



# MUJERES PERIODISTAS EN ESPAÑA: ANÁLISIS DE LAS CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS Y DE LA BRECHA DE GÉNERO

Women journalists in Spain: An analysis of the  
sociodemographic features of the gender gap

Roberto De-Miguel, Thomas Hanitzsch, Sonia Parratt y Rosa Berganza

**Note:** This article can be read in its original English version on:  
<http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2017/may/16.pdf>



**Roberto De-Miguel** es licenciado y doctor en Ciencias de la Información por la *Universidad Complutense de Madrid* (España), y en la actualidad es profesor titular de Periodismo en la *Facultad de Ciencias de la Comunicación* de la *Universidad Rey Juan Carlos* (Madrid, España). Sus principales líneas de investigación son: teoría de la comunicación, opinión pública, comunicación política, métodos y técnicas de investigación en comunicación. Ha participado activamente en nueve proyectos de investigación nacionales competitivos y en dos internacionales. Cuenta con una amplia producción científica en ciencias de la comunicación y ciencias sociales. Es autor de cinco monografías relacionadas con la investigación de los fenómenos comunicativos humanos.  
<http://orcid.org/0000-0001-8911-8272>

*Universidad Rey Juan Carlos, Facultad de Ciencias de la Comunicación*  
Camino del Molino, s/n. 28943 Fuenlabrada (Madrid), España  
[roberto.demiguel@urjc.es](mailto:roberto.demiguel@urjc.es)



**Thomas Hanitzsch** es catedrático de Comunicación en el *Departamento de Communication Studies and Media Research* de la *LMU Munich*, Alemania. Ex periodista, su docencia e investigación giran en torno a las culturas periodísticas desde un punto de vista global, la cobertura de conflictos armados, las noticias sobre celebridades y la metodología comparativa. Ha sido editor jefe de la revista *Communication theory* (2011-2015) y ha coeditado *The handbook of journalism studies* (Routledge, 2009) y *The handbook of comparative communication research* (Routledge, 2012). Dirige *Worlds of Journalism Study*, una iniciativa internacional y de colaboración que analiza las culturas periodísticas e investiga sobre la transformación de la profesión en todo el mundo  
<http://orcid.org/0000-0002-7104-6300>  
<http://www.worldsofjournalism.org>

*LMU Munich*  
Oettingenstr. 67, 80538 Munich, Germany  
[Thomas.Hanitzsch@ifkw.lmu.de](mailto:Thomas.Hanitzsch@ifkw.lmu.de)



**Sonia Parratt** es licenciada en Ciencias de la Información por la *Universidad del País Vasco*, doctora europea en Periodismo por la *Universidad de Santiago de Compostela* (España) y experiodista. Es profesora titular en el *Departamento de Periodismo I* de la *Universidad Complutense de Madrid* (España). Sus líneas de investigación son: géneros periodísticos, análisis del mensaje periodístico en prensa, periodismo y literatura, y periodismo ambiental.  
<http://orcid.org/0000-0001-8501-3115>

*Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Ciencias de la Información*  
Av. Complutense, s/n. 28040 Madrid, España  
[sfparratt@ccinf.ucm.es](mailto:sfparratt@ccinf.ucm.es)



**Rosa Berganza** es catedrática de Periodismo de la *Universidad Rey Juan Carlos* (Madrid, España). Posee una amplia experiencia en la dirección de proyectos nacionales y comparativos internacionales en periodismo y comunicación política. Experta en técnicas cuantitativas de investigación social, especialmente análisis de contenido y encuestas. Ha trabajado como investigadora principal en proyectos nacionales y en otros financiados por organismos internacionales y la *Comisión Europea*. Entre estos últimos se encuentra *Infocore* (proyecto 613308 del 7º Programa Marco) y *Cost action IS1308 sobre Comunicación y partidos populistas en Europa*. Es miembro de *Nepocs* (*Network of European Political Communication Scholars*) e investigadora principal para España de *Worlds of Journalism Study*.

<http://orcid.org/0000-0001-9862-2550>

*Universidad Rey Juan Carlos, Facultad de Ciencias de la Comunicación*  
Camino del Molino, s/n. 28943 Fuenlabrada (Madrid), España  
[rosa.berganza@urjc.es](mailto:rosa.berganza@urjc.es)

## Resumen

Se analizan las características sociodemográficas y su peso relativo en la brecha de género entre los/as periodistas españoles/as. Para ello se realizó una encuesta nacional representativa a 390 periodistas dentro del estudio internacional “*Worlds of journalism study*”. Los resultados muestran que los patrones de desigualdad femenina más citados en la bibliografía científica (infrarrepresentación, barreras en la carrera profesional y salarios inferiores) prevalecen en las empresas de comunicación españolas. También confirman la hipótesis de las 3R (la ratio del Residuo Reforzado Recurrente): los hombres ocupan tres cuartas partes de los cargos de máxima responsabilidad gerencial y dos tercios de los puestos de toma de decisiones sobre contenidos, a pesar de que ellas poseen mayor formación académica y mayor nivel de estudios de capacitación en la práctica del periodismo. Ellas obtienen, además, salarios inferiores y tienden a ocupar cargos de mayor responsabilidad editorial en los medios digitales, donde se observan mayores avances hacia la igualdad.

## Palabras clave

Mujeres; Periodistas; España; Brecha de género; Características sociodemográficas; *Worlds of journalism study*.

## Abstract

Sociodemographic features and their relative weight related to the gender gap between male and female journalists in Spain are analyzed. A national representative survey of 390 journalists was carried out as part of an international study “*Worlds of journalism*”. The results show that patterns of female inequality within Spanish media companies are routinely cited in scientific literature (underrepresentation, barriers in their professional careers, and lower salaries than men). The results also confirm the 3R hypothesis (ratio of Recurrent and Reinforced Residuum): men hold three quarters of the posts with managerial responsibility and make two thirds of the decisions related to content, in spite of the fact that female journalists have higher levels of academic education and are therefore better trained for journalistic practice. Women are also paid lower salaries and tend to hold positions with a higher editorial responsibility in digital media, where the greatest progress towards equality is shown.

## Keywords

Women; Female journalists; Spain; Gender gap; Sociodemographic features; *Worlds of journalism study*.

**De-Miguel, Roberto; Hanitzsch, Thomas; Parratt, Sonia; Berganza, Rosa** (2017). “Women journalists in Spain: An analysis of the sociodemographic features of the gender gap”. *El profesional de la información*, v. 26, n. 3, pp. 497-506.

<https://doi.org/10.3145/epi.2017.may.16>

## 1. Introducción

Mientras que la infrarrepresentación de las mujeres como sujetos de cobertura informativa se ha estudiado con intensidad, los trabajos que se ocupan de observar y analizar exhaustivamente la problemática laboral a la que se enfrentan las periodistas, si bien cada vez más frecuentes, son muy recientes. Algunos autores apuntan a la denominada ‘hipótesis de la feminización del periodismo’ (**Van-Zoonen**, 1998; **Soriano**; **Cantón**; **Díez**, 2011), según la cual el incremento del número de mujeres en la profesión es capaz de transformar primero la estructura sociodemográfica del colectivo y, a partir de ahí, las prácticas profesionales y los contenidos de los medios de comunicación. La combinación de estos

supuestos, bajo la rúbrica común de ‘empoderamiento periodístico femenino’, constituye la inspiración de nuestro trabajo.

Según el *Instituto Europeo para la Igualdad de Género*, las dificultades a las que se enfrentan las mujeres periodistas son múltiples. Una de ellas, como señala esta institución, es que los hombres y las mujeres continúan siendo segregados por funciones, niveles de estatus o prestigio y/o competencias (*European Institute for Gender Equality –EIGE–*, 2013). En lo que a la investigación científica se refiere, uno de los trabajos pioneros más relevantes acerca de la desigualdad en el acceso y el ascenso dentro de la profesión periodística es el realizado por Ramona Rush y colaboradoras (**Rush**;

**Oukrop; Ernst, 1972).** Estas autoras formularon la hipótesis de la razón del Residuo Reforzado Recurrente (*hypothesis of the ratio of Recurrent and Reinforced Residuum*), o “hipótesis de las 3 erres (3R)”, según la cual las mujeres en la profesión periodística se concentran en los eslabones más bajos del estatus ocupacional, del nivel salarial e incluso en términos de representación simbólica. Tal como ha sido constatado para una variedad de países dentro y fuera de Europa se confirma que el ratio es de una mujer por cada tres o cuatro hombres, dependiendo del desarrollo socioeconómico de las naciones (EFJ, 2012; *Global media monitoring project*, 2015; Rush, 1989; Rush; Buck; Ogan, 1982; Rush; Oukrop; Sarikakis, 2005; Gallagher, 2001; *Worlds of journalism study*, 2016). Es decir, las mujeres, por lo general, ocupan las posiciones menos determinantes de la agenda mediática y de las decisiones empresariales.

Los hombres y las mujeres continúan siendo segregados por funciones, niveles de estatus o prestigio y/o competencias (*European Institute for Gender Equality*, 2013)

**Brescoach, DiGuglielmo y Thornberry (1998)**, en este mismo sentido, confirmaron en su trabajo de que, a pesar de que la presencia de las mujeres en el sector de la información había mejorado, todavía no alcanzaba el 50%. Sin embargo, desde entonces la situación ha cambiado de forma significativa en algunos países. A día de hoy, la presencia de las mujeres periodistas es mayoritaria en países como Bulgaria, Estonia, Finlandia, Lituania, Rumanía, Serbia y España -al menos entre las contratadas en empresas periodísticas y que no son autónomas- (EFJ, 2012; *Global media monitoring project*, 2015; APM, 2015; *Worlds of journalism study*, 2016) Además, los hombres se situaban mayoritariamente en los puestos más altos del escalafón organizativo y desplazaban al grueso de las periodistas fuera de la cúspide empresarial en una proporción de 1:3. Con todo, según las autoras del informe se apreciaban avances hacia la igualdad en las expresiones más novedosas de la comunicación masiva (en el incipiente periodismo digital), donde se observaban señales de que se alcanzaría una mayor equidad jerárquica en el futuro (Brescoach; DiGuglielmo; Thornberry, 1998, p. 72).

Quince años más tarde, el informe del *Instituto Europeo para la Igualdad de Género (EIGE)*, 2013) validó de nuevo la infrarrepresentación de las mujeres periodistas en los puestos más altos de la jerarquía editorial. En las organizaciones mediáticas analizadas por este ente, las mujeres no alcanzaban la tercera parte de los puestos de mayor responsabilidad y se concentraban en los niveles con menor capacidad de decisión. En las posiciones más altas del escalafón tan solo el 16% de las periodistas desempeñaban funciones (consejero/a delegado/a), mientras que en los niveles operativos inferiores (directoras, subdirectoras o jefas de redacción) su presencia ascendía al 33%. Al margen de reforzar teóricamente la pervivencia de la desigualdad de género en la profesión, estos hallazgos ilustraban la pérdida de recursos humanos cualificados que plantea la hipótesis de las 3Rs.

## 2. Marco teórico

La *International Women's Media Foundation (IWMF)* se ha convertido en el mayor observatorio de la igualdad de género en los medios informativos a escala mundial. En su informe de 2011 (*Global report on the status of women in the news media*) entrevistó a 170.000 mujeres con cargos ejecutivos en más de 500 empresas informativas y en un total de 59 países. Mediante un cuestionario de 12 páginas, recogió información sobre la distribución jerárquica de las mujeres en las empresas, sus salarios, la contratación, los regímenes de dedicación y las políticas de promoción, entre otros muchos aspectos determinantes del estatus real de las periodistas en las organizaciones informativas.

Del conjunto de resultados del informe es destacable, en primer lugar, a efectos de nuestro objeto de estudio, que en 2010 los hombres acumulaban la mayoría de los puestos de trabajo gerenciales en el conjunto de los países analizados. Las investigadoras descubrieron que el 73% de los cargos de máxima responsabilidad empresarial eran ostentados por hombres, al igual que las dos terceras partes de los puestos de toma de decisiones sobre los contenidos. Esta tendencia no se observó, en cambio, en el segmento de las periodistas más veteranas, dentro del cual el reparto de funciones de reporterismo, edición y redacción era prácticamente equiparable al de los hombres. Tampoco se detectaron indicios de retroceso en la promoción laboral de las periodistas, ya que la presencia de las mujeres en los rangos jerárquicos superiores se había duplicado desde 1995, fecha en la que una investigación de **Margaret Gallagher (1995)** reveló que las mujeres ocupaban, de media, únicamente el 12% de los puestos más altos del escalafón periodístico. Esto no significa, sin embargo, que las barreras en la promoción laboral hubieran sido completamente eliminadas, pues éstas se encontraron en 20 de los 59 países analizados, si bien casi la mitad de las empresas ya habían adoptado medidas para fomentar la igualdad de género.

La *International Women's Media Foundation (IWMF)* se ha convertido en el mayor observatorio de la igualdad de género en los medios informativos a escala mundial

El estudio de la *IWMF* ofrece también una radiografía de las periodistas españolas en once medios. En conjunto, la fuerza laboral incluía 12.000 trabajadores/as, un 40% de los/as cuales eran mujeres, lo que demuestra, según los/as autores/as de la investigación, que aun cuando las mujeres poseen un acceso sustancial a la profesión, se encuentran por debajo de la paridad con los hombres. La ubicación de las periodistas en la jerarquía ocupacional revela otras formas específicas de marginación de la mujer en el periodismo. A pesar de que las más veteranas rompían el techo de cristal del nivel intermedio-alto del escalafón, donde ocupaban casi la mitad de las jefaturas de redacción, direcciones de medios y puestos con responsabilidades editoriales, las cifras de mujeres en los cargos directivos resultaron mínus-

culas en términos absolutos: las mujeres ocupaban sólo la quinta parte de los/as responsables directos/as de las decisiones corporativas de más alto nivel.

Por otro lado, la moderada representación femenina en el nivel junior (34,6%) sugiere, según las autoras de esta investigación, que podría existir un cuerpo creciente de mujeres cualificadas que están ampliando estratégicamente su experiencia y su cualificación con el fin de lograr avanzar hacia los rangos superiores (*IWMF*, 2011, p. 37). Esta afirmación coincide con lo que **Monika Djerf-Pierre** (2007) denomina, en el caso de Suecia, 'estrategia competitiva de empoderamiento' y que será abordada más adelante.

Las mujeres ocupaban sólo la quinta parte de los/as responsables directos/as de las decisiones corporativas de más alto nivel (*IWMF*, 2011)

En cuanto a los niveles salariales, los resultados del estudio indican que las retribuciones entre hombres y mujeres eran muy similares en los niveles ocupacionales bajos y medios, aunque variables tanto en los más altos como ante determinados complementos salariales extraordinarios (por ejemplo, en el reparto de los pluses por trabajar los fines de semana, la nocturnidad o la antigüedad en la empresa), cuyos beneficiarios eran mayoritariamente hombres.

Pocos años después de que la *IWMF* llevara a cabo su estudio, específicamente en el contexto español, el *Informe anual de la profesión periodística (IAPP)* realizado por la *Asociación de la Prensa de Madrid (APM)*, 2014; 2015) corrobora parte de estos resultados, aunque también permite vislumbrar una mejora de la situación de las periodistas. De acuerdo con el informe de resultados, el reparto por sexos se encuentra bastante equilibrado: 52% de hombres y 48% de mujeres (cuatro puntos por encima de la estimación de la *IWMF* de 2010 y publicada en 2011). Esta proporción se invierte cuando se tiene en cuenta sólo a quienes trabajan en empresas periodísticas (y no como trabajadores autónomos), donde las mujeres representan el 52% y los hombres el 48%.

Según refleja este trabajo, la presencia de las mujeres en los medios es creciente en los últimos años y éstas han pasado de ser mayoría únicamente en los medios impresos a serlo también en los audiovisuales y en los digitales. Este aumento ha dado lugar a variaciones similares en las estructuras de reparto de poder. Prueba de ello es el incremento de cuatro puntos porcentuales en el número de directivas de medios impresos, ocho (del 28% al 36%) en el caso de los medios audiovisuales y dos en los medios digitales. El informe subraya, asimismo, que las cifras en el ámbito de la comunicación empresarial e institucional son favorables a las periodistas: con independencia de la modalidad contractual y la dedicación, el número de mujeres contratadas o responsables de gabinetes de prensa y agencias de comunicación es muy superior al de los hombres. En el contexto español, el notable incremento de medios nativos digitales

tras la crisis financiera de 2008 puede contribuir a mejorar la situación. Entre 2008 y 2013 fueron creados al menos 297 nuevos medios digitales por parte de periodistas (**Berganza; Arcila-Calderón; Herrero-Jiménez**, 2015, p. 180).

En lo que respecta a la edad media de los/as periodistas, las mujeres son manifiestamente más jóvenes (36 años) que los hombres (46 años). Las desigualdades guardan una correlación con el nivel salarial: las periodistas más jóvenes reciben peores remuneraciones que los hombres, mientras que los salarios de las que más años han dedicado a la profesión no son tampoco equiparables a los salarios más altos de los periodistas hombres. Esta característica puede explicarse, como se verá más adelante, a la luz de las desigualdades de género apreciables en los puestos ejecutivos y de alta dirección. La media de edad de mujeres periodistas más jóvenes puede estar también relacionada con la todavía desigualdad cultural de los roles de género. Como sucede en otras profesiones, algunas mujeres periodistas podrían decidir dejar la profesión en una edad más temprana cuando encuentran difícil conciliar la vida familiar con su trabajo

Dadas estas apreciaciones iniciales, nuestra investigación trata de responder a dos amplias cuestiones de investigación planteadas a partir de las soluciones tentativas que ofrece la bibliografía sobre la situación de las mujeres en el periodismo. Asimismo, da un paso más hacia la consolidación teórica de los hallazgos destacados por diversos autores/as. Así, el trabajo empírico se dirigirá a responder a las siguientes preguntas de investigación:

PI 1: ¿Cuáles son las características definitorias que posee en la actualidad la desigualdad de género existente entre los y las periodistas españoles/as?

PI 2: ¿En qué medida influyen las variables sociodemográficas en la situación de las periodistas en sus lugares de trabajo?

### 3. Metodología

Se aplica una metodología cuantitativa cuyo instrumento de observación consiste en un cuestionario cerrado individual dirigido a una muestra representativa de la población de periodistas españoles. La encuesta se llevó a cabo entre 2014 y 2015 gracias a la financiación y la colaboración de la *Universidad LMU* de Munich y el *Worlds of journalism study*: <http://www.worldsofjournalism.org>

En cuanto al diseño muestral, para la selección de las unidades se recopilaron los datos censales de medios de comunicación españoles incluidos en el informe de la *APM* (2013) y en la *Agenda de la comunicación (Dirección General de Comunicación de la Secretaría de Estado de Comunicación, 2013)*. Se recurrió a la técnica del muestreo por racimos tomando al medio o cabecera como unidad muestral agregada. En total se seleccionaron 124 empresas informativas (periódicos, agencias de noticias, emisoras de radio, cadenas de TV, revistas y medios digitales), de titularidad pública y privada, estratificadas por tamaño (grande/pequeño) y comunidad autónoma. El método de extracción fue el de muestreo polietápico (por conglomerados, estratificado y aleatorio simple en última etapa). Por cada medio grande (con más de 100 periodistas en plantilla) se seleccionaron aleatoriamente cinco periodistas

tas, y por cada medio pequeño tres. La muestra final constó de 390 cuestionarios válidos (n=390), con un 95% de confianza y un 5% de error (2σ) y se tomó como referencia la población estimada (N=18.000) para 2014 (Berganza; Herrero; Carratalá, 2016). Las entrevistas personales se realizaron vía telefónica con un equipo de seis encuestadores entre el 1 de marzo de 2014 y el 30 de mayo de 2015.

#### 4. Resultados

En el informe de los resultados que sigue a continuación se ha recurrido a la observación del género y del nivel ocupacional de las periodistas no desde un planteamiento estático y fijo, sino incorporando la perspectiva de género (según la cual dicha condición ‘puede afectar’ o ‘ser un efecto’) tanto en el análisis de las relaciones sociales intergenéricas (entre periodistas de distinto género) como intragenéricas (entre las propias periodistas, según su estatus socioprofesional). A efectos prácticos, se ha tenido en cuenta toda la diversidad sociodemográfica que ha sido registrada por medio del instrumento de observación, pero se destacan únicamente los hallazgos relevantes.

Tabla 1. Resumen del modelo de regresión

Variables independientes	β	E.T.	Wald	gl	Sig.	Exp(β)
Educación (titulados/as)	0,800	0,253	10,022	1	0,002	2,226
Salario			6,223	2	0,045	
(1) Salario (<1.000 euros)	-0,815	0,381	4,578	1	0,032	0,443
(2) Salario (<2.000 euros)	0,024	0,27	0,008	1	0,929	1,025
Tipo de medio			4,643	2	0,098	
(1) Medios impresos y agencias	-0,642	0,312	4,222	1	0,040	0,526
(2) TV y radio	-0,636	0,337	3,556	1	0,059	0,529
Titulación			8,089	3	0,044	
(1) Periodismo	-1,273	0,489	6,762	1	0,009	0,280
(2) Otra de comunicación	-0,925	0,635	2,126	1	0,145	0,396
(3) Periodismo y otra	-0,587	0,734	0,639	1	0,424	0,556
Rango			0,917	2	0,632	
(1) Senior	0,188	0,375	0,250	1	0,617	1,206
(2) Junior	0,253	0,275	0,840	1	0,359	1,287
Constante	1,414	0,614	5,300	1	0,021	4,112

#### 4.1. Análisis intergenéros

Tras la depuración de los errores del fichero de datos, se efectuó un análisis de segmentación mediante el método de división denominado árboles de clasificación y regresión (CRT-*Classification and regression trees*), con el que se consiguen identificar los criterios que maximizan las diferencias entre variables y entre grupos homogéneos de periodistas

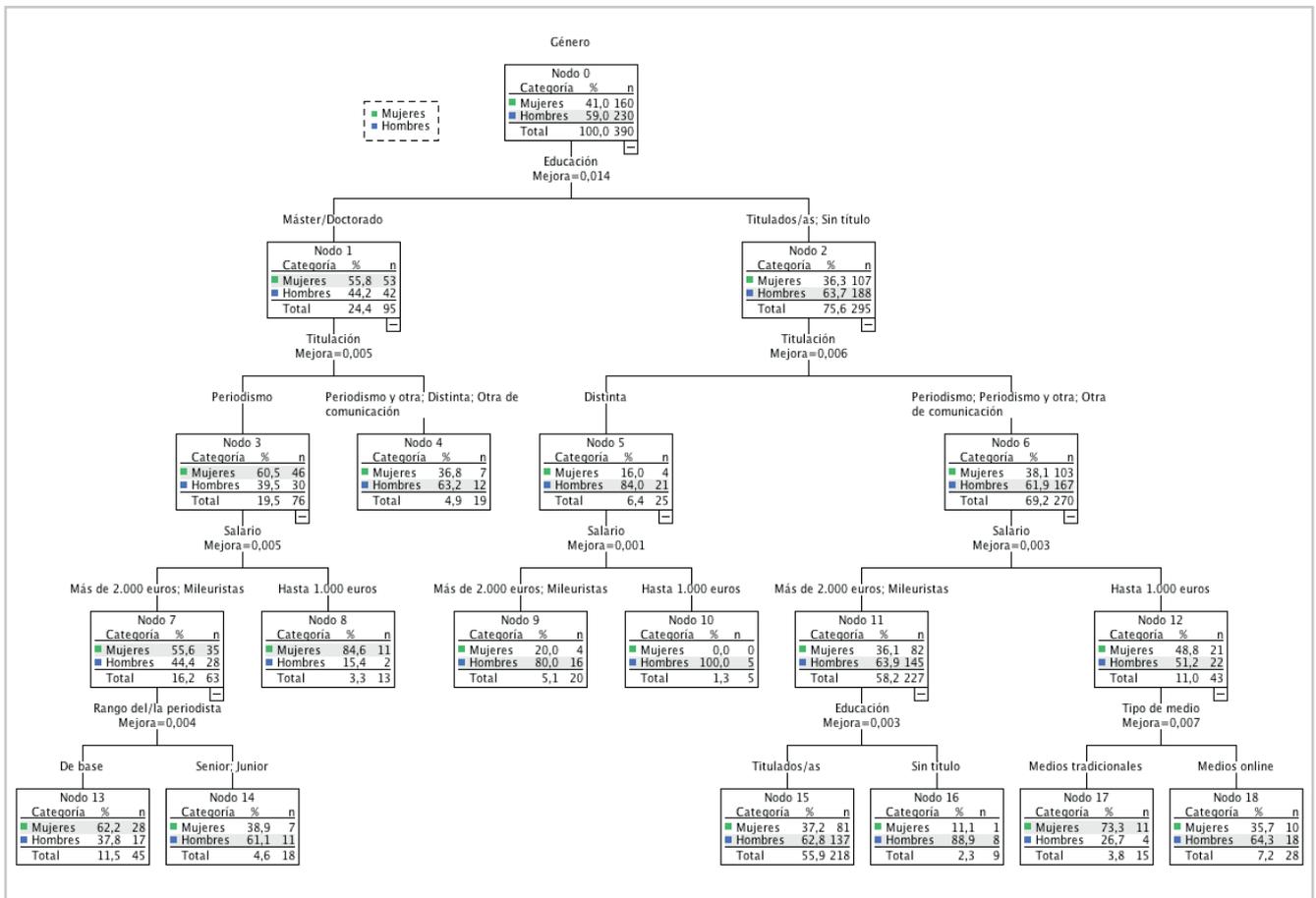


Figura 1. Árbol de segmentación del género del/la periodista. Método de crecimiento: CRT;  $\chi^2 = 29,183$ ;  $p = 0,001$ ; clasificación correcta: 65,9%

(segmentos o perfiles) reunidos en torno a una variable de clasificación (dependiente) para, de este modo, ofrecer únicamente los resultados con significación estadística del cruce multivariable.

Las variables criterio o independientes elegidas por su relación con el marco teórico fueron:

- nivel educativo (titulados/as universitarios/as; máster/ doctorado; sin formación superior);
- nivel salarial (<1.000 euros; <2.000 euros; >2.000 euros);
- tipo de medio (impresos y agencias; radio y televisión; medios online);
- titulación (periodismo; otras titulaciones del área de comunicación; periodismo y otra titulación del área de comunicación; otra titulación distinta a comunicación); y
- rango jerárquico (senior; junior; de base).

El resto de variables sociodemográficas fueron excluidas del análisis por su escaso poder predictivo en la ecuación.

Dentro del segmento de los/as periodistas con titulación universitaria más cualificados/as, la precariedad (ingresos netos mensuales inferiores a 1.000 euros) se ceba en las mujeres, que ascienden al 85% dentro de este grupo

En la tabla 1 se ofrece el resumen de la importancia de las variables del género del/la periodista. Las principales disparidades se registran en términos de nivel educativo ( $\beta=0,800$ ;  $p<0.01$ ), lo que revela que el progreso académico de las mujeres es el mayor rasgo diferencial entre los periodistas y las periodistas. Por orden de importancia, el siguiente factor discriminante es si el/la periodista ha cursado los estudios que capacitan para el ejercicio del periodismo: las mujeres se distinguen por estar en posesión del título en periodismo ( $\beta=-1,273$ ;  $p<0.01$ ). A continuación se sitúa el nivel salarial, el cual indica que es más probable que una mujer perciba una remuneración inferior a los 1.000 euros ( $\beta=0,815$ ;  $p<0.05$ ); el tipo de medio en el que se trabaja, con una probabilidad favorable a su presencia en medios

Tabla 2. Distribución jerárquica de los/as periodistas españoles/as

		Intergéneros		Total	Intragéneros	
		Mujeres	Hombres		Mujeres	Hombres
Senior	%	34,0	66,0	100	10,0%	13,5%
	n	16	31	47		
Junior	%	36,0	64,0	100	20,0%	24,8%
	n	32	57	89		
De base	%	44,1	55,9	100	70,0%	61,7%
	n	112	142	254		
Totales	%	41,0	59,0	100	100,0	100,0
	n	160	230	390	160	230

impresos y agencias ( $\beta=-0,64$ ;  $p<0.05$ ); y, finalmente, aunque ya sin relevancia predictiva, el rango alcanzado por la periodista dentro del escalafón del medio.

El análisis de los nodos del árbol de segmentación (gráfico 1) ofrece información más detallada sobre la coyuntura profesional de las mujeres periodistas. Se puede observar que el 62% de las mujeres con formación periodística universitaria que cursaron adicionalmente estudios de tercer ciclo perciben más de mil euros netos mensuales, aun cuando se encuentran situadas en la parte baja del escalafón del medio (nodo 13). En idénticas circunstancias, esta proporción se invierte cuando se alcanzan los puestos intermedios y altos del escalafón (nodo 14): los hombres son mayoría en los rangos junior o senior (60%).

Se vislumbra una mejora de la situación de las periodistas

Esta primera conclusión es compatible con el uso de la estrategia de competición, es decir, con el hecho de que la mujer busque maximizar su potencial académico (o capital intelectual) con el fin de igualarse a los hombres (Djerf-Pierre, 2007), si bien con un resultado disímil en términos de salario (Figura 2).

Fuera ya del grupo con mayor formación de la muestra, se puede afirmar que el intrusismo profesional es mayoritariamente masculino (nodo 5): el 84% de los ejercientes sin formación específica en periodismo o en áreas de comunicación son hombres (11% del total de periodistas hombres), mientras que solamente un 4% de las mujeres ejerce sin poseer una titulación propia de las ramas de comunicación. Cuando es la mujer la que carece de una especialización en comunicación social, de nuevo recae sobre ella la desigualdad salarial: en esa situación ganan más de 1.000 euros el 80% de los hombres (nodo 9). Se

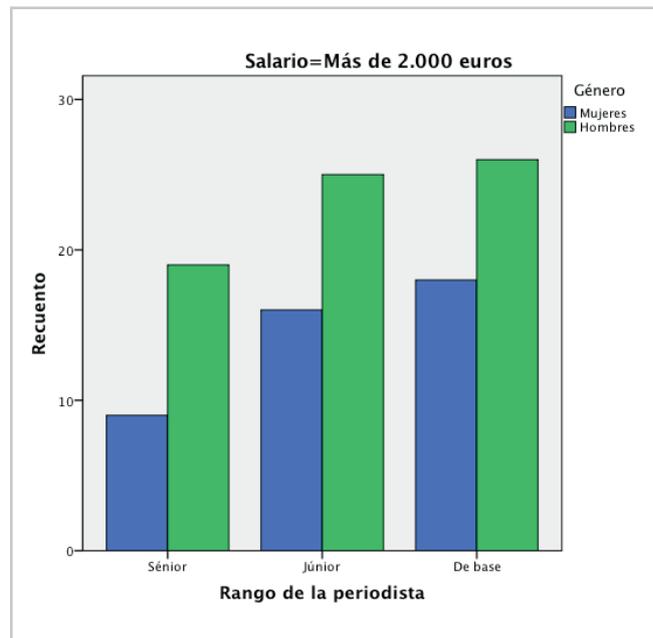


Figura 2. Salario superior a 2.000 euros por rango y género del/la periodista

aprecia, por tanto, que la disposición apuntada por **Djerf-Pierre** (2007, p. 100), según la cual la periodista se enfrenta a sus compañeros en condiciones desiguales cuando trata de 'ameritar su puesto en la esfera pública', también se da en el contexto español.

La precariedad laboral de las mujeres puede explicarse igualmente a partir del tipo de medio para el que trabajen. Tres de cada cuatro informadoras que poseen un título universitario y no alcanzan un salario neto de 1.000 euros trabajan en medios convencionales (nodo 17), mientras que en los medios digitales son más numerosos los hombres con título universitario que no alcanzan dicho sueldo (nodo 18: 64% de hombres y 36% de mujeres). Curiosamente, cuando el salario aumenta hasta los 1.000 euros o más, la posesión del título universitario marca la diferencia entre los géneros, ya que dentro del segmento de periodistas sin título universitario que más ganan, los hombres suponen nueve de cada diez casos. Es la educación (la maximización de su capital intelectual), de nuevo, la variable que mejor predice el lugar que ocupan las mujeres en la idiosincrasia particular de los medios españoles.

El intrusismo profesional es mayoritariamente masculino: el 84% de los ejercientes sin formación específica en periodismo o en áreas de comunicación son hombres (11% del total de periodistas hombres)

#### 4.2. Análisis intragéneros

Antes de comenzar el análisis, conviene aclarar cómo afecta el enfoque trasversal de género que adoptamos en este epígrafe a la hora de interpretar los resultados. Cuando se observa el reparto neto, las diferencias no son abultadas. Por ejemplo, hay un 10% de mujeres senior frente a un 13,5% de hombres senior; y un 20% de mujeres junior frente a un 24,8% de hombres junior. Sin embargo, cuando se observan las estadísticas entre géneros (en bruto), sólo hay un tercio de mujeres que ocupen el nivel senior (34%) y un 36% de junior, frente al 66% y 64% de hombres, respectivamente. Esto quiere decir que la desigualdad hay que situarla en la menor proporción absoluta de mujeres periodistas en las redacciones, aunque el reparto en el escalafón, dentro de su género, sea equitativo al de los hombres (ese 13,5% de hombres que ocupan una posición directiva, en realidad, se multiplica por tres porque la proporción de mujeres en la cúpula es de sólo un tercio).

Para efectuar nuestro análisis intragénero optamos por emplear las mismas técnicas exploratorias utilizadas en la comparativa entre hombres y mujeres. Ahora, sin embargo, la aproximación al reparto de poder entre las mujeres periodistas se dirige, en primer lugar, a obtener subconjuntos precisos y homogéneos de casos respecto a la variable dependiente Rango de la periodista por medio de árboles de

Tabla 3. Resumen del modelo de regresión multivariante

	$\beta$	E.T.	Beta	t	Sig.
Salario	-0,176	0,048	-0,362	-3,665	0,000
Titulación	0,013	0,073	0,013	0,178	0,859
Edad	-0,001	0,008	-0,011	-0,109	0,913
Tipo de medio	-0,559	0,149	-0,309	-3,74	0,000
Educación	0,035	0,11	0,024	0,318	0,751
Nº medios en que trabaja	-0,232	0,108	-0,164	-2,145	0,034

Variable dependiente: Rango de la periodista  
R= 0,44; R2=0,196; F=5,753; Sig.=0,000; gl=6

decisión (análisis de segmentación; *CRT-Classification and regression trees*) (tabla 3).

El factor más fuertemente asociado al estatus jerárquico es el tipo de medio para el que se trabaja ( $\beta = -0,309$ ;  $p < 0,001$ ): cuanto mayor es la lejanía del periodismo impreso o de agencias, mayor es la probabilidad de encontrar altas directivas. Seguidamente, se puede comprobar que la segunda variable con mayor capacidad predictiva es el salario neto recibido ( $\beta = -0,362$ ;  $p < 0,001$ ), lo que resulta lógico teniendo en cuenta que el estatus organizativo va unido a unos ingresos superiores. En tercer lugar se encuentra el número de medios para los que se trabaja en la actualidad, lo cual muestra que la probabilidad de encontrar mujeres que trabajan en varios medios es significativamente superior según se desciende hacia los niveles de base ( $\beta = -0,164$ ;  $p < 0,05$ ). El resto de elementos (Titulación: si se posee un título específico en ciencias de la comunicación o no; y Educación: nivel académico alcanzado) carecen de valor predictivo, lo que demuestra la escasa variabilidad en estos dos aspectos dentro del género femenino, una característica que ya se apuntaba en el análisis intergéneros.

El 73% de las mujeres, con independencia del puesto que ocupan, perciben un salario inferior a los 2.000 €

El estudio de los grupos definidos por el análisis de segmentación (Figura 3) permite descubrir cómo se combinan estos elementos alrededor de la mejora de la situación de la mujer en los medios. En primer lugar, el 73% de las mujeres, con independencia del puesto que ocupan, perciben un salario inferior a los 2.000 euros (nodos 1 y 2), lo que en términos estadísticos no les aleja de sus compañeros (69%) en un contexto de precariedad generalizada de la profesión. Lo que sí supone una diferencia es que el ratio de seniors que superan esa cantidad es de una mujer por cada dos hombres (9/18); y que tres de cada cuatro directivas con los salarios más abultados se sitúan en los medios electrónicos (radio, televisión y medios online) (nodo 6), plataformas que, además, resultan más igualitarias en términos censales y jerárquicos: la proporción neta de las periodistas mejor remuneradas casi invierte la regla de las 3R en este tipo de medios donde, por otro lado, la mitad alcanza puestos de responsabilidad editorial (senior y junior).

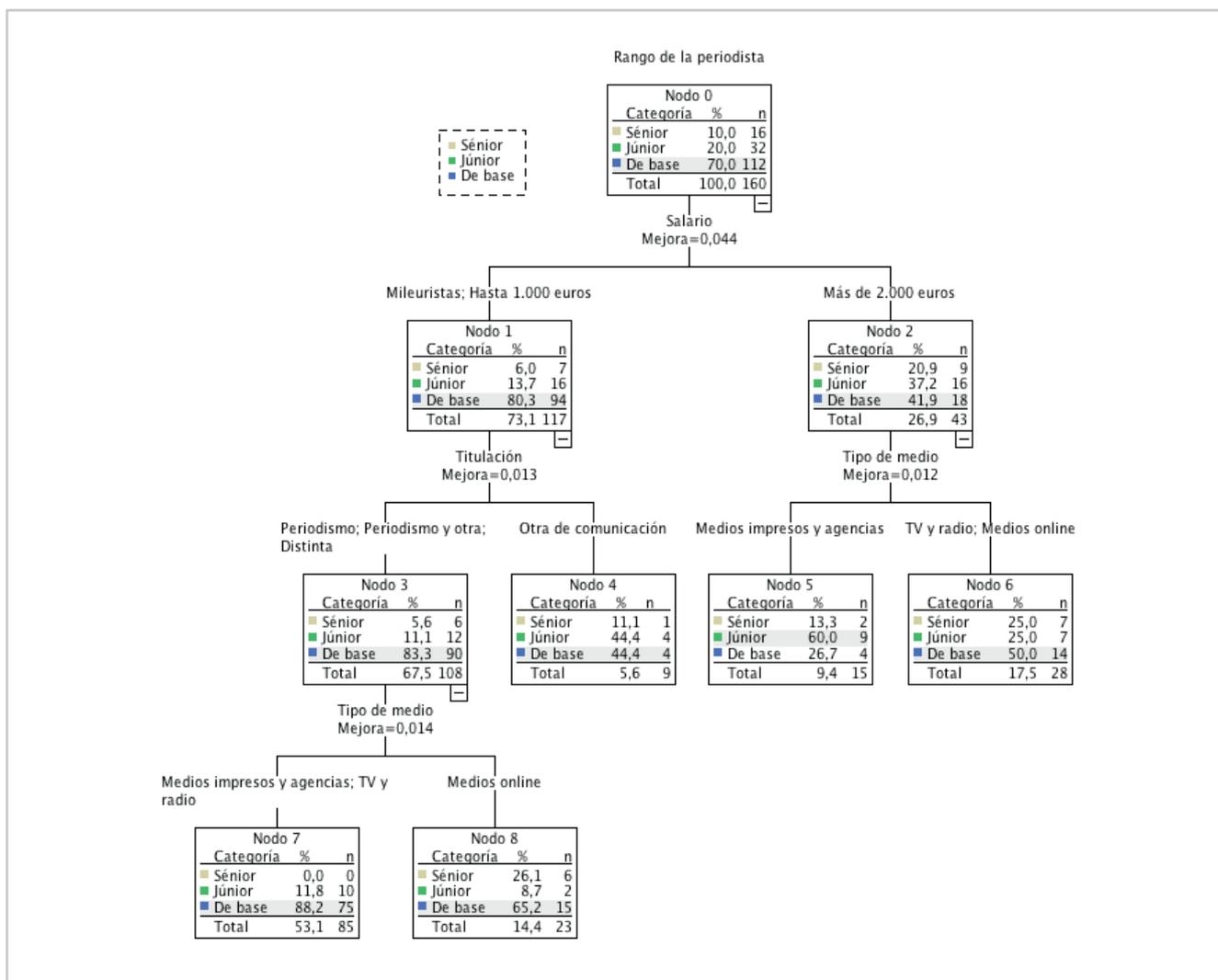


Figura 3. Árbol de segmentación de las periodistas según categoría profesional. Método de crecimiento: CRT;  $\chi^2 = 26,911$ ;  $p = 0,001$ ; clasificación correcta: 73,1%

A pesar de todo, la inferioridad poblacional femenina, a la que ya se ha aludido con anterioridad, condiciona su empoderamiento real. Mientras que hay más mujeres ostentando puestos de responsabilidad editorial (senior y junior) en la prensa convencional que en los medios electrónicos y digitales (73,1% y 50%, respectivamente), lo cierto es que, en términos absolutos, menos de un tercio de las periodistas de medios convencionales en la cúspide percibe más de 2.000 euros netos mensuales por su dedicación.

Los resultados confirman la hipótesis de las 3R: los hombres ocupan 3/4 partes de los cargos de máxima responsabilidad gerencial y 2/3 de los puestos de toma de decisiones sobre los contenidos

Al observar los elementos más ligados a la precariedad se entiende por qué las nuevas plataformas de información digitales constituyen el nicho laboral de muchas periodistas que han logrado avanzar hacia la igualdad. Incluso cuando

el salario es inferior a los 2.000 euros, la presencia de directivas es casi tres veces superior en los medios nativos digitales (nodo 8) que en los convencionales (nodo 7), mientras que en estos últimos la inmensa mayoría de mujeres periodistas (88,2%) ocupan los puestos más bajos del escalafón.

La maximización del capital intelectual es la vía principal de las periodistas para reducir la brecha de género

## 5. Conclusiones

El trabajo empírico que se ha detallado en los párrafos anteriores, a pesar de su carácter exploratorio, supone un avance en el grado de generalización de buena parte de las hipótesis sobre las que se asientan las preguntas de esta investigación. En primer lugar, nuestros resultados han confirmado plenamente la validez de la hipótesis de las 3R: los hombres ocupan tres cuartas partes de los cargos de máxima responsabilidad gerencial y dos tercios de los puestos de toma de decisiones sobre los contenidos, luego existen cla-

ras evidencias de discriminación sistemática de las mujeres periodistas operando a varios niveles.

El primero de los niveles de desigualdad detectados atañe tanto a la menor presencia de altas directivas en la cúpula organizativa como a la dispar retribución por su trabajo. Estos resultados confirman lo ya expuesto de manera reiterada en los informes elaborados por observatorios como la *IWMF* (2011) o la *EIGE* (2013), en los que se advierte sobre el carácter estructural, consolidado, de la falta de paridad en estos aspectos.

Las nuevas plataformas de información digitales constituyen el nicho del mercado laboral donde se observan los avances más firmes hacia la igualdad

En segundo lugar, se aprecia que la concentración residual de mujeres en las posiciones más altas del escalafón mediático se encuentra unida a la maximización de su capital intelectual, a la vista de que la formación académica es el factor que mejor predice las diferencias intergéneros en el sector de la información. No se trata sólo de que las periodistas se distingan de sus compañeros por extender su formación académica más allá del mero título universitario, sino también de que sus esfuerzos se dirigen, de forma específica, hacia una mayor capacitación en la práctica del periodismo. Los resultados de nuestro análisis refuerzan, por tanto, la hipótesis de **Monika Djerf-Pierre** (2007) acerca de la utilización de la estrategia de competición.

En el caso español, la maximización del capital intelectual es la vía principal de las periodistas para reducir la brecha de género, aunque no la única. Las nuevas plataformas de información digitales constituyen el nicho del mercado laboral donde se observan los avances más firmes hacia la igualdad. En consonancia con lo observado por **Djerf-Pierre** (2007) en Suecia, la situación de las periodistas españolas también ha mejorado gracias a la estrategia de expansión, a la vista de las diferencias salariales en dicho entorno y de que la ratio de las mujeres mejor remuneradas prácticamente invierte la regla de las 3R en los medios digitales, donde además la mitad de ellas ostentan cargos de responsabilidad editorial (senior y junior). Incluso cuando el salario es inferior al de las ejecutivas de los medios convencionales, la presencia de directivas en los medios nativos digitales triplica al de la prensa convencional, medio en el que la precariedad afecta al 90% de las periodistas de plantilla.

## 5. Bibliografía

- APM* (2010). *Informe anual de la profesión periodística 2010*. Madrid: Asociación de la Prensa de Madrid. <http://www.apmadrid.es/wp-content/uploads/2009/02/Informe%20APM%202010.pdf>
- APM* (2013). *Informe anual de la profesión periodística 2013*. Madrid: Asociación de la Prensa de Madrid. [http://www.apmadrid.es/wp-content/uploads/2009/02/informe\\_profesion\\_2013.pdf](http://www.apmadrid.es/wp-content/uploads/2009/02/informe_profesion_2013.pdf)
- APM* (2014). *Informe anual de la profesión periodística 2014*. Madrid: Asociación de la Prensa de Madrid. [http://www.apmadrid.es/wp-content/uploads/2009/02/Informe%20profesion\\_2014\\_def\\_baja.pdf](http://www.apmadrid.es/wp-content/uploads/2009/02/Informe%20profesion_2014_def_baja.pdf)
- APM* (2015). *Informe anual de la profesión periodística*. Madrid: Asociación de la Prensa de Madrid. [http://www.apmadrid.es/wp-content/uploads/2016/11/INFORME-PROFESION-APM-2015\\_baja\\_7M.pdf](http://www.apmadrid.es/wp-content/uploads/2016/11/INFORME-PROFESION-APM-2015_baja_7M.pdf)
- Berganza, Rosa; Arcila-Calderón, Carlos; Herrero-Jiménez, Beatriz** (2016). "Digital vs. traditional media journalists: sociodemographic characteristics, and external and internal threats to autonomy". *El profesional de la información*, v. 25, n. 2, pp. 179-187. <http://dx.doi.org/10.3145/epi.2016.mar.04>
- Berganza, Rosa; Herrero, Beatriz; Carratalá, Adolfo** (2016). "La (des)confianza de los periodistas españoles hacia las instituciones públicas a partir del estudio de factores organizacionales". *Anuario electrónico de estudios en comunicación social "Disertaciones"*, v. 9, n. 1, pp. 24-43. <http://dx.doi.org/10.12804/disertaciones.09.01.2016.02>
- Brescoach, W. W.; DiGuglielmo, T.; Thornberry, J.** (1998). "Is the playing field level yet? A comparative study of women in mass media: 1970s-1990s" (documento inédito), University of Kentucky, Lexington, EUA.
- Dirección General de Comunicación de la Secretaría de Estado de Comunicación* (2013). *Agenda de la comunicación*. Madrid: Ministerio de la Presidencia. Secretaría General Técnica. <http://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/agendacom/Documents/Agenda2013.pdf>
- Djerf-Pierre, Monika** (2007). "The gender of journalism: The structure and logic of the field in the twentieth century". *Nordicom review*, v. 28, pp. 81-104. [http://www.nordicom.gu.se/sites/default/files/kapitel-pdf/248\\_248\\_djerf-pierre1.pdf](http://www.nordicom.gu.se/sites/default/files/kapitel-pdf/248_248_djerf-pierre1.pdf)
- EFJ* (2012). *Survey report on women in journalists' unions in Europe*. IFJ/EFJ Conference on gender equality in journalists' unions. Confronting the financial crisis, empowering women, Athens. [http://www.iffj.org/fileadmin/images/Gender/Gender\\_documents/IFJEFJ\\_Survey\\_Report\\_on\\_Women\\_in\\_Unions\\_in\\_Europe.pdf](http://www.iffj.org/fileadmin/images/Gender/Gender_documents/IFJEFJ_Survey_Report_on_Women_in_Unions_in_Europe.pdf)
- EIGE* (2013). *Review of the implementation of the Beijing platform for action in the EU member states: Women and the media. Advancing gender equality in decision-making in media organisations*. Luxembourg: European Institute for Gender Equality. ISBN: 978 9292182342 <https://doi.org/10.2839/73389>
- Gallagher, Margaret** (1995). *An unfinished story: Gender patterns in media employment*. Paris: Unesco. ISBN: 92 3 103208 9
- Gallagher, Margaret** (2001). *Gender setting: New agendas for media monitoring and advocacy*. New York: Zed Books. ISBN: 978 1 856498 44 9
- Global media monitoring project* (2015). *Who makes the*

news? Toronto: WACC.

<http://whomakethenews.org>

IWMF (2011). *Global report on the status of women in the news media*. Washington: International Women's Media Foundation. ISBN: 978 0 615 45270 8

**Rush, Ramona R.** (1989). "Communications at the crossroads: The gender gap connection". En: Rush, Ramona R.; Allen, Donna (eds). *Communications at the crossroads: The gender gap connection*. Norwood, NJ: Ablex, pp. 3-19. ISBN: 978 0 893 91481 3

**Rush, Ramona R.; Buck, Elisabeth; Ogan, Christine** (1982). "Nuevas tecnologías: la mujer y la revolución de las comunicaciones". *Chasqui*, v. 4 (julio-septiembre), pp. 88-97. <https://doi.org/10.16921/chasqui.v0i4.1702>

**Rush, Ramona R.; Oukrop, Carol E.; Ernst, Sandra W.** (2004). "Appendix. Original 1972 research report (more than you ever wanted to know) about women and journalism education". En: Ramona R. Rush; Carol E. Oukrop; Pamela J. Creedon (eds.) (2004): *Seeking equity for women in*

*journalism and mass communication education: A 30 year update*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum, pp. 415-452. ISBN: 1135624003, 9781135624002

**Rush, Ramona R.; Oukrop, Carol E.; Sarikakis, Katharine** (2005). "A global hypothesis for women in journalism and mass communications: The ratio of recurrent and reinforced residuum". *Gazette*, v. 67, n. 3, pp. 239-253. <https://doi.org/10.1177/0016549205052226>

**Soriano, Jaume; Cantón, María-José; Díez, Mercè** (2011). "La pseudofeminización de la profesión periodística en España". *Zer*, v. 10, n. 19, pp. 35-52. <http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer19-02-soriano.pdf>

**Van-Zoonen, Liesbet** (1998). "One of the girls?: The changing gender of journalism". En: Carter, Cynthia; Branston, Gill; Allan, Stuart (eds.). *News, gender and power*. London: Routledge, pp. 33-46. ISBN: 9780415170161

*Worlds of journalism study* (2016). *Aggregated data on key variables - Sociodemographic backgrounds: Gender*. Munich: Worlds of journalism study.



RedIRIS

IWETEL

Foro para profesionales de  
bibliotecas y documentación

<https://www.rediris.es/list/info/iwetel.html>

Con unos 6.000 miembros, **IweTel** es la mayor lista de distribución en castellano para debatir y estar al día sobre temas de biblioteconomía y documentación.

Fue creada en 1993 por Tomàs Baiget, como complemento de *Information World en Español* (IWE), revista que en 1999 pasó a denominarse *El profesional de la información* (EPI).

Desde 1998 **IweTel** está alojada en el servicio de listas de RedIRIS, siendo posible consultar en sus archivos estos 18 años de la historia de la documentación en España: <https://listserv.rediris.es/cgi-bin/wa?A0=IWETEL>

La lista cuenta con 4 moderadores que permanentemente filtran los mensajes para evitar spam, mensajes inapropiados, anuncios, mensajes repetidos, etc.:

**David Gómez** (Observatorio de la Infancia de Andalucía),  
**Isabel Olea** (EPI, León),  
**Nieves González-Fernández-Villavicencio** (Universidad Pablo de Olavide, Sevilla),  
**Tomàs Baiget** (EPI, Barcelona).

Puedes suscribirte a **IweTel** en:

<https://listserv.rediris.es/cgi-bin/wa?SUBED1=IWETEL&A=1>