres que mujeres, se sitúan las empresas públicas institucionales, que se podría decir constituyen el tipo de medio más feminizado. Sin embargo, el elemento común que comparten las mujeres independientemente del tipo de corporaciones en el que se encuentren, es el de la renuncia, sobre todo si quieren formar una familia, cuyo peso recaerá sobre todo sobre ellas.

Por lo tanto, tras este estudio, se puede afirmar que, si la situación sigue tal y como refleja este análisis, continuará la dependencia de la mujer, sobre todo económicamente hablando. Debido a esto, las mujeres no llegarán a alcanzar el total empoderamiento y continuarán oprimidas por el patriarcado. En definitiva, no se le parará los pies a este ciclo de machismo encubierto que se retroalimenta con el ampliamente aceptado “espejismo de igualdad”.



## 7 REFERENCIAS

---

### 7.1 BIBLIOGRAFÍA

Bourdieu, P. (2000). *La dominación masculina* (5ª ed.). Barcelona: Anagrama.

Browne Sartori, R., Bulo, V., Castillo, A., Catrilef Lerchundi, V., Cruzado Rodríguez, Á., & di Bennardo, F. et al. (2009). *Comunicación y género*. Arcibel Editores.

Carbajosa, A. (2017). El club del autosabotaje. *El País Semanal Mujeres*, 46-52.

Caro González, F., & Nogales Bocio, A. (2014). *Emprender en femenino en la comunicación*. La Laguna, Tenerife: Sociedad Latina de Comunicación Social.

Donath, O. (2016). *Madres arrepentidas* (1ª ed.). ReservoirBooks.

Dreyfus, H., & Rabinow, P. (1984). *Michel Foucault, un parcours philosophique* (1ª ed.). Paris: Gallimard.

*El audiovisual ante la ley de igualdad*. (2010) (1ª ed.). Sevilla.

Elorduy, P. (2017). Mediaset, Prisa y Atresmedia, PrenS.A y poder. *El Salto*, (0), 4-11.

Larumbe, M. (2004). *Las que dijeron no. Palabra y acción del feminismo en la Transición* (1ª ed., pp. 236-237). Zaragoza: Pressas Universitarias de Zaragoza.

López Zafra, E., y García Retamero, R. (2009). *Situación de las mujeres respecto a posiciones de liderazgo* (1ª ed.). Jaén: Universidad de Jaén.

Mancinas-Chávez, Rosalba (2017), *Fundamentos teóricos de Estructura de la Información*, Cuadernos Artesanos de Comunicación, 106. Tenerife: Sociedad Latina de Comunicación Social.

Puleo, A., Sendón de León, V., Gallego Ayala, J., López Díez, P., Yrache, L., & Aguilar Carrasco, P. et al. (2007). *Género y comunicación* (1ª ed.). Madrid: Juan F. Plaza y Carmen Delgado.

Reig, R. (2011). *Los dueños del periodismo* (1st ed.). Barcelona: Editorial Gedisa.

Rich, A. (2001). *The fact of a doorframe: poems selected and new 1950-1984* (1ª ed.). New York: W.W. Norton.

Sánchez Leyva, M., & Reigada Olaizola, A. (2007). *Crítica feminista y comunicación*. Sevilla: Comunicación Social.

Searle, J., & Alborés, Jesús. (2004). *Mente, lenguaje y sociedad*. Madrid: Alianza.

Salido, O. (2001). *La Movilidad ocupacional de las mujeres en España* (1ª ed.). Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.

## 7.2 WEBGRAFÍA

*Deporte y mujeres en los medios de comunicación. Sugerencias y recomendaciones*. (2012). Consultado en: <http://www.csd.gob.es/csd/estaticos/myd/web-guia-mmcc-vp.pdf>

*Encuesta de Población Activa (EPA) Segundo trimestre de 2017*. (2017). Consultado en <http://www.ine.es/daco/daco42/daco4211/epa0217.pdf>

*España: indigna tratamiento informativo sexista del deporte femenino*. (2017). YouTube. Consultado en <https://www.youtube.com/watch?v=XzFRIp4tYio>

*Igualdad de género y empoderamiento de la mujer - Desarrollo Sostenible*. (2017). *Desarrollo Sostenible*. Consultado en <http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/gender-equality/>

*Información institucional y organizativa*. (2017). *Canalsur.es*. Consultado en [http://www.canalsur.es/rtva/informacion\\_institucional\\_y\\_organizativa/625198.html](http://www.canalsur.es/rtva/informacion_institucional_y_organizativa/625198.html)

*Nace AMI, abierta a todos los medios informativos / AMI (Asociación de Medios de Información)*. (2017). *AMI (Asociación de Medios de Información)*. Consultado en <http://www.aede.es/nace-ami-abierta-medios-informativos/>

*Objetivos y metas de desarrollo sostenible - Desarrollo Sostenible*. (2017). *Desarrollo Sostenible*. Consultado en <http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

Rawls, J. (1971). *Teoría de la Justicia* (1ª ed.). Consultado en [https://etikhe.files.wordpress.com/2013/08/john\\_rawls\\_-\\_teoria\\_de\\_la\\_justicia.pdf](https://etikhe.files.wordpress.com/2013/08/john_rawls_-_teoria_de_la_justicia.pdf)

Solnit, R. (2012). *Men Explain Things to Me*. Guernica. Consultado 22 May 2017, en <https://www.guernicamag.com/rebecca-solnit-men-explain-things-to-me/>

Torrijos, J. (2017). La presencia y el tratamiento de las mujeres en el periodismo deportivo: estudios y propuestas de mejora. *Periodismodeportivodecalidad.blogspot.com.es*. Consultado el 5 de septiembre de 2017, en <http://periodismodeportivodecalidad.blogspot.com.es/2015/03/la-presencia-y-el-tratamiento-de-las.html>

### 7.3 HEMEROGRAFÍA

ABC. (2011). Luis Enríquez, nuevo consejero delegado de Vocento. Consultado en <http://www.abc.es/20110718/medios-redes/abci-luis-enriquez-nuevo-consejero-201107181404.html>

Alejandro G. Falagán, C. (2017). *La perversión del periodismo*. *ctxt.es | Contexto y Acción*. Consultado en <http://ctxt.es/es/20170712/Politica/13669/CTXT-periodismo-independencia-pluralidad-internet.htm>

Álvarez, P., & Rodríguez-Pina, G. (2017). 10 años de la Ley de Igualdad: el cambio que nunca llega. *El País*. Consultado en [http://politica.elpais.com/politica/2017/03/21/actualidad/1490121143\\_771170.html](http://politica.elpais.com/politica/2017/03/21/actualidad/1490121143_771170.html)

Análisis de los salarios en España: así son las diferencias entre géneros, nacionalidades o comunidades. (2017). Consultado en <http://www.economista.es/economia/noticias/8461463/06/17/Analisis-de-los-salarios-en-Espana-las-diferencias-entre-generos-nacionalidades-o-comunidades.html>

Cano, F. (2017). Las asociaciones de periodistas denuncian la escasa presencia de mujeres en la nueva AEDE. *El Español*. Consultado en [http://www.elespanol.com/economia/empresas/20170522/217978665\\_0.html](http://www.elespanol.com/economia/empresas/20170522/217978665_0.html)

Carpallo, S. (2017). Por qué el ‘síndrome de la impostora’ sigue atormentando a las mujeres. *El País S Moda*. Consultado en <http://smoda.elpais.com/belleza/bienestar/sindrome-impostora-mujeres/>

Europa Press. (2017). Las mujeres cobran un 23% menos que los hombres y su pensión media es 423 euros más baja, según UGT. Consultado en <http://www.europapress.es/economia/laboral-00346/noticia-mujeres-cobran-23-menos-hombres-pension-media-423-euros-mas-baja-ugt-20170709100055.html>

Europa Press. (2017). Permisos de paternidad y maternidad en el mundo: ¿cuántos días disponen los padres y madres en otros países? Consultado en <http://www.europapress.es/sociedad/noticia-permisos-paternidad-maternidad-cuantos-dias-disponen-padres-madres-otros-paises-20170315174216.html>

Horrillo, E. (2016). ¿Es machista decir a tu compañera de trabajo: 'Qué guapa estás'? *El País*. Consultado en [https://elpais.com/elpais/2016/10/24/icon/1477324111\\_372375.html?id\\_externo\\_rsoc=FB\\_CM](https://elpais.com/elpais/2016/10/24/icon/1477324111_372375.html?id_externo_rsoc=FB_CM)

Izquierdo, J. (2017). Los bañadores de las socorristas de Gijón y el machismo de las redes sociales. *AS*. Consultado en [https://as.com/epik/2017/08/07/portada/1502115850\\_585432.html?id\\_externo\\_promo=ep-ob&prm=ep-ob&ncid=ep-ob](https://as.com/epik/2017/08/07/portada/1502115850_585432.html?id_externo_promo=ep-ob&prm=ep-ob&ncid=ep-ob)

Press, E. (2017). *Paula Vázquez desata la polémica en Twitter y se vuelve contra ella*. *europapress.es*. Consultado en <http://www.europapress.es/chance/gente/noticia-paula-vazquez-desata-polemica-twitter-vuelve-contra-ella-20170728114121.html>

Salvador, A. (2015). Sueldos en 'alta definición'. *El Mundo*. Consultado en <http://www.elmundo.es/andalucia/2015/07/19/55aa8b0b268e3eab128b4578.html>

Steinmetz, K. (2014). Oxford's Runners-Up for Words of the Year. *Time.com*. Consultado 22 May 2017, en <http://time.com/3590980/clickbait-normcore-mansplain-oxford-word-runners-up/>

Requena Aguilar, A. (2017). El 53% de las mujeres dice que ser madre ha recortado su proyección profesional. *Eldiario.es*. Consultado en [http://www.eldiario.es/economia/mujeres-madres-recortado-proyeccion-profesional\\_0\\_640086416.html](http://www.eldiario.es/economia/mujeres-madres-recortado-proyeccion-profesional_0_640086416.html)

Requena, Aguilar, A. (2017). Las cuotas elevan la competencia y perjudican a “los hombres mediocres”. *Eldiario.es*. Consultado en [http://m.eldiario.es/252146fe\\_622937854/](http://m.eldiario.es/252146fe_622937854/)

Rodríguez-Pina, G. (2017). *Unidos Podemos se abstiene en el pacto de Estado contra la violencia machista*. *EL PAÍS*. Consultado en [https://politica.elpais.com/politica/2017/07/28/actualidad/1501230577\\_729033.html](https://politica.elpais.com/politica/2017/07/28/actualidad/1501230577_729033.html)

Rodríguez-Pina, G., Clemente, Y., & Alonso, A. (2017). ¿Están mejor las mujeres desde que se aprobó la Ley de Igualdad? La respuesta en gráficos. *El País*. Consultado en [http://elpais.com/elpais/2017/03/20/media/1490022764\\_384816.html](http://elpais.com/elpais/2017/03/20/media/1490022764_384816.html)

Sánchez Hidalgo, E. (2017). El alegato de un entrenador ante el permiso por paternidad de un jugador. *El País*. Consultado en [http://elpais.com/verne/2017/05/21/articulo/1495359002\\_699234.html](http://elpais.com/verne/2017/05/21/articulo/1495359002_699234.html)

*Un informe dirigido a la ONU denuncia que España suspende en política de género*. (2017). *Publico.es*. Consultado en <http://www.publico.es/sociedad/violencia-genero-informe-dirigido-onu-denuncia-espana-suspende-politica-genero.html>

Velasco, L. (2017). "Mantendré el sello actual de Canal Sur, el de contar los problemas de la gente". Ideal. Consultado en [http://www.ideal.es/jaen/provincia-jaen/mantendre-sello-actual-20170904234314-ntvo.html?edtn=jaen&ns\\_campaign=rss&ns\\_mchannel=boton&ns\\_fee=0&ns\\_source=em&ns\\_linkname=undefined](http://www.ideal.es/jaen/provincia-jaen/mantendre-sello-actual-20170904234314-ntvo.html?edtn=jaen&ns_campaign=rss&ns_mchannel=boton&ns_fee=0&ns_source=em&ns_linkname=undefined)

Virginia Martínez Crespo, J. (2017). *Machismo en la Red: "Me llaman feminazi"*. EL PAÍS. Consultado el 5 de agosto de 2017, en [https://elpais.com/elpais/2017/07/24/mujeres/1500916797\\_950460.html?id\\_externo\\_rsoc=FB\\_CM](https://elpais.com/elpais/2017/07/24/mujeres/1500916797_950460.html?id_externo_rsoc=FB_CM)

Zafra, I. (2017). Campeón: 1.000 euros. Campeona: 600. *El País*. Consultado en [https://elpais.com/elpais/2017/09/05/mujeres/1504569548\\_490921.html?id\\_externo\\_rsoc=FB\\_CM](https://elpais.com/elpais/2017/09/05/mujeres/1504569548_490921.html?id_externo_rsoc=FB_CM)

## 8 ANEXOS

---

CD en el que se encuentran todas las entrevistas realizadas para llevar a cabo el TFG.