

Análisis de asimetrías de género en el colectivo profesional de periodistas en Castilla-La Mancha

Analysis of gender asymmetries in the professional group of journalists in Castilla-La Mancha

Belén Galletero-Campos*, María José Ufarte Ruiz*, Ana María López-Cepeda*, Elena Martínez-Pérez*

* Facultad de Periodismo, Universidad de Castilla-La Mancha

Resumen

Los perfiles profesionales, especialmente los que atañen al periodismo, no pueden entenderse como una cuestión universal y abstracta, pues están contruidos sobre factores contextuales como los espacios de trabajo, la tipología de las empresas y las competencias requeridas. En este estudio se analizan las asimetrías de género en las condiciones laborales de los profesionales del periodismo en Castilla-La Mancha, una comunidad autónoma caracterizada por su identidad sociodemográfica rural y por su estructura mediática compuesta por micromedios. Se aplica una metodología cuantitativa, cuyo instrumento de recogida ha sido la encuesta, y un posterior análisis estadístico descriptivo de variables categóricas. El cuestionario, que ha tomado como base algunas investigaciones de referencia en la materia en los últimos quince años, ha sido respondido por una muestra representativa de 179 periodistas de la región – 87 hombres y 92 mujeres – pertenecientes a 85 medios de comunicación de ámbito local, distribuidos en los sectores de prensa impresa, radio, televisión y medios nativos digitales. Los resultados muestran que persisten las desigualdades en algunas cuestiones endémicas como las dificultades de conciliación, la brecha salarial o el techo de cristal, pero también en otros aspectos menos evidentes como el grado de satisfacción sobre la profesión, las expectativas laborales e incluso la percepción sobre las influencias y presiones en el ejercicio profesional¹.

Palabras clave: Perspectiva de género, Brecha salarial, Techo de cristal, Estructura de la comunicación, Castilla-La Mancha.

Abstract

Professional profiles, especially those related to journalism, cannot be understood as a universal and abstract issue, since they are built on contextual factors such as workspaces, the typology of companies and the skills required. This study analyses gender asymmetries in the working conditions of journalism professionals in Castilla-La Mancha, an autonomous community characterised by its rural socio-demographic identity and its media structure made up of micro-media. A quantitative methodology is applied, whose collection instrument has been the survey, and a subsequent descriptive statistical analysis of categorical variables. The questionnaire, which has been based on some reference research on the subject in the last fifteen years, has been answered by a representative sample of 179 journalists from the region - 87 men and 92 women - belonging to 85 local media, distributed in the sectors of printed press, radio, television and digital native media. The results show that inequalities persist in some endemic issues such as conciliation difficulties, the wage gap or the glass ceiling, but also in other less evident aspects such as the degree of satisfaction with the profession, job expectations and even the perception of influences and pressures on professional practice.

Keywords: Gender perspective, Wage gap, Glass ceiling, Communication structure, Castilla-La Mancha.

Introducción

La igualdad de género se ha incorporado en los últimos años a la agenda política e informativa (Camacho, 2013). El año 2018 ha constituido un punto de inflexión en la repercusión mediática de los movimientos

¹ Este estudio es resultado del proyecto de investigación *Análisis de la situación sociolaboral de las mujeres periodistas en Castilla-La Mancha*, financiado por el Instituto de la Mujer de Castilla-La Mancha, en la convocatoria competitiva de Ayudas a la investigación de 2018.

feministas en torno al paro que tuvo lugar el 8 de marzo. La voz de las periodistas, visibilizada mediante el *hashtag* #LasPeriodistasParamos, centró la atención en siete puntos: la brecha salarial, el techo de cristal, la precariedad, la corresponsabilidad y los cuidados, el acoso sexual y laboral, los espacios de opinión masculinizados, y la mirada parcial y preocupación por los enfoques (Panadero, 2018²; Rovetto y Figueroa, 2018³). Por primera vez, se visibilizaban en la esfera pública las desigualdades presentes en un colectivo que, años atrás, ya venía señalando su deriva hacia la precarización (APM, 2017).

Los estudios sobre la profesión periodística en España han empezado a tener cierta relevancia a partir de los años 90, de forma paralela a otros ámbitos de investigación (Humanes, 2007). Francisco Caro-González (2012) sitúa una investigación de Rosa Franquet de 1989 como una de las primeras en analizar la presencia de mujeres profesionales en los medios audiovisuales. Aunque aún la comunidad científica está lejos de disponer de un marco teórico sólido sobre la profesión periodística desde un enfoque de género (Rivero Santamarina y Meso Ayerdi, 2014), algunos estudios del sector se han sucedido en los últimos años desde esta perspectiva. Uno de los más representativos es el *Global Report on the Status of Women in the News Media* (2011), elaborado por International Women's Media Foundation, con una muestra de más de 500 empresas de 60 países diferentes. El informe confirmó que en las naciones de Europa los hombres ocupan casi dos tercios de los trabajos a tiempo completo, mientras que las mujeres constituyen la gran mayoría de los puestos a tiempo parcial (81,1%). En 2015, el Instituto Europeo por la Igualdad de Género también concluyó que, a pesar del compromiso político y los esfuerzos para reparar las desigualdades, las mujeres y los hombres de toda la UE todavía se enfrentan a desafíos injustos en áreas como la toma de decisiones, ya que su capital humano altamente cualificado está subrepresentado en posiciones de liderazgo en política, economía y las áreas sociales en toda la UE⁴.

En el seno del Parlamento Europeo, la iniciativa más reciente es el informe *Gender Equality in the Media Sector* (2018), que indaga en la representación de las mujeres dentro del contenido mediático y la fuerza laboral de los medios. Las mujeres que participaron en este estudio, procedentes de Austria, Malta, Suecia y Reino Unido, describieron la prevalencia de estructuras de trabajo y prácticas que las sitúan en una situación de desventaja, como las dificultades para asumir responsabilidades familiares, los modos de comunicación competitivos y no cooperativos, y la normalización del acoso sexual.

Estos informes demuestran que el techo de cristal y la brecha salarial para las mujeres periodistas aún están vigentes en la actualidad (De Miguel, Hanitzsch, Parratt y Berganza, 2017; García Saiz, 2018), como ya advertían otras investigaciones previas (Antequera, 2005; Blanco, 2005; Caro, García, Rodríguez y Jiménez, 2007; Criado Calero, 2012; Papí Gálvez, 2007; Ufarte Ruiz, 2012). El techo de cristal hace referencia a la barrera invisible que dificulta la promoción profesional de las mujeres a puestos de responsabilidad (Chinchilla, Poelmans y León, 2005; Cuadrado y Morales, 2007; Martín Llaguno, 2007; Sarrió, Barbera, Ramos y Candela, 2002).

² Panadero, A. (2018). "Nace la Plataforma "@Comunicadoras8M", por un periodismo digno y feminista". *Diario 16*. <http://diario16.com/nace-la-plataforma-comunicadoras8m-periodismo-digno-feminista/>

³ Rovetto, F. & Figueroa, L. (2018). "Perio-feminismo desde adentro. Desigualdades de género en los medios". *Con X*, 4. <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/conequis/article/download/5006/4024>

⁴ European Institute for Gender Equality (2015). *Gender Equality in Power and Decision-Making*. Luxembourg: Publications Office of the European Union. <https://eige.europa.eu/sites/default/files/documents/mh0215090enn.pdf>

Aunque no hay consenso a la hora de determinar si la presencia activa de las mujeres en los medios introduce cambios en las prácticas y modos de contar (Hanitzsch y Hanusch, 2012), el interés en elaborar estos diagnósticos radica en que sí contribuye a enriquecer el discurso público. De hecho, Alfama, Cruells y De la Fuente (2014: 226) sostienen que la presencia de voces femeninas en el debate supone "una garantía de calidad democrática y a la vez un requisito básico para construir un relato de la realidad desde un punto de vista no androcéntrico".

Las profesiones, como defiende Waisbord (2013), no se presentan de manera aislada, sino que están imbuidas de relaciones con otros campos sociales, diferentes en cada contexto. El propósito es conocer qué sucede en un territorio que, por sus características sociodemográficas, está condicionado por su identidad rural. Si ocupa una extensión de 79.463 km², siendo la tercera comunidad más vasta de todo el país, su tamaño no guarda proporción con su masa poblacional, ya que en número de habitantes apenas significa el 4,41% del total nacional. Unido a ello, el elevado número de núcleos de población – 919 – hace que la distribución de la población sea muy dispersa. De ellos, el 69,5% tiene menos de 1.000 habitantes; en el otro extremo, sólo uno, la ciudad de Albacete, tiene más de 100.000 habitantes. Esta atomización de las poblaciones ha tenido un efecto directo en la configuración de la empresa periodística: la comunidad autónoma presenta un número elevado de medios de comunicación social (prensa, radio, televisión y nativos digitales), pero de un tamaño muy pequeño. Según los datos aportados para esta investigación por la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha sobre las empresas periodísticas homologadas para suscribir el Acuerdo Marco que regula la publicidad institucional, el modelo de empresa periodística predominante cuenta con menos de 10 trabajadores y, dentro de este conjunto, la que más periodistas tiene contratados presenta una redacción de 8 personas.

El objetivo de esta investigación es analizar la situación profesional y laboral de las mujeres periodistas en Castilla-La Mancha. Para alcanzar este propósito, el trabajo se basa en una metodología cuantitativa y parte de las siguientes hipótesis:

- H1. El empoderamiento de las periodistas en las últimas décadas se habría traducido en una mayor presencia en las redacciones, mayor protagonismo en la esfera pública y un progresivo acceso a los puestos de liderazgo.
- H2. El techo de cristal, la brecha salarial y la falta de medidas de conciliación son realidades que pueden persistir en el periodismo castellanomanchego, producto de un contexto rural y un sistema de medios conformado por microempresas.
- H3. Las desigualdades de género se pueden producir también en otros aspectos menos esperables como la percepción de influencias a la hora de desarrollar el trabajo o las expectativas hacia la promoción laboral.

Marco legislativo

Las políticas sobre igualdad de género en España coinciden con la Transición y el reconocimiento constitucional de la igualdad entre hombres y mujeres. Una de las primeras normas que hizo referencia a ello fue la Ley 8/1980, de 10 de marzo, del Estatuto de Trabajadores, que introducía la obligación de igualdad salarial, a pesar de que la titularidad de las prestaciones familiares seguía asociada al cabeza de familia (Lombardo y León, 2014). Con el nacimiento del Instituto de la Mujer en 1983 se consigue un repunte de

las políticas de igualdad (Bustelo-Ruesta, 2001). En la década siguiente entran en vigor la Ley 42/1994, de 30 de diciembre, de medidas fiscales, administrativas y de orden social, que considera la baja de maternidad como contingencia específica, desligada de la incapacidad laboral transitoria (Preámbulo, Ley 42/1994); y la Ley 39/1999, de 5 de noviembre, para promover la conciliación de la vida familiar de las personas trabajadoras. La consolidación de las políticas de igualdad se acentúa con el gobierno socialista de José Luis Rodríguez Zapatero, que aprueba la Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de medidas de protección integral contra la violencia de género y, en el ámbito laboral, la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la Promoción efectiva de igualdad entre mujeres y hombres que identifica tres áreas de intervención en el empleo, permisos parentales y paridad en las listas electorales de partidos políticos y comités ejecutivos de empresa (Lombardo y León, 2014). Esta ley se centra en el respeto a la igualdad en las esferas política, civil, laboral, económica, social y cultural (art. 1, LO 3/2007), señalando la obligada necesidad de "ausencia de toda discriminación, directa o indirecta, por razón de sexo y, especialmente, las derivadas de la maternidad, asunción de obligaciones familiares y el estado civil" (art. 3, LO 3/2007) (Aguilera Izquierdo, 2007: 70).

Uno de los aspectos más relevantes de la aplicación práctica de la norma es que todas las empresas están obligadas a respetar la igualdad de trato y oportunidades en el ámbito laboral. Además, aquellas con más de doscientos cincuenta trabajadores deberán elaborar y aplicar un Plan de Igualdad, que fijará a través de objetivos concretos las prácticas necesarias para su consecución, así como sistemas eficaces de seguimiento, evaluación y control (art. 46.1 LO 3/2007). Como recomendación, la ley señala la posibilidad de incluir en los planes de igualdad las materias de acceso al empleo, clasificación profesional, promoción y formación, retribuciones, ordenación del tiempo de trabajo para favorecer la conciliación laboral, personal y familiar, y prevención del acoso sexual (art. 46.2 LO 3/2007).

A pesar de las medidas alcanzadas, la crisis económica y financiera marca un cambio de rumbo en las políticas de igualdad del gobierno socialista. Esta situación de precariedad no mejoró con el cambio de Gobierno en el 2011 (Lombardo y León, 2014; Paleo y Alonso, 2014). Recientemente, la UE ha incorporado nuevos objetivos en el documento *Europa 2020*, "que apuntan en su conjunto a lograr la ambiciosa meta de un 75% de población activa femenina para el año 2020" (Armijo-Garrido, 2018). En España, el Gobierno de Pedro Sánchez ha recuperado el Ministerio de Igualdad, creado en 2008, integrado en el Ministerio de Sanidad, Política Social e Igualdad dos años más tarde y activo hasta finales de la novena legislatura. Entre las medidas previstas en la actualidad se encuentran el proyecto de Ley de Igualdad Laboral, con el objetivo de acabar con la discriminación laboral de las mujeres en maternidad, conciliación, acceso al trabajo y órganos de decisión.

La legislación específica sobre igualdad y medios de comunicación no abunda, dejando paso a la autorregulación. Sobresale, en este sentido, la incorporación en la LO 3/2007 del Título III, en el que se establece la obligación de los medios de titularidad pública de velar por "la transmisión de una imagen igualitaria, plural y no estereotipada de mujeres y hombres en la sociedad", a la par que promuevan "el conocimiento y la difusión del principio de igualdad entre mujeres y hombres" (art. 36, LO 3/2007). La obligación de los medios privados se ciñe a respetar la igualdad entre hombres y mujeres y evitar cualquier forma de discriminación (art. 39 LO 3/2007). Como instrumentos de vigilancia sobre la representación de la mujer en los medios, destacan el Observatori de les Dones en els Mitjans de Comunicació (Generalitat de

Cataluña), creado en el año 1995, y el Observatorio de la Imagen de las Mujeres (Instituto de la Mujer), enfocado primero a la publicidad sexista y desde 2005 ampliado al análisis de los medios de comunicación.

Marco teórico

Las Ciencias Sociales comenzaron a abordar el concepto de profesionalismo en el periodismo sobre los años 30 del pasado siglo (Carr-Saunders y Wilson, 1933), cobrando mayor fuerza aquellas teorías que buscaban definir qué es y qué no es una profesión desde el Derecho y la Medicina como puntos de partida. Así, la mayoría de los autores definen el periodismo como una profesión "indeterminada" (Aldridge y Evetts, 2003; Soloski, 1989; Tunstall, 1973; Tumber, 2008; Van Zoonen, 1998). Sin embargo, también apuntan que el profesionalismo (*news professionalism*) puede ser concebido como un método de control de comportamiento (Soloski, 1989; Aldridge y Evetts, 2003), además de como un fenómeno relativo a las identidades, las ideologías y las rutinas profesionales (Hanitzsch, 2007; Martini y Luchesi, 2002; Van Zoonen, 1998).

En ese sentido, otro de los enfoques que permiten acercarse al estudio de la profesión periodística es la sociología de las profesiones, en la que, tradicionalmente, han primado tres líneas teóricas (Vaughan, 2012:11): la definición de las características de las profesiones para distinguirla de los oficios u ocupaciones, el rechazo de la dicotomía profesional/no profesional y la interpretación de la evolución y el funcionamiento de las profesiones, explicando sus principales rasgos sobre la base de relaciones de poder que existen entre ellas. Estas teorías de los rasgos o diferenciadoras, ampliamente abordadas en los 60 y 70 por autores como Tumber, Prentoulis, Greenwood y Henningham, establecen unas características comunes de las profesiones. Aquellas que más consenso obtuvieron fueron las de Tumber y Prentoulis (2005), que son el conocimiento básico, la educación, el *testing*, la organización, el altruismo y los códigos de conducta. Otros autores como Hanitzsch parten de la noción de cultura periodística, como una "serie de ideas y prácticas por las cuales los periodistas consciente e inconscientemente legitiman su rol en la sociedad e interpretan su trabajo con sentido para ellos mismos y otros" (Hanitzsch, 2007: 369). Esta base teórica, que sustenta estudios posteriores del autor, es el marco conceptual asumido en las dimensiones que aquí se analizan.

En España, el Estatuto de la Profesión Periodística, aprobado el 13 de abril de 1967 a través del Decreto 744/1967⁵, regula los requisitos para el ejercicio de la profesión, determinando que son periodistas únicamente aquellas personas que estén en posesión del título de Periodismo, que se obtiene tras haber cursado estos estudios en los centros correspondientes legalmente conocidos. Y añade, además, que es aquella persona que realiza profesionalmente tareas de información de actualidad e interés público, mediante una relación laboral, ya sea por cuenta ajena o por cuenta propia.

Por su parte, Ramos Fernández (1998) defiende que el periodismo es una profesión como otra cualquiera, con su estatuto legal, su código deontológico, su organización profesional y con un digno marco jurídico de desarrollo sociolaboral. Martínez Albertos (1989) también sostiene que en la profesión periodística hay que aplicar los mismos criterios que la legislación ordinaria prevé para las profesiones socialmente reconocidas. Sin embargo, Arenal (1971), Cremades (1993) y Cebrián (1997) consideran que aún no existe un criterio

⁵ Decreto 744/1967, de 13 de abril, por el que se aprueba el texto refundido del Estatuto de la Profesión Periodística. Disponible en: <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-1967-7131>

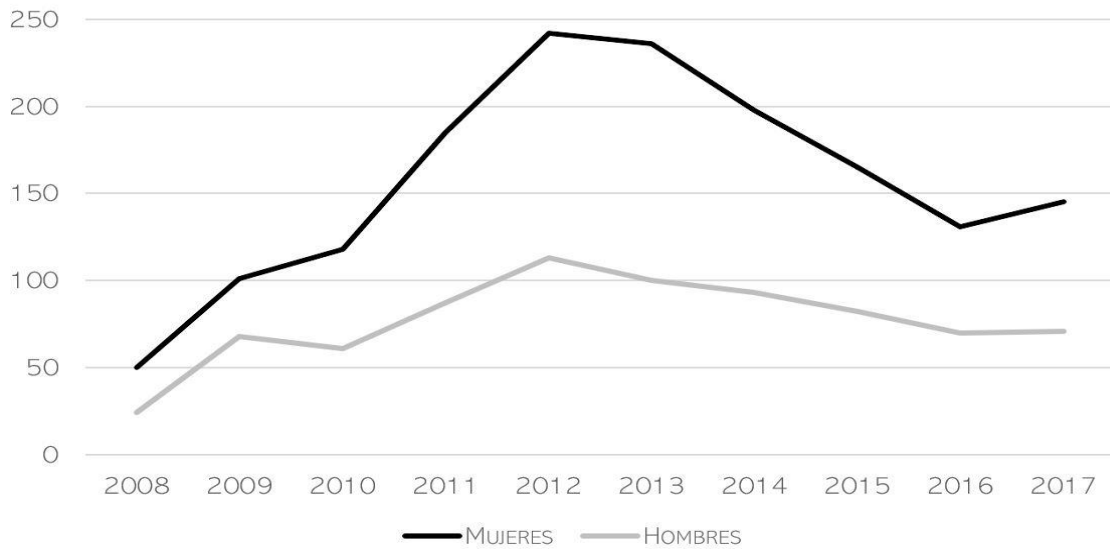
jurídico inequívoco para determinar quiénes son los profesionales de la información, pues la profesión se resiste, en virtud de su propia naturaleza, a ser caracterizada de una forma clara y nítida.

Como se ha señalado en la introducción, en los últimos años han aumentado de forma considerable los estudios en torno a la situación de las mujeres periodistas, fruto de la preocupación por superar una serie de patrones persistentes en este campo profesional. En el caso español, algunas investigaciones (Costa y Tuñez, 2009; Rivero Santamarina, Meso Ayerdi y Peña Fernández, 2015) aluden a una feminización de los estudios de Periodismo y Comunicación, ya que el número de alumnas que finalizan estas carreras ha sido superior al de los hombres en los últimos veinte años (García Saiz, 2018). Sin embargo, este hecho no tiene un claro correlato en el ámbito laboral. La situación profesional de las mujeres periodistas muestra que siguen existiendo diferencias de tipo salarial (Roses, 2011), en la dirección y gestión de las asociaciones de prensa (Caro González *et al.*, 2007; Caro González y García Gordillo, 2012) o de las empresas informativas (Antequera, 2005), acentuadas, la mayoría de ellas, durante la crisis económica (García Garrido, 2017). En la misma línea se manifiesta Soriano (2005) al hablar de una pseudofeminización, ya que la proporcionalidad en las plantillas no garantiza transformaciones estructurales de fondo si no se aborda la complejidad de las expectativas laborales y las trayectorias vitales de este colectivo profesional. Se trata, como señalan Rivero Santamarina, Meso Ayerdi y Peña Fernández (2015), de una mera incorporación paulatina de la mujer a las aulas universitarias y a las redacciones, sin que necesariamente se produzca un empoderamiento de ellas dentro de las estructuras mediáticas. Hay margen de recorrido para avanzar en la equidad de género, asumida como una dimensión de la equidad social (Guzmán, 1996⁶) en términos de justicia en la distribución de beneficios y responsabilidades entre hombres y mujeres (OMS, 2002⁷).

La conciliación se presenta como uno de los principales escollos para la promoción y la configuración de los horarios propias de las rutinas informativas, lo que dificulta un marco de estabilidad compatible con las obligaciones familiares (Rivero Santamarina y Meso Ayerdi, 2014). Por otro lado, los datos sobre desempleo en la profesión constatan unas tasas más elevadas en el caso de las mujeres, con 6.182 periodistas mujeres inscritas como demandantes de empleo en 2017 frente a los 3.588 varones (APM, 2017). Este desequilibrio, que puede estar relacionado con la mayor proporción de licenciadas que salen cada año de las universidades españolas, impide, sin embargo, hablar de una feminización de la profesión. En este ámbito de estudio, esta circunstancia se puede advertir al dibujar su evolución reciente (Figura 1), que demuestra que las mujeres han experimentado un crecimiento en el desempleo más pronunciado que el que manifiestan los hombres entre los años 2010 y 2012, momento en el que se concentraron más cierres de empresas periodísticas (Galletero-Campos, 2018).

⁶ Guzmán, V. (1996). La equidad de género en una nueva generación de políticas. *Encrucijadas del saber. Los estudios de género en las Ciencias Sociales*, 213-230. http://www.inmujeres.gub.uy/innovaportal/file/21656/1/19_guzman1998_genero_pols_pubs.pdf

⁷ Organización Mundial de la Salud (2002). "Integración de las perspectivas de género en la labor de la OMS". *Política de la OMS en materia de género*. www.who.int/gender/mainstreaming/ESPwhole.pdf

Figura 1: Evolución de periodistas demandantes de empleo en Castilla-La Mancha.

Fuente: Elaboración propia a partir de los Informes sobre la Profesión Periodística de la Asociación de la Prensa de Madrid (2017).

Una razón que señalaron tanto hombres (51%) como mujeres (81%) en el *Informe sobre la profesión Periodística 2006* de la Asociación de la Prensa de Madrid para explicar la desigualdad en los puestos directivos es la asimilación de una tradición masculina en los medios. En Castilla-La Mancha las directoras de periódicos han constituido una excepción. En el caso del ente público autonómico Castilla-La Mancha Media, en funcionamiento desde 2001, hubo que esperar hasta 2015 para que la dirección general pasara a manos de una mujer, la periodista Carmen Amores. Es posible que persista una cultura empresarial que ha estado históricamente protagonizada por hombres, relegando a la invisibilidad a un colectivo que no ha estado vinculado a la toma de decisiones y al liderazgo. Desde el entorno académico, es preciso promover una reflexión sobre el modo en el que transformar estas dinámicas desde las propias aulas, de tal manera que se trabajen competencias destinadas a promover un clima de igualdad de género en las organizaciones, entendido desde la transversalidad (Mimbrero, 2014). Precisamente, una de las cuestiones apuntadas en el estudio cualitativo de Rovetto (2013) acerca de las percepciones sobre desigualdades de género en el trabajo periodístico en Rosario, Argentina, es que no se detecta una renovación de pensamiento en las generaciones más jóvenes, porque en las carreras de Periodismo y Comunicación no se ha incorporado la perspectiva de género.

Metodología

Para conocer las condiciones laborales de las mujeres periodistas en Castilla-La Mancha se ha aplicado la metodología cuantitativa, cuyo instrumento de recogida de datos ha sido el cuestionario, dirigido a una muestra representativa de la población de periodistas formada por hombres y mujeres, con el fin de poder obtener métricas comparativas. El cuestionario estaba compuesto por un total de 39 preguntas, la mayoría cerradas, mientras que otras presentaban una estructura de escala ante determinadas afirmaciones (Likert,

1932), que ha permitido realizar un análisis univariable de diversos parámetros, estratificando por grupos diferenciados. Además, se han añadido algunas preguntas de respuesta abierta, con la intención de recoger el amplio abanico de rutinas que presentan los profesionales (número de piezas diarias que elaboran y número de horas reales de jornada laboral), y también para conocer, en sus propios términos, cuál es el discurso que mantienen sobre la conciliación (dificultades que encuentran y medidas que propondrían).

Para el diseño del cuestionario se han tomado como referencia los trabajos teóricos previos sobre los distintos sectores mediáticos en las cinco provincias, realizados en el marco de los tres proyectos obtenidos por el grupo de investigación MediaCom, dentro de la convocatoria de ayudas a grupos de investigación de la Universidad de Castilla-La Mancha. También se han utilizado los datos publicados en los diez últimos informes anuales sobre la profesión periodística de la Asociación de la Prensa de Madrid para conocer la evolución de la profesión. De igual modo, se ha recurrido a la investigación *Estudio de situación de las mujeres periodistas en Castilla-La Mancha: un colectivo emergente*, para tener un contexto de referencias (Prieto y Díaz, 2004), y se han incorporado algunos ítems del cuestionario aplicado en el proyecto internacional Worlds of Journalism Study (Hanitzsch, 2007), con el objetivo de indagar en los factores que influyen en el trabajo de este colectivo profesional.

La muestra de esta investigación está formada por 179 periodistas (N= 179), de los que 87 son hombres (48,6%) y 92 mujeres (51,4%). En total, están representadas 85 empresas de prensa, radio, televisión y cybermedios. De acuerdo a los objetivos del estudio, centrado en el ámbito de los medios de comunicación social, han quedado excluidos aquellos profesionales que desempeñan sus funciones en gabinetes o en el ámbito de la comunicación corporativa, institucional o política. Tampoco han sido objeto de estudio aquellas personas que, trabajando en medios de comunicación, no realizan tareas periodísticas, como comerciales, administrativos, fotógrafos, cámaras y personal técnico, entre otros.

La elección de la muestra se ha debido a razones de accesibilidad y oportunidad (Humanes y Roses, 2014), ya que este estudio es resultado del proyecto de investigación "Análisis de la situación sociolaboral de las mujeres periodistas en Castilla-La Mancha", financiado por el Instituto de la mujer de Castilla-La Mancha. Al no existir datos censales sobre el colectivo, la representatividad de la muestra queda avalada con los datos proporcionados por el Gobierno de Castilla-La Mancha. En la última convocatoria para optar a contratos publicitarios con la administración regional concurren 93 medios de comunicación y en ellos trabajan un total de 110 periodistas, tal y como consta en la documentación aportada por las mismas y remitida para este estudio por la Junta de Comunidades. Se trata, por tanto, de una muestra que comprende un nivel de respuestas que puede considerarse significativo.

En cuanto a la distribución geográfica de la muestra, un 16,8% desempeña sus funciones periodísticas en Toledo, un 15,6% lo hace en Cuenca, un 16,8% en Guadalajara y un 17,3% en Albacete. Por su parte, la provincia de Ciudad Real agrupa el 33,5% de las respuestas, algo que se fundamenta en que cuenta con un mayor número de medios de comunicación, de acuerdo al en el último censo elaborado por el Observatorio de Medios de Comunicación MediaCom (2017).

Figura 2: Distribución de la muestra.

Provincia	Número de personas	Porcentaje
Albacete	31	17,32%
Ciudad Real	60	33,52%
Cuenca	28	15,64%
Guadalajara	30	16,76%
Toledo	30	16,76%
Total	179	100%

Fuente: Elaboración propia.

La recogida de datos se llevó a cabo durante el mes de octubre de 2018, a través de un cuestionario online realizado mediante el software QuestionPro. Para la definición del marco muestral se tuvieron en cuenta las siguientes variables de clasificación sociológica y profesional: género, edad, nivel de estudios, situación laboral, función profesional, años de experiencia como periodista, tipo de medio público o privado y su número de trabajadores. Asimismo, para conformar el corpus de análisis se ha utilizado la técnica del muestreo no probabilístico en bola de nieve, originaria del estadístico Leo A. Goodman (1961), que permite la ampliación de la muestra partiendo de una inicial con un tamaño muy reducido.

En el análisis, al tratarse de variables categóricas, se ha utilizado el programa SPSS para trabajar los datos mediante un estadístico descriptivo que busca la relación entre factores, generando tablas de contingencia. De este modo, las pruebas de significación de Chi-cuadrado de Pearson han ayudado a determinar cómo de sólida es la dependencia entre las variables del estudio.

Resultados

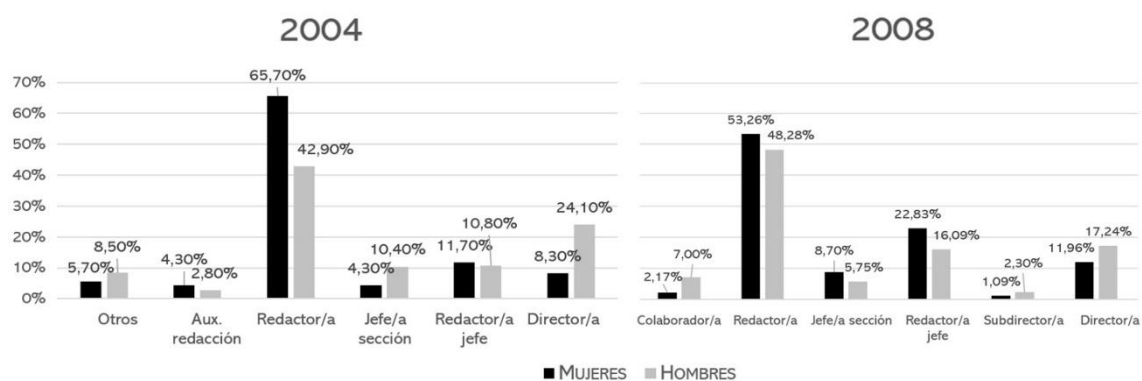
Perfil profesional de la periodista castellano-manchega

El perfil de la mujer periodista en Castilla-La Mancha es el de una profesional de entre 40 y 49 años (41,30%), frente al perfil mayoritario en los hombres, con edades comprendidas entre los 30 y 39 años (42,53%). La periodista castellano-manchega es graduada o licenciada en Periodismo o en carreras relacionadas con el área de Comunicación (70,65%), cuenta con estudios de postgrado (18,5% frente al 17,2% de los hombres), y trabaja en una empresa privada (71,74%). Más de la mitad son redactoras (53,26%), con más de 10 años de experiencia en el sector (39,13%), y mantienen un contrato indefinido (73,91%), frente al 13,04% de mujeres periodistas que trabajan por cuenta propia. Este dato contrasta con el 20,7% de los hombres periodistas autónomos. En cuanto a su labor diaria, la falta de especialización es común a ambos géneros: tres de cada cuatro periodistas reconocen trabajar en cualquier área temática indistintamente, sin identificarse con una sección concreta.

Al comparar la distribución porcentual en las distintas categorías profesionales que se producía en 2004 y la obtenida en 2018, se confirma que se han producido algunos avances en el acceso de las mujeres periodistas a puestos directivos. Según el estudio de Prieto y Díaz (2004), los hombres directores de medios suponían el 24,1% frente al 8,3% de mujeres que ocupaban este cargo. En 2018, las distancias se han acortado, con

un 11,9% de mujeres y un 17,2% de hombres que ostentan la dirección. Unido a ello, se aprecia un empoderamiento de la mujer periodista, que si en 2004 no se mostraba claramente interesada en ocupar un puesto de mayor responsabilidad (el 41,7% respondió que sí, el 41,3% que no y el 17% no se pronunció al respecto), en 2018 se muestra más partidaria de ascender (un 43,48% señala que sí y un 32,61% que no), aunque un elevado porcentaje (23,91%) ha indicado que "No sabe/No contesta".

Figura 3: Distribución porcentual en categorías profesionales.



Fuente: Elaboración propia.

Se intuye la prevalencia del techo de cristal en los medios castellanomanchegos ya que el porcentaje de mujeres en cargos intermedios de dirección (redactora jefe/jefatura de sección) alcanza el 31,5%, pero se queda en un 13% en el caso de los puestos más altos del escalafón (directora /subdirectora). Lo contrario sucede en el caso de los varones, que ocupan puestos intermedios en menor número (21,8%), pero superan a las mujeres en los cargos directivos (19,54%). Sin embargo, de acuerdo a las pruebas de significación estadística, no se puede hablar de diferencias tan notables como para confirmar de forma categórica que se produce este fenómeno.

Un dato relevante es que, al cruzar la categoría profesional con la edad, se confirma ($p=0,031$) que las mujeres que ocupan el puesto de jefatura de sección se reparten en tres rangos de edad - 30-39 años (25%), 40-49 años (50%) y 50 o más años (25%) – y, en cambio, los hombres que ocupan esa categoría corresponden a un perfil más joven (el 100% de ellos se sitúan entre los 30 y los 39 años). Esta tendencia, en la que cabe ahondar en investigaciones futuras, podría apuntar cierto estancamiento en la evolución profesional de las mujeres respecto a sus compañeros.

Los datos también confirman que el mercado de los medios locales está compuesto por empresas de un tamaño muy pequeño: un tercio del total de la muestra trabaja en empresas de menos de 5 trabajadores y más de la mitad en empresas que tienen menos de 10 trabajadores. Esta tipología condiciona y acota la escala profesional, lo que explica que puestos intermedios, como el de subdirección ($N=3$), no estén apenas presentes en la muestra. Al cruzar las categorías profesionales con los salarios, se puede deducir que donde se produce una asociación más fuerte entre el género y el salario obtenido es en la dirección y en la redacción, las dos categorías que registran un valor estadístico más alto (5,580 y 4,528 respectivamente), lo que marca diferencias respecto a otras categorías profesionales (subdirector=0,750; redactor jefe=1,809, jefe sección=2,940 y colaboración=0,514).

En todo el colectivo profesional, el rango salarial mayoritario es el situado entre los 1.000 y los 1.300 euros. No obstante, no hay que olvidar que en esta comunidad autónoma los salarios se encuentran por debajo de la media, según la Encuesta de Estructura Salarial del INE de 2016, que demuestra que los trabajadores de Castilla-La Mancha son los terceros de España con menor ganancia media, sólo superados a la baja por Extremadura y Canarias.

Condiciones de trabajo, grado de satisfacción y expectativas

Preguntados por la duración real de su jornada laboral, ambos colectivos afirman que oscila entre las ocho y diez horas diarias, mientras que el número de textos periodísticos que redactan al día se sitúa en torno a las ocho piezas informativas. El trabajo en el domicilio es más frecuente en los hombres, con un tercio de los encuestados que realiza el trabajo desde casa todos los días o con mucha frecuencia. En cambio, en las mujeres este grupo desciende al 28,26%.

También es sorprendente la escasa posibilidad de promoción que perciben ambos colectivos: el 58,46% de las mujeres que han respondido a esta pregunta (N=65) descartan esta opción, frente al 62,7% de los hombres (N=67). En relación, se perciben leves diferencias de género en las aspiraciones, especialmente en aquellos que han señalado que se sienten insatisfechos con su situación laboral actual, dado que el valor estadístico obtenido en las pruebas de asociación es más alto que los obtenidos con el resto de las variables ('Muy satisfecho/a'; 'Bastante satisfecho/a'; 'Satisfecho/a'; 'Poco satisfecho/a'). En este caso, son los hombres insatisfechos con su situación actual los que querrían ocupar en mayor número un puesto de mayor responsabilidad (80%), no tanto las mujeres (43%). Los niveles de satisfacción son mayores en el conjunto de periodistas que realizan la mayor parte del trabajo en el domicilio con mucha frecuencia (43,63% frente al 30,95% de los trabajan fuera de casa). Sin embargo, en aquellos que se declaran insatisfechos con su situación laboral no se aprecia una relación significativa con el ejercicio del teletrabajo ni tampoco con el género.

Conciliación

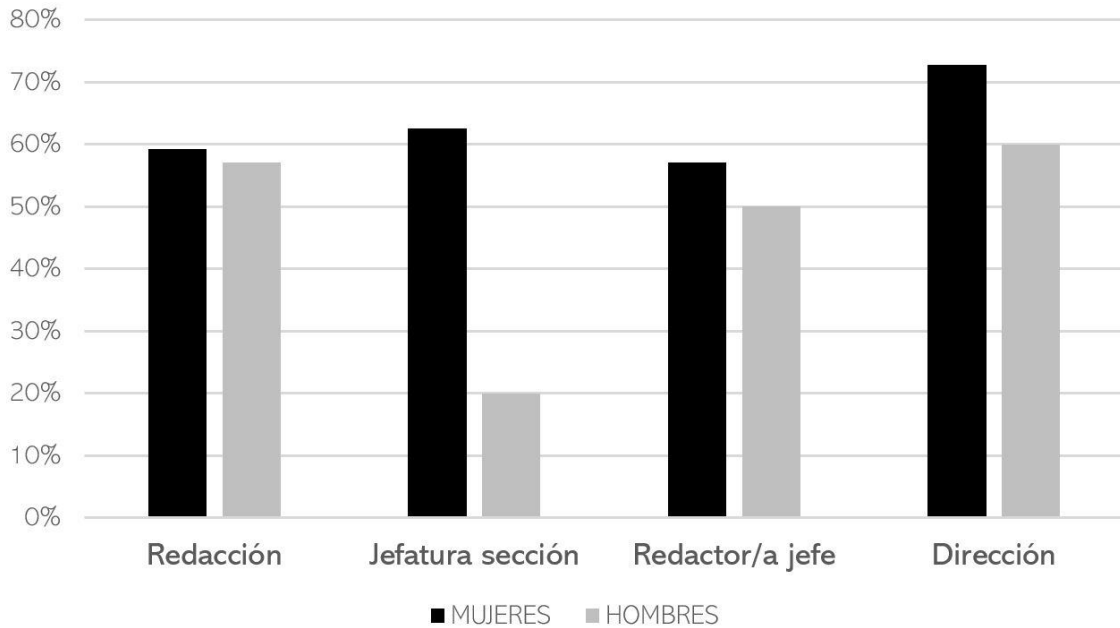
La literatura y el cine describen la profesión periodística con ciertos tintes románticos, retratando largas jornadas laborales pendientes de una llamada o redactando con celeridad las últimas noticias (Ufarte Ruiz, 2011: 52-63). Pero la realidad no se aleja mucho de la ficción. De hecho, García de Cortázar y García de León (2000) apuntan que el periodismo exige una especie de ascesis en lo que concierne a la dedicación, por lo que hay que renunciar a otras muchas cosas para desempeñar este trabajo. En la misma línea se pronuncian Canel, Rodríguez Andrés y Sánchez (2000: 24): "Las jornadas de trabajo se estiran hasta bien entrada la noche; las prisas y el estrés se han convertido en compañeros habituales del periodista y muchos confiesan que la profesión es tan sumamente absorbente que apenas deja tiempo para lo demás, como la propia familia y las amistades". Por su parte, Diezhandino, Bezunarte y Coca (1994), y León Gross (2005) también subrayan el carácter absorbente de la profesión.

Al hilo de estos planteamientos, destaca el desconocimiento del conjunto de la muestra acerca de las medidas relacionadas con la conciliación que existen en su empresa, con un porcentaje superior al 40% que señala la opción "No sabe/No contesta". Del resto de la muestra, un 21,23% asegura que no hay ninguna norma o medida al respecto. Solo el 37,43% explica algunas soluciones que ofrece su empresa, de las cuales la flexibilidad de horarios y la reducción de jornada junto al teletrabajo son las más populares. También, en algunos casos, la jornada intensiva o las ayudas sociales para trabajadores, por ejemplo, para material escolar, son opciones que se señalan. En la muestra hay quienes afirman, en pequeño número, que tienen la posibilidad de llevar puntualmente a sus hijos al trabajo. Sin embargo, las personas encuestadas señalan que, pese a que existe la posibilidad de reducción de jornada, esta suele ir acompañada de una reducción de sueldo al mismo tiempo. Como propuestas, de nuevo las demandas tienen que ver con la flexibilidad de horarios, el teletrabajo y con la aplicación de una jornada intensiva, a lo que se añaden los deseos de contratación de más personal para la plantilla, pues se asegura que al optar a las medidas que favorecen la conciliación se sobrecarga de trabajo a otros compañeros. También destaca la oferta de ayudas sociales o alternativas, como guarderías en el trabajo.

Por otro lado, los datos parecen confirmar que la conciliación preocupa más a las mujeres. Ellas consideran que tienen mayores dificultades: sólo un 38,04% declaran pocos o ningún problema mientras que los hombres que señalan esta respuesta suman un 47,12%. Además, se sienten más agraviadas por la maternidad: más de la mitad (51,09%) se muestra completamente de acuerdo o muy de acuerdo en que esta situación puede perjudicarle o le ha perjudicado en la trayectoria profesional. En el caso de los hombres, sólo un 18,4% han señalado estas dos opciones de la escala. Por su parte, el porcentaje de mujeres que afirma haber renunciado a la promoción laboral por dificultades en la conciliación es del 22,8%, 6,7 puntos por encima del porcentaje de hombres que respondieron de manera afirmativa (Figura 4).

A través de los cruces con distintas variables, como el hecho de trabajar en un medio público o privado o los años de experiencia, se indaga en cuáles son los factores que acentúan estas dificultades. La mayor diferencia entre hombres y mujeres se localiza en el colectivo de periodistas con una experiencia laboral entre 5 y 10 años ($p=0,05$), en contraste con otros rangos como "menos de 5 años" ($p=0,44$), "entre 10 y 20 años" ($p=0,26$) y "más de 20 años" ($p=0,35$). Otras variables como la titularidad del medio y el salario no arrojan diferencias significativas. Así, se puede aseverar que es en el conjunto de periodistas que se encuentran en los primeros estadios de su trayectoria profesional donde se produce una diferenciación más clara atribuible al género, a la hora de compatibilizar trabajo y vida privada.

En cuanto a los distintos estamentos de la escala profesional, el porcentaje de mujeres que señala dificultades es ligeramente mayor en todos los niveles, aunque la mayor diferencia se encuentra en puestos de coordinación intermedios, como puede ser la jefatura de sección. En este conjunto ($N=13$), el porcentaje de mujeres que perciben complicaciones es del 62,50% sobre el total; en el caso de los hombres, son apenas el 20%.

Figura 4: Porcentaje de periodistas con dificultades para conciliar

Fuente: Elaboración propia.

Influencias

Preguntados por los tres principales problemas del periodismo en esta comunidad autónoma, para el conjunto de la muestra las mayores preocupaciones están relacionadas con la mala retribución del trabajo (25,47% mujeres y 25,4% hombres), el aumento del paro y la precariedad (22,85% mujeres y 23,81% de hombres) y la falta de independencia en los medios (12,36% mujeres y 14,68% hombres). Las dos primeras cuestiones dan cuenta de la percepción sobre la calidad del empleo, mientras que la tercera tiene que ver con la dependencia de los ingresos publicitarios y las presiones políticas. La relevancia de esta cuestión está en sintonía con lo apuntado por la Asociación de Prensa de Madrid (2017), que plantea las presiones como uno de los problemas que más preocupan a los profesionales del país. Estudios previos sostienen que, debido a la influencia que ejercen los medios de comunicación en la sociedad, se genera de forma automática una necesidad de control de los contenidos por parte de aquellos que desean mantener una posición privilegiada (Murciano, 2004; Casero Ripollés, 2009; Soengas Pérez, Elías Pérez y López Cepeda, 2018).

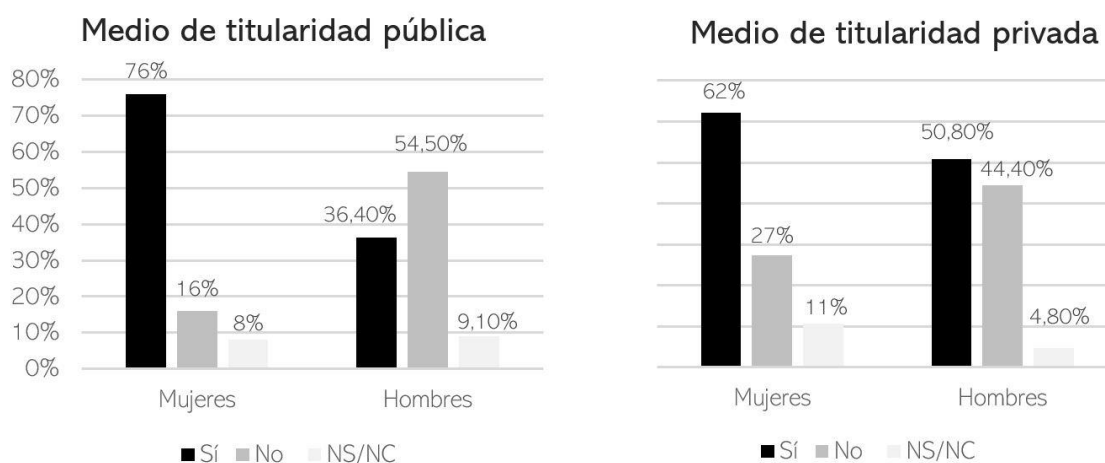
Por la pertinencia de obtener información sobre estas conductas, se incluyó en el cuestionario una pregunta sobre si se habían visto influenciados o condicionados a la hora de publicar y/o modificar la información. Además, se instaba a señalar las principales fuentes de influencia. Los resultados cuantitativos son determinantes al identificar diferencias de género a la hora de percibir las influencias. En términos generales, el 56,42% de la muestra declara haberse sentido influenciado o condicionado a la hora de publicar una información y apunta como principales fuentes de estas presiones la dirección del medio para el que trabaja (27,98%) y la clase política (25,23%). Sin embargo, las pruebas estadísticas confirman que la relación entre el género y la percepción de haber recibido influencias es significativa ($p=0,009$) en aquellas personas que realizan

de trabajo de coordinación o supervisan un área informativa. Esta diferenciación está, además, relacionada con distintos factores como la propiedad del medio o el cargo desempeñado. Así, las periodistas que trabajan para medios públicos se sienten más presionadas que los hombres, en mayor medida que en los medios de comunicación privados ($p=0,016$ para los primeros frente a $p=0,090$ de los segundos).

En los puestos de dirección ocurre algo similar: se percibe que las mujeres se sienten más influenciadas que los hombres cuando ocupan un cargo de responsabilidad en la dirección de un medio ($p=0,027$). El tamaño de la empresa es otro indicador: es en los medios más pequeños (de entre 1 a 5 trabajadores) donde se observan más diferencias entre mujeres y hombres, siendo de nuevo las primeras las que perciben mayores coacciones ($p=0,004$). Esta asociación también se produce en aquellas empresas de mayor tamaño de entre 50 y 100 trabajadores ($p=0,031$), no así en los tamaños intermedios (5-10 trabajadores: $p=,316$; 11-25 trabajadores: $p=0,675$ y 26-50 trabajadores: $p=0,614$). Otro dato relevante es que las mujeres se sienten más condicionadas que sus compañeros dentro del colectivo de los trabajadores autónomos ($N=30$), con una significación estadística de $p=0,039$.

Todo ello lleva a considerar que se produce una relación significativa entre el género y la percepción sobre las influencias, declarándose las mujeres más condicionadas en muchas de las variables estudiadas.

Figura 5: Periodistas que se han sentido condicionados al publicar una información.



Fuente: Elaboración propia.

Discusión y conclusiones

Como señalan Mimbreno, Pallarés y Cantera (2017), una debilidad de este enfoque metodológico es que no contempla el sujeto como parte de un sistema organizativo que interviene y se relaciona con sus percepciones. Cuestiones como la autorrepresentación o los modos de interacción entre hombres y mujeres precisarían un marco más amplio en el que se tuvieran en consideración las subjetividades. Sin embargo, un enfoque etnográfico o centrado en los valores y culturas de género en las redacciones de los medios requeriría de los antecedentes que aquí se presentan: una aproximación estructural exploratoria, enmarcada en la corriente de estudios que abordan los aspectos socioeconómicos de la profesión periodística. Los resultados ponen de relieve que es preciso seguir trabajando para lograr entornos laborales que permitan a

las mujeres cumplir sus expectativas laborales y eviten actitudes discriminatorias. Varias investigaciones internacionales (European Parliament, 2018⁸; International Women's Media Foundation, 2011⁹) suscriben esta necesidad.

La investigación realizada ha permitido alcanzar el objetivo planteado inicialmente: analizar la situación profesional y laboral de las mujeres periodistas en Castilla-La Mancha. La indagación empírica ha puesto en evidencia que, en términos de paridad, existe un equilibrio en el empleo en las 85 empresas de prensa, radio, televisión y cibermedios representadas en este estudio. Además, ha constatado que, incluso en un contexto de crisis y destrucción de empleo en el sector, se han producido avances respecto al estudio realizado en 2004 (Hipótesis 1). En la actualidad, hay un entorno favorable a la igualdad en Castilla-La Mancha, tanto por las exigencias legales en el mercado de trabajo, como por parte de las mujeres periodistas, que cuentan con la cualificación y la experiencia necesarias. Un 89,13% de las encuestadas tiene una titulación relacionada con el Periodismo o la Comunicación, y, de ellas, un 18,48% tiene nivel de máster; tres de cada cuatro llevan más de 10 años trabajando en el sector.

No obstante, cabe señalar que, aunque se están eliminando barreras de entrada al sector periodístico, continúa siendo limitada la posición de las mujeres dentro de la estructura organizativa. En términos porcentuales, sigue siendo menor la presencia de las mujeres en puestos de alta dirección (13,05% frente al 19,54%), aunque las pruebas de Chi-cuadrado no arrojan resultados concluyentes sobre la persistencia del techo de cristal y la brecha salarial, quedando la Hipótesis 2 validada sólo de manera parcial. Uno de los datos que sí revela el análisis estadístico es la relación entre la edad y el género en la categoría de jefe de sección, con un conjunto más envejecido en el caso de las mujeres, que podría ser indicativo de un parón en la promoción profesional hacia categorías superiores, un aspecto en el que cabe indagar en futuros trabajos.

La conciliación sigue siendo un escollo que preocupa más a las mujeres de este colectivo laboral, marcado por unas rutinas profesionales con alta disponibilidad y ausencia de horarios fijos. Ellas consideran que tener que compaginar responsabilidades familiares y laborales les perjudica más en su trayectoria profesional, localizándose las mayores desigualdades respecto a sus compañeros en la franja de entre 5 y 10 años de experiencia. La falta de propuestas para fomentar la flexibilidad en las empresas y el desconocimiento de las medidas de sus propias empresas son otros aspectos que salen a la luz en las respuestas.

Un hallazgo importante es que las desigualdades subyacen también en otros aspectos que pertenecen al ámbito interno de las redacciones, como la percepción de experimentar presiones o influencias en el ejercicio periodístico (Hipótesis 3). La confirmación de que, en efecto, se producen diferencias que siempre sitúan a las mujeres en una posición de desventaja es un indicador de que se debe trabajar desde la formación universitaria para fomentar la autoconfianza y superar esa asimilación de una tradición masculina en los medios a la que se alude en la introducción.

Este estudio de caso presenta una radiografía radicalmente diferente a la que puede existir en las grandes corporaciones de las urbes, pero que podría servir de indicador sobre la realidad mediática estructural fuera de los grandes focos empresariales del sector. En este sentido, en áreas rurales la tendencia podría ser similar en el seno de los medios locales. Por tanto, este primer diagnóstico cuantitativo sienta las bases para

⁸ European Parliament (2018). *Gender Equality in the Media Sector*. Bruselas: Parlamento Europeo. [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2018/596839/IPOL_STU\(2018\)596839_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2018/596839/IPOL_STU(2018)596839_EN.pdf)

⁹ International Women's Media Foundation (2011). *Global Report on the Status of Women in the News Media*. Washington, D.C.: District Creative Printing Inc. <https://www.iwmf.org/wp-content/uploads/2018/06/IWMF-Global-Report.pdf>

estudios posteriores que, a través de otras metodologías, profundicen en las situaciones de desventaja que puedan atribuirse al género, más allá de la mera presencia y de la posición que ocupan las mujeres en sus estructuras empresariales, pues éstas, siendo importantes y necesarias, no pueden ser consideradas en sí mismas como un factor de cambio.

Referencias bibliográficas

- Aldridge, M. & Evetts, J. (2003). Rethinking the concept of professionalism: The case of journalism. *British Journal of Sociology*, 54, 547-64.
- Aguilera-Izquierdo, R. (2007). Los derechos de conciliación de la vida personal, familiar y laboral en la Ley Orgánica para la igualdad efectiva de hombres y mujeres. *Revista del Ministerio de Trabajo e Inmigración*, 2, 69-119.
- Antequera, M. (2005). *El papel de la mujer en la dirección y gestión de las empresas informativas en España a principio del siglo XXI: un análisis prospectivo*. Tesis Doctoral. Universidad Complutense de Madrid.
- Arenal, M. (1971). *La ley de prensa a debate*. Barcelona: Plaza y Janés.
- Armijo-Garrido, L. (2018). Las políticas de conciliación de la vida profesional y laboral en España y sus avances en la equidad de género. *Revista interdisciplinaria de Estudios de Género en el Colegio de México*, 4. <https://estudiosdegenero.colmex.mx/index.php/eg/article/view/183/157>
- Asociación de la Prensa de Madrid (2017). *Informe Anual de la Profesión Periodística*. Vol. 2008-2017. <https://www.apmadrid.es/publicaciones/informe-anual-de-la-profesion/>
- Asociación de Medios de Información (2017). *Libro blanco de la Información 2017*. Madrid: Ami.
- Alfama, E.; Cruells, M. & De la Fuente, M. (2014). Medir la igualdad de género. Debates y reflexiones a partir de una propuesta de indicadores clave. *Athenea Digital*, 14 (4), 209-235.
- Blanco, E. (2005). Mujeres y poder en los medios: Dificultades para una incorporación plena. *Informe Anual de la Profesión Periodística*, 99-105.
- Bustelo-Ruesta, M. (2001). *La evaluación de las políticas públicas de igualdad de género de los gobiernos central y autonómicos en España: 1995-1999*. Tesis doctoral. Universidad Complutense de Madrid.
- Camacho, K. (2013). *Análisis de la integración de la perspectiva de género en las agendas y políticas digitales de Latinoamérica y el Caribe*. Chile: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). <https://www.cepal.org/es/publicaciones/4080-analisis-la-integracion-la-perspectiva-genero-agendas-politicas-digitales>
- Canel, M. J.; Rodríguez Andrés, R. & Sánchez, J. J. (2000). *Periodistas al descubierto. Retrato de los profesionales de la información*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Caro González, F. (2012). La satisfacción de las necesidades informativas de las mujeres. Análisis de la Empresa Periodística desde la Perspectiva de Género (Sanimuei). 2007- 2011. *Memoria de investigación Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla*. <https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/30862>
- Caro González, F.J. & García Gordillo, M. M. (2012). La presencia de las mujeres en las asociaciones de la profesión periodística en España. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 18(2), 689-701.

- Caro González, F.; García Gordillo, M. M.; Rodríguez Rad, C.J. & Jiménez Marín, G. (2007). Techo de cristal en las empresas periodísticas: percepción de las habilidades y capacidades de la mujer en las tareas de dirección. *Ámbitos*, 16, 395-407.
- Carr-Saunders, A.M. & Wilson, P.A. (1933). *The professions*. Great Britain: Oxford University Press.
- Casero Ripollés, A. (2009). El control político de la información periodística, *Revista Latina de Comunicación Social*, 64, 354-366.
- Cebrián, J. L. (1997). *Cartas a un joven periodista*. Madrid: Aguilar.
- Chinchilla, N.; Poelmans, S. & León, C. (2005). Mujeres directivas bajo el techo de cristal. In: C. León & N. Chinchilla (Eds.) *Directivas en la empresa: criterios de decisión y valores femeninos en la empresa*. Barcelona: IESE Publishing. <https://www.valencia.edu/csif/Mujeres%20directivas.doc>
- Costa, C. & Túniz, M. (2009). La mujer en los gabinetes de la administración pública gallega. In R. Pérez-Amat, S. Núñez & A. García (Coords.), *Identidad, género y comunicación corporativa* (pp. 777-787). Madrid: Fragua.
- Cremades, J. (1993). *Sobre el acceso a la profesión periodística*. *Revista Federación Asociaciones de la Prensa de España* (FAPE), 1, p. 4.
- Criado, E. (2012). *Mujeres sin poder en los medios de comunicación*. Trabajo Final de Máster. Universitat Jaume I.
- Cuadrado, I. & Morales, J. F. (2007). Algunas claves sobre el techo de cristal en las organizaciones. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 23 (2), 183-202.
- De Miguel, R.; Hanitzsch, T.; Parratt, S. & Berganza, R. (2017). Mujeres periodistas en España: Análisis de las características sociodemográficas y de la brecha de género. *El profesional de la información*, 26, (3), 497-506.
- Diezhandino, M. P.; Bezunartea, O. & Coca, C. (1994). *La élite de los periodistas*. Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.
- Galletero-Campos, B. (2018). Castilla-La Mancha, paradigma de la crisis del periodismo: de los viejos magnates a los nuevos micromedios. *Ámbitos*, 43, 19-31.
- García de Cortázar, M. & García de León, M. (2000). *Profesionales del periodismo. Hombres y mujeres en los medios de comunicación*. Madrid: CIS.
- García-Garrido, M. L. (2017). *La incidencia de la crisis en la mujer periodista en la empresa informativa (2008-2013)*. Tesis doctoral. Universidad Complutense de Madrid.
- García Saiz, L. (2018). Análisis de la situación laboral de las periodistas españolas. *Cuestiones de género: de la igualdad y la diferencia*, 13, 7-27.
- Goodman, L. A. (1961). Snowball Sampling. *The Annals of Mathematical Statistics*, 32(1), 148-170.
- Greenwood, E. (1957). Attributes of a Profession. *Social Work*, 2(3), 45-55.
- Hanitzsch, T. (2007). Deconstructing journalism culture: Toward a universal theory. *Communication theory*, 17 (4), 367-385.
- Hanitzsch, T. & Hanusch, F. (2012): Does Gender Determinate Journalists' Professional Views? A Reassessment Based on Cross-National Evidence. *European Journal of Communication* (27), 257-277.
- Henningham, J. (1979). Journalists and Professionalisation. *Australian Journalism Review*, 2 (1), 15-20.

- Humanes, M. L. (2007). La investigación sobre la profesión periodística en España. *Sphera Pública: revista de ciencias sociales y de la comunicación*, 1, 173-194.
- Humanes, M. L. & Roses, S. (2014). Valoración de los estudiantes sobre la enseñanza del Periodismo en España. *Comunicar*, 21 (42), 181-188.
- León Gross, T. (2005). *El periodismo débil*. Madrid: Almuzara.
- Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitude. *Archives of Psychology*, 140, 5-55.
- Lombardo, E. & León, M. (2014). Políticas de igualdad de género y sociales en España: origen, desarrollo y desmantelamiento en un contexto de crisis económica. *Investigaciones feministas*, 5, 13-35.
- Martín Llaguno, M. (2007). La mujer en la industria publicitaria. La segregación vertical en la comunicación comercial: techo de cristal y suelo pegajoso. *Zer. Revista de Estudios de Comunicación*, 12 (22) 429-452.
- Martínez Albertos, J. L. (1989). *El lenguaje periodístico*. Madrid: Paraninfo.
- Martini, S. y Luchessi, L. (2002). *Los que hacen la noticia. Periodismo, información y poder*. Buenos Aires: Biblos.
- Mimbrero, C. (2014): *Nuevo modelo diagnóstico de la Cultura de género en la administración local y en el tercer sector de acción local*. Tesis doctoral. Universidad de Sevilla.
- Mimbrero, C.; Pallarés, S. & Cantera, L.M. (2017). Competencias de igualdad de género: capacitación para la equidad entre mujeres y hombres en las organizaciones. *Athenea Digital*, 17, 256-286.
- Murciano, M. (2004). Poder económico e influencia social: los retos de la concentración mediática para la democracia. *Doxa*, 2, 41-51.
- Paleo, N. y Alonso, A. (2014). ¿Es solo una cuestión de austeridad? Crisis económica y políticas de género en España, *Investigaciones feministas*, 5, 36-68.
- Papí Gálvez, N. (2007). ¿Maternidad y periodismo? La conciliación de la vida familiar y laboral en la prensa diaria valenciana. *Comunicación e xénero: actas do Foro internacional*, 391-413.
- Prieto, M. J. y Díaz, C. (2004). *Estudio de situación de las mujeres periodistas en Castilla-La Mancha: un colectivo emergente*. Ciudad Real: Asociación de la Prensa de Ciudad Real.
- Ramos Fernández, L. F. (1998). *La profesión periodística en España: Estatuto Jurídico y Deontología profesional*. Pontevedra: Diputación de Pontevedra.
- Rivero Santamarina, D. & Meso Ayerdi, K. (2014). Infrarrepresentación de las mujeres en el mercado laboral periodístico: análisis de las causas. *Trípodos*, 35, 95-115.
- Rivero Santamarina, D.; Meso Ayerdi, K. & Peña Fernández, S. (2015). La feminización de los estudios de Periodismo: análisis del caso español. *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, 566-583.
- Roses, S. (2011). Estructura salarial de los periodistas en España durante la crisis. *Revista Latina de Comunicación Social*, 66, 1-32.
- Rovetto, F. (2013). Percepciones sobre desigualdades de género en el trabajo periodístico. *Global Media Journal México*, 10 (20), 54-73.
- Sarrió, M.; Barbera, E.; Ramos, A. y Candela, C. (2002). El techo de cristal en la promoción profesional de las mujeres. *Revista de Psicología Social*, 17, 167-182.
- Soengas Pérez, X.; Elías Pérez, C. y López Cepeda, A. M. (2018). El tratamiento de la información política e institucional en TVE. *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, 1072- 1089.

- Soriano, J. (2005). La incorporación de la mujer a la profesión periodística en España: Crítica a la hipótesis de la feminización. *Revista F@ro*, 2, 353-368.
- Soloski, J. (1989). News reporting and professionalism: Some constraints on the reporting of the news. *Media. Culture & Society*, 11, 207-228.
- Tumber, H. y Prentoulis, M. (2005). *Journalism and the making of a profession*. In: H. de Burgh (Ed.), *Making journalists* (58-73). London and New York: Routledge.
- Tumber, H. (2008). *Journalism*. Londres: Routledge.
- Tunstall, J. (1973). Journalism as an occupation. A comparison with the legal and medical professions. *The Médico-Legal Journal*, 1, 87-101.
- Ufarte Ruiz, M. J. (2011). *El periodista acosado: Entre la precariedad laboral y el mobbing. Un estudio de caso: La precariedad laboral de los periodistas almerienses en la prensa escrita*. Tesis doctoral: Universidad de Sevilla.
- Ufarte Ruiz, M. J. (2012). Las mujeres periodistas en los puestos de dirección: el techo de cristal en la prensa escrita. *Actas del I Congreso Internacional de Comunicación y Género*, 678-689. <https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/38273>
- Van Zoonen, L. (1998). A professional, unreliable, heroic marionette (M/F): Structure, agency and subjectivity in contemporary journalisms. *European Journal of Cultural Studies*, 1, 3-32.
- Vaughan, J. C. C. (2012). Profesionalismo en el Periodismo: una revisión conceptual. *Revista Iberoamericana de Comunicación*, 22, 11-24.
- Waisbord, S. (2013). *Reinventing Professionalism*. Cambridge: Polity Press.

Submitted: 14th December 2018

Accepted: 30th May 2019

How to quote this article:

Galletero-Campos, B., Ufarte-Ruiz, M.J.U., López-Cepeda, A.M., Martínez-Pérez, E. (2019). Análisis de asimetrías de género en el colectivo profesional de periodistas en Castilla-La Mancha. *Observatorio*, 13(3), 1-19.