

La pseudofeminización de la profesión periodística en España

(The "Pseudofeminisation" of the journalistic profession in Spain)

Jaume Soriano¹, Maria José Cantón² y Mercè Díez³

Recibido el 19 de enero de 2004, aprobado el 7 de junio de 2005

Resumen

Este artículo se basa en parte del material obtenido en una investigación realizada para el Col·legi de Periodistes de Catalunya. Tras un examen de los datos sobre la inserción laboral de la mujer en el periodismo español, se enfrenta a la hipótesis dominante de la feminización de la profesión y defiende que debe hablarse más bien de una pseudofeminización. Dichos datos revelan que a) las mujeres tienen una alta tasa de abandonos de la profesión, b) ocupan cargos de escasa responsabilidad, c) tienen mayor presencia en sectores considerados periféricos o de escasa influencia social y d) sus trayectorias profesionales están marcadas por los cambios hacia espacios profesionales menos visibles pero más compatibles con la vida privada.

Palabras clave: Pseudofeminización. Profesión periodística. Desigualdad laboral. Sociología. Entrevistas en profundidad.

¹ Profesor lector en el Departamento de Periodismo y Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona.

² Periodista e investigadora en el Departamento de Periodismo y Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona.

³ Profesora lectora en el Departamento de Periodismo y Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona.

Abstract:

This article proposes the idea of the “Pseudofeminisation” of journalism in Spain in opposition to the hypothesis of Feminisation. Feminisation has been a dominant idea in the sociology of news in Spain for explaining the role of women journalists over the last fifteen years. Instead, research carried out by the authors for the Col·legi de Periodistes de Catalunya demonstrates the weakness of this hypothesis because: a) a lot of women leave journalism before their forties; b) their job in the newsroom generally involves less responsibility than the staff positions; c) there are a lot of women working in communication sectors with lower social influence or that are peripheral; and d) their professional careers lead them to occupy positions that are less visible but much more compatible with their private life.

Keywords: Pseudofeminisation. Journalistic profession. Labour inequality. Sociology. In-depth interviews.

Laburpena

Artikulu hau Col·legi de Periodistes de Catalunya delakoarentzat egindako ikerketa baten materialean oinarritzen da. Emakumea Espainiako kazetaritza-ren lanean nola sartzen den aztertu ondoren, lanbidearen feminizazioaren hipotesi nagusiari aurre egiten dio, eta pseudo-feminizazioaz hitz egitea hobe dela defendatzen du. Datu horien arabera a) emakume askok lanbidetik alde egiten dute, b) erantzukizun eskaseko lanpostuak betetzen dituzte, c) periferikotzat hartzen diren sektoreetan presentzia handiagoa dute eta d) haien lanbide-ibilbideetan hain ikusgarria ez baina bizitza pribatuarekin bateragarriagoak diren lanbide-esparruetarako aldaketak egiten dituzte.

Giltz-hitzak: Pseudofeminizazioa. Kazetariaren lanbidea. Lan desberdintasuna. Soziologia. Elkarrizketa sakonak.

0. Introducción

Desde principios de la década de los años noventa han proliferado en España los trabajos interesados en profundizar en el conocimiento de la estructura y dinámica de la profesión periodística. Estas aportaciones, de carácter empírico principalmente, han sentado las bases para la consolidación de una sociología de la profesión periodística en nuestro país. El desarrollo de este ámbito de investigación está muy vinculado a las instituciones que han apoyado o financiado dichas investigaciones. Las asociaciones de la prensa, los colegios profesionales, los sindicatos o diversos institutos y centros públicos (como el Centro de Investigaciones Sociológicas o el Instituto de la Mujer) han ejercido de patrocinadores para la realización y difusión posterior de investigaciones sobre el perfil de los periodistas y sus prácticas en España. Este apadrinamiento ha primado la búsqueda de resultados medibles sobre cómo son y cómo trabajan los periodistas españoles para desarrollar políticas de gestión de las corporaciones profesionales o para diseñar estrategias de negociación entre los actores sociales y los medios de comunicación acerca de los contenidos de los medios. Una característica común de estas investigaciones es que se han hecho desde perspectivas cuantitativas y especialmente mediante encuestas entre los periodistas.

A partir de estos trabajos se han podido confirmar algunas impresiones acerca de las características del colectivo, como por ejemplo su juventud (la media de edad es de unos 34 años), o que casi un 93% tienen formación superior (Canel *et al.*, 2000). También han sido objeto de un especial interés el reconocimiento de una identidad profesional a partir del estilo de vida de los periodistas (Ortega y Humanes, 2000), la ideología dominante en la profesión (Canel *et al.*, 2000; García de Cortázar, 2000) y sus condiciones de trabajo, roles y actitudes (Bezunartea, 2003; Humanes, 2003). Paralelamente, las investigaciones realizadas desde la perspectiva feminista han sido una de las líneas de trabajo más firmes a lo largo de los años noventa dentro de este ámbito de estudio. En realidad, la mayoría de proyectos de investigación realizados en sociología de la profesión periodística son sensibles a esta perspectiva e incluso algunos incorporan apartados sobre la conciliación de la vida profesional

y la vida privada (un tema que hasta hace pocos años no había alcanzado la categoría de problema de investigación fuera de los círculos feministas) o hacen valoraciones en sus conclusiones acerca del papel de la mujer en el ejercicio del periodismo.

La perspectiva feminista fue la primera en poner de relieve el proceso de feminización del colectivo profesional. La noción de hipótesis de la feminización que desarrollaremos a continuación pretende describir cómo diversos trabajos comparten la idea de la feminización del periodismo para referirse no sólo a la mayor presencia de las mujeres en las redacciones sino también para explicar cambios registrados en el tratamiento periodístico de la información en general.

1. La hipótesis de la feminización

Muchos trabajos de investigación en el campo de la sociología de la profesión periodística se encuentran dentro de lo que hemos dado en identificar como defensores de la hipótesis de la feminización. La afirmación sobre la que se sustenta dicha hipótesis consiste en que la progresiva incorporación de mujeres a la profesión transformará profundamente la estructura socio-demográfica del colectivo. Esta transformación, continúa el razonamiento, tendrá consecuencias en las prácticas profesionales y en los contenidos de los medios de comunicación⁴.

Tabla 1. Evolución de la proporción de periodistas en Cataluña en función del sexo

sexo	1992	1996	2000	2004
Hombres	70,1	65	68,2	62,9
Mujeres	29,9	35	31,8	37,1

Fuente: Radiografía prèvia al Llibre Blanc de la professió periodística

⁴ Para Limor y Lavie (2002) el concepto de feminización se limita a expresar la presencia de mujeres en los medios. Estos autores describen dos posiciones diferenciadas a la hora de considerar la feminización en el periodismo como algo más que una transformación cuantitativa. La primera considera que, efectivamente, a medida que las mujeres dejan de ser minoría en los medios de comunicación, esto precipitará los cambios en los contenidos que serán una expresión de nuevas perspectivas de género. En el segundo caso, se sostiene que la mayor presencia de mujeres no producirá efectos en los contenidos porque los criterios de noticiabilidad no tienen sexo.

Entendemos que este planteamiento defiende inicialmente la existencia de un proceso de transformación del perfil de los periodistas españoles gracias a la incorporación de las mujeres a las redacciones de los medios de comunicación. En este sentido, la feminización se sostiene sobre la base de que la proporción de mujeres en dichas redacciones ha aumentado notablemente a lo largo de los últimos diez años. Los datos más recientes indican que alrededor del 34% de los periodistas españoles son mujeres (Canel *et al.* 2000), la encuesta realizada en el 2003 por el *Col·legi de Periodistes para el Llibre Blanc* de la profesión eleva el porcentaje al 37% en Cataluña (Soriano *et al.*, 2004) (ver tabla 1). Los trabajos realizados durante la segunda mitad de la década de los noventa en otros países muestran cifras diversas de la presencia de mujeres periodistas. En la misma línea que España se sitúan países como los Estados Unidos (34%), Australia, China y Hungría (33%). Por debajo de este porcentaje se encuentran Canadá (28%), el Reino Unido, Ecuador y México (los tres con un 25%), Argelia (24%) o Corea (14%). Sin embargo, los más avanzados en la incorporación de las mujeres a los medios son, por orden creciente: Taiwán (38%), Chile e Israel (40%), Alemania (41%), Brasil (42%), Nueva Zelanda (45%) y, especialmente, Finlandia, donde prácticamente se puede hablar de paridad en la profesión (49%) (Weaver, 1998) (ver tabla 2).

Tabla 2. Proporción de mujeres periodistas en el mundo (mediados de la década de los noventa)

	Mujeres	Hombres
EE.UU.	34%	66%
Australia	33%	67%
Corea	14%	86%
Taiwan	38%	62%
Israel	40%	60%
Chile	40%	60%
Brasil	42%	58%
Reino Unido	25%	75%
Finlandia	49%	51%

Fuente: David Weaver y elaboración propia

Los argumentos que apoyan la hipótesis de la feminización son básicamente dos. En primer lugar, un vistazo a las estadísticas de la EPA (Encuesta de Población Activa) permite observar cómo ha crecido en el conjunto de España la tasa de empleo femenino frente al masculino. En un contexto de feminización general de los sectores económicos secundario y terciario del mercado de trabajo, y especialmente en el de los profesionales cualificados, resultaría absurdo pensar que la profesión periodística permanecería al margen⁵.

En segundo lugar, una mirada a las aulas universitarias en las que se imparten materias relacionadas con la práctica del periodismo revela la desproporción entre hombres y mujeres, favorable a estas últimas. Por poner dos ejemplos representativos en Cataluña, el volumen de mujeres matriculadas en las licenciaturas de comunicación en el curso 2003-2004 en el principal centro público (Universidad Autónoma de Barcelona) fue del 71%, y del 64 % en el principal centro privado (Universidad Ramon Llull) (ver tabla 3). Esto en un contexto en el que el volumen de periodistas con estudios superiores en periodismo, publicidad o comunicación audiovisual supera el 80% del colectivo, por lo que cabría suponer que el desequilibrio favorable a las mujeres de las aulas debería trasladarse también al terreno profesional.

Tabla 3. Evolución de la proporción de estudiantes de comunicación por sexos en la Universidad Autónoma de Barcelona y en la Universidad Ramon Llull

		1995-96		2000-01		2003-04	
UAB	Hombres	1.078	34,12%	773	30,73%	728	28,67%
	Mujeres	2.081	65,88%	1.742	69,27%	1.811	71,33%
URL*	Hombres	254	37,52%	584	37,63%	548	35,60%
	Mujeres	423	62,48%	968	62,37%	991	64,40%

*Durante el primer período sólo se impartía primer ciclo.

Fuente: Radiografía prèvia al Llibre Blanc de la professió periodística

⁵ La tasa de empleo femenino en España creció 1,9 puntos en el 2003, mientras que la de empleo masculino apenas lo hizo en medio punto. Continúa así el proceso de convergencia que se inició hace tres ejercicios, aunque siguen estando muy alejadas. En 1999, esa distancia era de 30,9 puntos a favor de los varones, y en 2003, de 27,7 puntos (Consejo Económico y Social, 2004).

Todo ello ha propiciado una corriente de opinión favorable a reconocer como un hecho la feminización en el periodismo. Sobre esta base, la investigación durante la década de los noventa se orientó a describir las discriminaciones que se derivaban de la incorporación de las mujeres a las redacciones. Los salarios de las mujeres, por ejemplo, como en otros sectores económicos, son inferiores a los de los hombres (García de Cortázar y García de León, 2000; Rodríguez, 2002: 493). De acuerdo con las diversas encuestas encargadas por el Col·legi de Periodistes de Catalunya, los salarios de las mujeres se sitúan en las escalas más bajas. En las encuestas de 1996 y 2000 se llegaba a cuantificar en más de 6.000€ anuales la diferencia entre los sueldos de hombres y mujeres. La discriminación también se localiza en términos de promoción en la profesión. El desigual desarrollo de las carreras profesionales de las mujeres periodistas en comparación con los hombres conduce a situaciones de discriminación en los cargos de responsabilidad. De acuerdo con los datos de 129 diarios editados en diversas comunidades autónomas españolas, tan sólo el 14% de los puestos directivos están ocupados por mujeres (Menéndez, 2003). López Díez (2004) describe con datos de finales de los noventa una situación ligeramente diferente en los medios audiovisuales. Por ejemplo, excepto en Telemadrid, en donde hay un 42% de directivas, en otras televisiones autonómicas, como Euskal Telebista, Canal Nou y Canal Sur, el porcentaje de mujeres que ocupan puestos de dirección es del 12% de media, aunque el porcentaje de mujeres profesionales en estos tres canales autonómicos alcanza la cifra de 55%, 50% y 34%, respectivamente (ver Tabla 4). En las emisoras de radio se observa la misma tendencia: a pesar de ser un medio con muchas trabajadoras en puestos relacionados con la información, la presencia de las mujeres en los puestos directivos es aún más escasa. Así, en la Cadena COPE, de un total de 54 directivos, sólo 5 son mujeres, es decir, el 9%. La misma cifra la encontramos en la Cadena SER, en donde a pesar de tener un 43% de mujeres en las redacciones, de los 74 directivos solamente 7 son mujeres, un 9,4%. En Radio Nacional de España de un total de 57 directivos, 11 son mujeres, el 19% (López Díez, 2004). Esta situación ha sido descrita como un “techo de cristal” (Gallego y del Río, 1994; López Díez, 2004) ante las aspiraciones de ascenso de las mujeres periodistas.

Tabla 4. Personal de dirección y empleado por género y categorías profesionales en televisiones autonómicas españolas

	Telemadrid			Canal Sur			Euskal Telebista			Canal Nou		
	H	M		H	M		H	M		H	M	
		nº	%		nº	%		nº	%		nº	%
Consejo de Administración	10	3	23	12	3	20	-	2	13.3	8	3	27
Directivos directivas	14	10	41.7	32	3	8.6	13	5	13.15	23	4	15
Profesionales	152	126	45.32	180	92	33.8	33	75	55	73	72	50
Otros profesionales de la información	227	151	17.2	286	134	32	61	-	-	151	21	12.2
Administrativos administrativas	44	65	60.5	66	31	32	1	26	96.3	17	43	71.7
No relacionados con la información	60	50	45.54	217	102	32	308	90	22.6	196	69	26
<i>Total</i>	<i>497</i>	<i>402</i>	<i>44.7</i>	<i>793</i>	<i>365</i>	<i>31.5</i>	<i>416</i>	<i>198</i>	<i>32.2</i>	<i>468</i>	<i>212</i>	<i>31.2</i>

Fuente: Instituto de la Mujer-ASEP, Pilar López

Un paso más en esta línea suponen los trabajos realizados en el norte de Europa acerca de la configuración del periodismo como una construcción masculina, donde hay una cultura dominante que está definida por valores masculinos (Van Zoonen, 1994; Melin-Higgins, 2001). De acuerdo con esta perspectiva, cuando una mujer decide dedicarse al periodismo ha de pasar por una segunda socialización con el fin de interiorizar los valores masculinos dominantes. Melin-Higgins define tres modelos de actuación de las mujeres ante dicha cultura dominante: el primero consiste en no cuestionar el orden establecido y dejarse llevar por la inercia cultural que deposita a las mujeres en áreas profesionales de “informaciones blandas” (Tuchman, 1983); el segundo es el que adoptan aquellas periodistas que quieren ser “una de ellos”, que aceptan las reglas de juego y se integran en un mundo periodístico donde domina el prestigio masculino; el tercer modelo es el de ser “una de ellas”, en el que se cuestiona la cultura masculina dominante y se intenta feminizar.

Desde la hipótesis de la feminización del periodismo también se han desarrollado líneas de trabajo recientes que estudian las consecuencias en los contenidos de una mayor presencia de las mujeres en las redacciones. Zillakus-Tikkanen (en Djerf-Pierre y Löfgren-Nilsson, 2001) apunta siete aspectos con los cuales se puede identificar este proceso: prioridad a las noticias blandas, contextualizar las noticias y observarlas

como procesos, no como hechos aislados; destacar las causas y las consecuencias de los acontecimientos; subjetividad e implicación; trabajo en equipo; implicar la vida personal en el periodismo en lugar de prolongar la vida laboral en los espacios de vida privada; y experimentar con nuevas formas y contenidos traspasando las fronteras de los géneros tradicionales. Erik Neveu (2000), por su parte, trata del *approche gendered* para explicar como la progresiva feminización de la profesión conduce a una mayor comprensión de la realidad sobre la que se informa. Este autor parte de la idea del *femenin-comprendisif*, que se considera como un intento de esclarecer la realidad a partir de las experiencias de la vida cotidiana, en las que la capacidad de empatía y de reflexión juegan un papel fundamental. Este posible periodismo femenino no es un estilo de escritura, sino un enfoque diferente al habitual en la aproximación y tratamiento periodísticos de cualquier hecho social. Neveu ha observado este estilo en una parte de las periodistas francesas y se caracterizaría por un mayor espacio dedicado a los reportajes sobre la vida cotidiana, en el uso de un tono menos tolerante hacia las autoridades, y en un uso más común del factor psicológico para la interpretación de la realidad (especialmente en el periodismo político). Neveu describe una feminización periodística en el crecimiento de la información blanda, formas de cobertura informativas más contextualizadoras y más temas sobre la vida cotidiana.

2. La falsación de la hipótesis. El caso catalán

Lo escrito hasta ahora nos sirve para entender el alcance que se ha dado al concepto de feminización en el periodismo. Un examen detallado de datos más recientes y el cruce con otras variables desmienten esta tendencia en Cataluña, una de las zonas más significativas tanto cuantitativa como cualitativamente para el conjunto de la profesión en España. Las diversas encuestas realizadas a lo largo de la década de los noventa por parte del Col·legi de Periodistes de Catalunya, así como el reciente trabajo para la elaboración del *Llibre Blanc de la Professi6 Periodística a Catalunya* nos servirán de base para falsar la hipótesis de la feminización.

Las estadísticas iniciadas en 1992 por el Col·legi de Periodistes de Catalunya indican que un 70% de los periodistas catalanes eran hombres

y un 30% eran mujeres, una proporción de mujeres ciertamente alta si se compara con las cifras del 17% en 1990 o 1994 mencionadas por diversos trabajos citados anteriormente para el conjunto del estado. Algunos estudios cuyo trabajo de campo fue realizado más recientemente, en 1997 (Canel *et al.* 2000), arrojan valores del 25%, todavía por debajo de los conocidos en Cataluña a principios de la década. El resto de encuestas de la serie efectuadas por el Col·legi en Cataluña, en los años 1996, 2000 y 2004, presentan porcentajes del 35%, 32% y el 37%, respectivamente. A partir de estos datos no se puede concluir que se haya producido un progresivo “proceso de feminización” del colectivo.

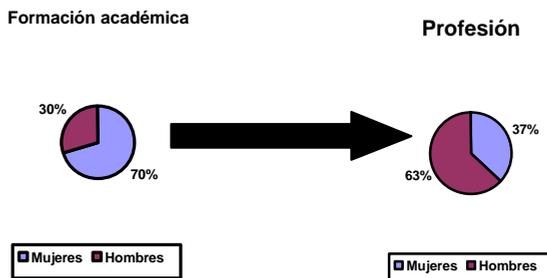
Este estancamiento no tiene correlación con descensos en los niveles de matriculación en las universidades. Esto es, la cantera donde se forman los futuros periodistas no ha dejado de licenciar cada año a muchas más mujeres que hombres. Tampoco los datos de matriculación de mujeres en centros universitarios que imparten carreras de periodismo u otras licenciaturas sobre comunicación parecen indicar un descenso de la presencia de las mujeres. Esta circunstancia debería haber tenido ya efectos en el perfil del colectivo, por lo menos en Cataluña. A principios de la década de los noventa se rompe el monopolio de la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB) y nuevos centros universitarios amplían la oferta de estudios de periodismo. Ya entonces el porcentaje de mujeres estudiantes era superior al de los hombres. En el curso 1995-1996 el volumen de mujeres entre el alumnado de las licenciaturas de comunicación de la UAB era de 66% frente al 34% de hombres, una cifra ligeramente superior al de la universidad privada Ramon Llull (URL), que contaba con el 62% de mujeres y el 38% de hombres, lo que demuestra que no se trata de un fenómeno exclusivo de los centros públicos. Las series de proporciones entre hombres y mujeres que se han matriculado en las facultades de comunicación catalanas a principios del siglo XXI han aumentado este desequilibrio favorable a las mujeres⁶.

La fortaleza de las mujeres en las aulas ha sido un argumento poderoso para la defensa de la hipótesis de la feminización, pero la compara-

⁶ En el curso 2003-2004 el porcentaje de mujeres matriculadas en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UAB fue del 71,3%.

ción entre la proporción en las aulas con la proporción en la profesión muestra una paradoja persistente en los últimos 12 años en Cataluña (ver gráfico 1).

Gráfico 1. Comparativa de la presencia de hombres y mujeres entre la formación académica y la profesión



3. De la feminización a la pseudofeminización

La comparación entre las matriculaciones en las universidades y la presencia en el ámbito profesional resulta todavía más paradójica si observamos las cifras oficiales. De acuerdo con los datos del segundo trimestre de 2003 de la Encuesta de Población Activa (EPA), la tasa de paro de los hombres con estudios superiores en periodismo o ciencias de la información era 2,5 puntos menor que la de las mujeres. Este diferencial es uno de los menores dentro del conjunto de estudios superiores españoles y hace todavía más insólita la desigual proporción entre hombres y mujeres que se registran en la profesión (ver tabla 5).

Tabla 5. Tasa de paro en %. Discriminación laboral de las universitarias españolas (educación superior excepto doctorado – 2º trimestre 2003)

Licenciatura	Mujeres	Hombres	Diferencial M-H
Matemáticas y estadística	2'3	7'6	-5'3
Veterinaria	3'3	5'7	-2'4
Servicios sociales	10'2	9'9	0'3
Ciencias de la educación	8'3	5'9	2'4
Periodismo e información	9'9	7'4	2'5
Ciencias de la vida	13'5	11	2'5
Informática	11'3	8'7	2'7
Servicios de transporte	11'3	8'3	3'0
Salud	7'2	3'8	3'4
Mecánica, electrónica y otra f. técnica	8'6	5	3'6
Ciencias físicas, químicas y geológicas	12'9	9'2	3'7
Arquitectura y construcción	7'9	3'9	4'0
Ciencias sociales	15'1	10'8	4'3
Artes	12'2	7'4	4'8
Enseñanza comercial y administración	12'1	6'7	5'4
Humanidades	12'1	6'2	5'9
Derecho	10'9	4'7	6'2
Servicios personales	13'4	6'5	6'9
Protección del medio ambiente	38'3	29	9'3
Industria manufacturera y producción	16'3	4'7	11'6
Agricultura, ganadería y pesca	18'2	5'7	12'6

Fuente: EPA, INE y elaboración propia

Uno de los principales argumentos para dar una respuesta a esta paradoja ha sido la afirmación de que las mujeres abandonan la profesión cuando todavía son jóvenes. Mediante entrevistas en profundidad realizadas a directores de diarios de rotativos nacionales, algunos trabajos sostienen que “la mujer empieza con fuerza la profesión periodística, pero son pocas las que desarrollan la carrera y llegan como corredoras de fondo. A medida que las redacciones envejecen, ellas se van retirando por cuestiones personales, familiares, culturales o históricas” (Canel *et al.*, 2000: 15). Desde una perspectiva feminista este abandono se interpreta en realidad como un mecanismo de expulsión de las mujeres de la carrera profesional (Melin-Higgins, 2001).

Este argumento adquiere más solidez cuando se observan los datos disponibles sobre la proporción de hombres y mujeres en la profesión desglosados por segmentos de edad. La relación que se establece entre la edad y la presencia de las mujeres es inversamente proporcional: entre los 21 y los 25 años las mujeres superan a los hombres (58% mujeres y 42% hombres), entre 26 y 30 años presentan porcentajes similares (57%

hombres y 47% mujeres), pero a partir de los 36 años el número de hombres triplica al de las mujeres (Canel *et al.*, 2000). Por otra parte, un estudio del Centro de Investigaciones Sociológicas de 1999 pone de manifiesto que un buen número de mujeres se retira del trabajo periodístico antes de los 40 años para buscar otros trabajos que les permitan compatibilizar la vida laboral con la vida privada (Rodríguez, 2002).

Creemos que el abandono o, en términos de la perspectiva feminista, la expulsión de la carrera profesional, puede servir para explicar el persistente desequilibrio entre hombres y mujeres en las redacciones de los medios de comunicación, pero no es una razón suficiente. A través del análisis de los resultados de un sondeo y de 30 entrevistas en profundidad realizados para la elaboración del informe previo al *Llibre Blanc de la Profesió Periodística en Catalunya* podemos aportar nuevos argumentos. Ciertamente muchas mujeres empiezan con fuerza su carrera profesional pero también son muchas las que lo hacen en posiciones marginales o poco visibles de la profesión.

En primer lugar las mujeres se concentran principalmente en los cargos de poca responsabilidad, como es la figura genérica de redactor, y también son más numerosas las mujeres en los sectores de medios definidos como “otras prensas”. Esta situación indica, cuando menos, una mayor presencia de las mujeres en espacios menos visibles del periodismo. Un dato más apoya esta idea. En un sector emergente pero de escasa influencia social como el de los medios digitales, los datos disponibles para Cataluña indican que el 55% de los periodistas son mujeres, según una encuesta realizada por el Grupo de Periodistas Digitales y el Sindicato de Periodistas de Cataluña (Asensio *et al.*, 2003). Esta presencia de mujeres casi dobla la del conjunto de la profesión.

En las entrevistas en profundidad hemos podido observar también una prevalencia de las carreras profesionales de las mujeres hacia espacios considerados tradicionalmente como periféricos, como pueden ser las revistas muy especializadas o publicaciones institucionales, los gabinetes de comunicación, o la prensa local.

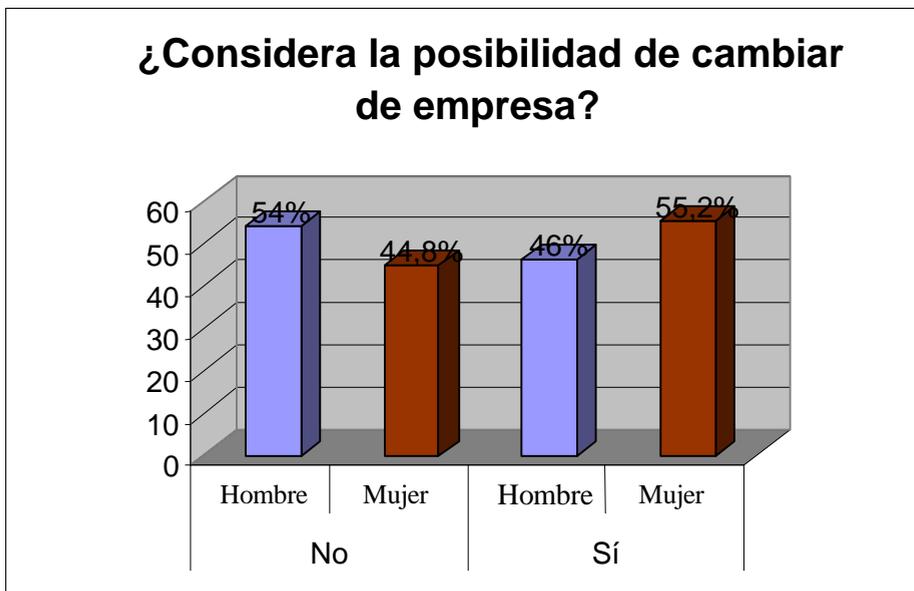
Ciertamente las cuestiones personales, familiares, etc., son el motivo de abandono de la profesión de muchas mujeres, como se ha apuntado

en algunas investigaciones (Canel *et al.*, 2000; Ortega y Humanes, 2000). Todas las periodistas entrevistadas viven como un problema la compatibilización entre la vida laboral y la vida privada. Una percepción apenas presente en el caso de los periodistas varones. Esta situación se percibe de forma más acuciante en las periodistas que son madres. La maternidad es vivida desde el mundo laboral como un problema. Como se afirma en la Radiografía prèvia al *Llibre Blanc de la Professi3 Periodística a Catalunya*: “Cada una se ve obligada a buscar individualmente la soluci3n que mejor se adapta a su situaci3n [...] Algunas consideran que la 3nica opci3n es renunciar a parte del trabajo, con ‘el riesgo de que te puedas quedar sin trabajo’, comentan. Una periodista reconocía haber renunciado a ser corresponsal porque tenía hijos. La opci3n tomada por otra entrevistada fue la reducci3n de jornada” (Soriano *et al.*, 2004: 170).

El obstáculo que representa un mal encaje de las obligaciones privadas para la propia carrera profesional de las mujeres se ve agravado por una discriminaci3n muy extendida que impide su promoci3n y la consiguiente falta de referentes en los que las recién llegadas puedan fijarse. A partir de la opini3n de una periodista se puede observar incluso una cierta amenaza de la autoestima: “A la mujer le cuesta mucho más mantenerse, también incluso por culpa de nosotras mismas porque hay veces que no nos creemos capacitadas de poder asumir perfectamente ese cargo, porque nos da la sensaci3n de que cualquier error que hagamos como que nos va a contar el doble” (Soriano *et al.*, 2004: 165).

Pero ante estas formas de discriminaci3n de las mujeres periodistas la respuesta com3n no es sólo es el abandono de la profesi3n sino que también, y creemos que en mayor medida, es habitual el desplazamiento hacia zonas donde resulta más tolerable la conciliaci3n con la vida privada. Un traslado hacia espacios profesionales menos visibles. Un 3ltimo dato puede servir para afianzar esta idea. La encuesta realizada para el *Llibre Blanc de la Professi3 Periodística a Catalunya* revela que el colectivo presenta una baja disponibilidad a cambiar de profesi3n (el 26’6%) pero no a cambiar de empresa para la que trabajan (un 49’4%). Dentro de este 3ltimo apartado las mujeres dispuestas a cambiar de empresa superan a los hombres en casi 10 puntos (un 55’2% mujeres y un 46% hombres) (ver gráfico 2).

Gráfico 2



Fuente: Radiografía previa al Libro Blanco de la profesión periodística

4. Conclusiones

Ya hemos mencionado que la sociología de la profesión periodística realizada en nuestro país hasta la fecha ha partido básicamente de resultados obtenidos con encuestas. Con este instrumento metodológico se ha medido y defendido la hipótesis de la feminización del periodismo español. Pero los universos sobre los que trabajan los sondeos realizados se basan en la mayoría de casos en los listados de asociaciones profesionales, sindicatos o registros de instituciones públicas o privadas, que acostumbran a concentrar a los sectores más “visibles” de la profesión. Otros seleccionan las unidades de muestreo de entre los trabajadores contratados en los medios de comunicación, sin un muestreo previo de los propios medios de comunicación e ignorando, por consiguiente, a aquellos periodistas que desarrollan tareas fuera de los medios, ya sea como *freelances* o mediante colaboraciones y sin vinculación contractual. Del mismo modo, nuevos yacimientos laborales, como el del periodismo digital, o bien sectores considerados tradicionalmente “menores”, como el

periodismo local o la prensa profesional, también han tendido a quedar excluidos de los muestreos. Con estos criterios metodológicos no será posible acercarnos a la diversidad de posiciones y de condiciones sociolaborales que pueblan la profesión. Entendemos que la muestra de una encuesta ha de ser “un universo en miniatura, fiel reflejo de las características del universo o población total del que se ha sacado” (Ruiz Olabuénaga *et al.* 1998).

Estas deficiencias metodológicas están dando una imagen distorsionada de la realidad de la situación de los periodistas españoles. Sin duda, un muestreo más exhaustivo de la comunidad profesional ofrecería índices mayores de inserción laboral entre las mujeres periodistas. Esta contradicción centra el debate sobre la feminización de la profesión en la calidad de los puestos de trabajo de las mujeres más que en su cantidad. El cruce de datos cuantitativos obtenidos a través de encuestas con los datos cualitativos de la *Radiografia prèvia al Llibre Blanc de la Profesió Periodística a Catalunya* (Soriano *et al.*, 2004) nos ha permitido comprobar que: a) la presencia de las mujeres en la profesión se caracteriza por una alta tasa de abandonos en comparación con la de los hombres; b) en las empresas ocupan posiciones de escasa responsabilidad; c) tienen mayor presencia en sectores de la comunicación considerados periféricos o de escasa influencia social; y d) sus trayectorias profesionales están marcadas por los cambios hacia espacios profesionales menos visibles pero más compatibles con su vida privada.

Por último, cabe decir que la incorporación de la mujer en la profesión periodística en España no se ha resuelto de forma favorable ni a sus intereses ni al del conjunto de la sociedad. Las condiciones sociolaborales en las que las mujeres se han incorporado hasta ahora en la profesión aconsejan prudencia a la hora de hablar de procesos de feminización que apuntan cambios también en los contenidos mediáticos. Las magnitudes del fenómeno social que hemos descrito se ajustan mejor a una falsa feminización o pseudofeminización, un término más adecuado para calificar la apariencia de un cambio que no se está produciendo.

Referencias

- ASENSIO, Eva; CALVO, Lucía; DOMINGO, David; RUBIES, Toni (2003). *Informe sobre la situació laboral i professional dels periodistes digitals a Catalunya*. Barcelona, Grup de Periodistes Digitals y Sindicat de Periodistes de Catalunya, en colaboración con el Col·legi de Periodistes de Catalunya.
[<http://www.periodistesdigitals.org/cat/informes.htm>.]
- BEZUNARTEA, Ofa (2003). “La importancia de un trabajo colectivo. El anonimato del periodista”. **En:** *Telos* nº 54 (enero-marzo).
[<http://www.campusred.net/telos>].
- CANEL, M^a José (2000). *Periodistas al descubierto* Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- DJERF-PIERRE, Monika; LÖFGREN-NILSSON, Monica (2001). “Sex-typing in the newsroom: feminization of Swedish television news production, 1958-2000”. **En:** *15th Nordic Conference on Media and Communication Research*, Reykjavik, 2001.
- GARCÍA DE CORTÁZAR, Marisa; GARCÍA DE LEÓN, M^a Antonia (coords.) (2000). *Profesionales del periodismo. Hombres y mujeres en los medios de comunicación* Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas. Colección Monografías, núm. 181.
- HUMANES, Maria Luisa (2003). “Evolución de roles y actitudes. Cultura y modelos profesionales del periodismo”. **En:** *Telos* 54 (enero-marzo).
[<http://www.campusred.net/telos>]
- LIMOR, Yehiel; LAVIE, Aliza (2002). “The Feminization of the Media: The Case of Israel”. **En:** *XXIII Annual Conference of the International Association for the Mass Communication Research (IAMCR)*, Gender and Communication section. Barcelona, 21-26 julio 2002.
- LÓPEZ DÍEZ, Pilar (2004). “El techo de cristal también existe en los medios”. [<http://mujeres.usal.es/data/core/archivos/congresoint.doc>], acceso octubre 2004.
- MELIN-HIGGINS, Margaretta (2001). “Coping with Journalism: Gendered Newsroom Culture”. **En:** *Jornadas de discusión sobre la construcción de los estereotipos de género en los medios de comunicación*. Facultat de Ciències de la Comunicació, UAB.
- MENÉNDEZ, I. (2003). *El cuarto poder ¿un poder de mujeres?* Oviedo: Milenta.
- NEVEU, Eric (2000). “Le genre du journalisme. Des ambivalences de la féminisation d’une profesión”. **En:** *Reveu Politix*, 51, octubre. Paris: Publications Hermes.
- ORTEGA, Félix; HUMANES, Maria Luisa (2000). *Algo más que periodistas. Sociología de una profesión*. Barcelona: Ariel.

- RODRÍGUEZ ANDRÉS, Roberto (2003). “Características socio-demográficas y laborales de los periodistas españoles e índice de satisfacción profesional”. **En:** *Ámbitos*, núm. especial 9-10, p. 487-504.
- RUIZ OLABUÉNAGA, José I. (1998). *Cómo elaborar un proyecto de investigación social*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- SORIANO, Jaume; CANTÓN, Maria José; DíEZ, Mercè; JIMÉNEZ, Dario (2004). *Radiografia prèvia al Llibre Blanc de la Professió Periodística a Catalunya* Barcelona: Col·legi de Periodistes de Catalunya.
- TUCHMAN, Gaye (1983). *La producción de la noticia* Barcelona: Gustavo Gili.
- VAN ZOONEN, Liesbet (1994). *Feminist Media Studies* London: Sage.
- WEAVER, David H. (ed.) (1998). *The global Journalist. News People Around the World*. New Jersey: Hampton Press.