

La incorporación de la mujer a la profesión periodística en España. Crítica a la hipótesis de la feminización

Jaume Soriano
Universidad de Vic
Universidad Autònoma de Barcelona
[Descargar PDF] - [Descargar SWF]

Resumen: Este artículo se basa en parte del material obtenido para el próximo "Llibre Blanc de la Professió Periodística a Catalunya" encargado por el Col.legi de Periodistes de Catalunya. Defiende la pseudofeminización de la profesión en España frente a la hipótesis dominante de su feminización tras un examen de los datos sobre la inserción de la mujer en el periodismo español. Dichos datos revelan que: a) la presencia de las mujeres se caracteriza por una alta tasa de abandonos; 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 la vida privada.

Palabras Clave: Pseudofeminización, discriminación de género, inserción laboral, profesión periodística, sociología, España.

Desde principios de la década de los años 90 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 sentando las bases para la consolidación de una sociología de la profesión periodística en nuestro país. Dos aspectos han contribuido, a nuestro entender de manera decisiva, en la fijación de este interés académico por los periodistas. Por un lado, el desarrollo de los estudios de Ciencias de la Comunicación en las diversas universidades del Estado ha favorecido el crecimiento exponencial de periodistas en el mercado de trabajo y al mismo tiempo el aumento de aquellos que se interesan por cómo es y cómo trabaja este colectivo. Por otro lado, en la formación de muchos de los jóvenes investigadores españoles en comunicación social ha tenido un peso destacado una línea de trabajo que Mauro Wolf denominó como "sociología de los emisores". De acuerdo con el planteamiento del sociólogo italiano un buen camino para calibrar el poder de los medios de comunicación en una sociedad es a través del estudio de los emisores, especialmente los periodistas. Esta perspectiva conecta los sugerentes trabajos norteamericanos microsociológicos de los años 70 reunidos bajo la etiqueta "newsmaking" con perspectivas macrosociológicas europeas más preocupadas por desentrañar el papel de la prensa en la opinión pública y con la creciente profesionalización de los periodistas a partir de la década de los 80.

Este contexto ha favorecido la aparición de trabajos sobre la estructura y dinámica de la profesión periodística. En el caso español, el desarrollo de una sociología de la profesión periodística está especialmente marcado por 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, 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 apañado ha resultado en la búsqueda de resultados mesurables 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. Para ello, las investigaciones encargadas han frecuentado los terrenos de la sociología cuantitativa, especialmente las 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, 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, 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 ha sido una de las líneas de trabajo más firmes a lo largo de los años 90 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 de la sociología de la profesión periodística ha incorporado el concepto de género para explicar un buen número de procesos de significación de los contenidos de los medios y también ha sido el primero en poner de relieve el proceso de feminización del colectivo profesional. En conexión con esta perspectiva, que ha influido de forma tan notable en las presentes investigaciones sobre el colectivo de los periodistas españoles, la noción de la hipótesis de la feminización que desarrollaremos a continuación pretende describir a grandes rasgos cómo diversos trabajos comparten la idea de la feminización del periodismo para referirse a la presencia de las mujeres en las redacciones sino también para explicar cambios registrados en el tratamiento periodístico de la información en general.

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 comunicación¹.

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, 2000), la última realizada en mayo del 2003 por el Col.legi de Periodistas para el Llibre Blanc de la profesión eleva el porcentaje al 37% en Catalunya (Radiografía previa al 2004). Los trabajos realizados durante la segunda mitad de la década de los 90 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, Hungría (33%). Por debajo de este porcentaje se encuentran Canadá (28%), el Reino Unido, Ecuador y México (los tres con un 25%), Argel (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).

Los argumentos que apoyan esta hipótesis 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 del estado español la tasa de empleo femenino frente a la masculina. 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 permanecerá al margen².

En segundo lugar, una mirada a las aulas universitarias en las que se imparten materias conducentes a la práctica del periodismo revela la desproporción entre hombres y mujeres, favorable a estas últimas. Por poner dos ejemplos representativos en Catalunya, el volumen de mujeres matriculadas en las licenciaturas de comunicación en el curso 2003-04 en el principal centro público (Universitat Autònoma de Barcelona) fue del 71%, y del 64 % en el principal centro privado (Universitat Ramon Llull). 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.

La evidencia de los cambios que se estaban produciendo en otras profesiones y sectores económicos y las perspectivas de futuro que abría el aumento de las mujeres en las universidades han propiciado una corriente de opinión favorable a reconocer como un hecho la feminización en el periodismo. Un hecho que, en muchos casos se ha llegado a dar por descontado cuando se habla de que el perfil del periodista es femenino (Gil, 2004). Sobre esta base, la investigación durante los 90 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). De acuerdo con las diversas encuestas encargadas por el Col.legi de Periodistes de Catalunya, las mujeres tienden a situarse en las escalas salariales más bajas. En las encuestas de 1996 i 2000 se llegaba a cuantificar en más de 6.000€ (euros) 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 trayectorias 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 años 90 una situación ligeramente diferente en los medios audiovisuales. En las televisiones autonómicas, por ejemplo, excepto en Telemadrid en donde hay un 42% de directivas, en el resto de canales, Euskal Telebista, Canal Nou y Canal Sur el porcentaje de mujeres que ocupan puestos de dirección es del 12% de media, sin embargo el porcentaje de mujeres profesionales en estos tres canales autonómicos alcanza la cifra de 55%, 50% y 34%, respectivamente. En cuanto a emisoras de radio se observa la misma tendencia, a pesar de ser un sector 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. En Radio Nacional de España de un total de 57 directivos, 11 son mujeres, el 19% (López Díez, 2004).

El escaso número de mujeres en los puestos directivos de los rotativos y de otros medios de comunicación se ha convertido en la principal prueba de esta discriminación que, a su vez, pone de manifiesto decisiones en la élite de la profesión emascaradas por una aparente igualdad de oportunidades. La 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. En esta misma línea hay que inscribir 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 otras líneas de trabajo más recientes que sondean las consecuencias que tiene, en los procesos de producción y en los contenidos, una mayor presencia de las mujeres en las redacciones. Zillakus-Tikkanen (en Djerf-Pierre, Löfgren-Nilsson, 2001) apunta siete aspectos con los cuales se puede identificar este proceso: dar prioridad a las noticias blandas, contextualizar las noticias y observar los datos como procesos, no como hechos aislados; dar más importancia a las causas y a 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. Eric Neveu (2000), por su parte, trata del "approche gendered" como una consecuencia de la progresiva feminización de la profesión que se traduce en una mayor comprensión de la realidad sobre la que se informa. Este autor parte de la idea del "femenin-comprensif", 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 contextualizadas y más temas sobre la vida cotidiana.

La falsación de la hipótesis. El caso de Cataluña

Lo escrito hasta ahora nos sirve para entender el alcance que se está dando al concepto de feminización en el periodismo. Un examen detallado de datos más recientes y el cruce con otras variables desmienten que se esté produciendo efectivamente una transformación sociodemográfica del colectivo periodístico en Catalunya, 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 90 por parte del Col.legi de Periodistes de Catalunya, así como el reciente trabajo para la elaboración del Llibre Blanc de la Professió Periodística a Catalunya nos servirán de base para falsar la hipótesis de la feminización.

Las estadísticas iniciadas en 1992 por el Col.legi de Periodistas 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 el 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, 2000), arrojan valores del 25%, todavía por debajo de los conocidos en Catalunya a principios de la década. El resto de encuestas de la serie efectuadas por el Col.legi en Catalunya, 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 Catalunya. A principios de la década de los 90 se rompe el monopolio de la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB) y nuevos centros universitarios amplían la oferta de estudios de periodismo. Ya entonces, la proporción de mujeres estudiantes era superior al de los hombres. En el curso 1995/96 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) con el 62% de mujeres y el 38% de hombres, 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 s. XXI han aumentado este desequilibrio favorable a las mujeres³.

La fortaleza de las mujeres en las aulas ha sido un argumento poderoso para la defensa de la hipótesis de la feminización, pero la comparación entre la proporción en las aulas con la proporción en la profesión muestra una paradoja persistente en los últimos 12 años en Cataluña. La de las dificultades de acceso de las mujeres periodistas a un puesto de trabajo normalizado. Una situación sobre la que todavía no hay datos concluyentes del conjunto de España pero que también se manifiesta en Galicia o Madrid, de acuerdo con las informaciones de que disponen los responsables de las asociaciones de la prensa.

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 del 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.

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 envecten, ellas se van retirando por cuestiones personales, familiares, culturales o históricas" (Canel, 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 presenat porcentajes similares (57% hombres y 47% mujeres), pero a partir de los 36 años el número de mujeres disminuye triplica al de las mujeres (Canel, 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, 2003).

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 Professió 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, se observa que las posiciones de las mujeres en el sector se concentran principalmente en los cargos de poca responsabilidad, como es la figura genérica de redactor, y que también son más numerosas las mujeres en los ámbitos definidos como "otras prensas", aunque también son más en la televisión y en la radio, pero no en valores absolutos. 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 Catalunya 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 Catalunya (Asensio et al., 2003). Esta presencia casi dobla la del conjunto de la profesión.

A través de las entrevistas en profundidad se ha podido observar también una prevalencia de las carreras profesionales de las mujeres hacia espacios de la profesión considerados tradicionalmente como periféricos, como pueden ser el sector de 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, 2000; Ortega y Humanes, 2000). Ciertas las periodistas contratadas como un problema la compatibilización entre la vida laboral y la vida privada. Una percepción análoga 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.

Cada una se ve obligada a buscar individualmente la solución que mejor se adapta a su situación, la solución que más le conviene. Algunas consideran que la única opción es renunciar a parte del trabajo, con "el riesgo de que te puedas quedar sin trabajo", comentan algunas. De hecho una periodista reconoce haber renunciado a ser corresponsal porque tenía hijos. La opción tomada por otra entrevistada fue la reducción 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 discriminación muy extendida que impide su promoción y la consiguiente falta de referentes en los que las recién llegadas puedan fijarse. A partir de la opinión de una periodista se puede observar incluso una cierta amenaza de la autostigma:

A la mujer le cuesta mucho más mantenerse, también incluso por culpa de nosotras mismas porque hay veces que no nos creemos capacidades de poder asumir perfectamente ese cargo, porque nos da la sensación de que cualquier error que hagamos como que nos va a contar el doble (Soriano et al., 2004: 170).

Pero ante estas formas de discriminación de las mujeres periodistas la respuesta común no es sólo es el abandono de la profesión sino que también, y creemos que en mayor medida, es habitual el desplazamiento hacia zonas donde resulta más tolerable la conciliación con la vida privada. Un traslado hacia espacios profesionales menos visibles. Un último dato puede servir para afianzar esta idea. La encuesta realizada en Catalunya para el Llibre Blanc de la Professió Periodística revela que el colectivo presenta una baja disponibilidad a cambiar de profesión (el 266%) pero no a cambiar de empresa para la que trabajan (un 494%). Dentro de este último apartado las mujeres dispuestas a cambiar de empresa superan a los hombres en casi 10 puntos (un 552% mujeres y un 46% hombres).

El examen de todos estos datos nos ofrece un panorama en el 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.

La sociología de la profesión periodística realizada en nuestro país hasta la fecha ha partido básicamente de resultados obtenidos con encuestas. Desde un punto de vista estadístico, las encuestas realizadas se ajustan, en la mayoría de los casos, a cánones de muestreo correctos. El tamaño de las muestras en casi todos los casos no supera las 1.000 entrevistas. Una cifra aceptable para el estudio de poblaciones finitas, como la del colectivo de periodistas, que no alcanza en toda España los 100.000 individuos. Con estos instrumentos metodológicos 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 los casos en los listados de asociaciones profesionales, sindicatos o registros de instituciones públicas o privadas, que acostumbra a concentrar a los sectores más "visibles" de la profesión periodística. Otros selecciones de muestreo de entre los trabajadores contratados para medios de comunicación, sin un muestreo previo de los propios medios de comunicación e ignorando, por consiguiente, a aquellos periodistas que desarrollan tareas periodísticas 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, también han tendido a quedar excluidos de los muestreos realizados. Con estos criterios metodológicos no será posible acercarnos a la hora de hablar de posiciones y de condiciones socio-laborales que pueblan la profesión periodística. Los sondeos que las muestras de las encuestas han de ser más escrupulosos con la diversidad del colectivo. "Una muestra debe ser un universo en miniatura, fiel reflejo de las características del universo o población total del que se ha sacado" (Ruiz Olabuénaga, 1998).

Por todo ello parece razonable concluir 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 socio-laborales en las que las mujeres se han incorporado hasta ahora en la profesión aconsejan prudencia a la hora de hablar de procesos de feminización. Apuntar 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 bibliográficas

Asensio, Eva; CALVO, Lucia; Domingo, David y Rubies, Toni (2003): "Informe sobre la situació laboral i professional dels periodistes digitals a Catalunya". Grup de Periodistes Digitals i Sindicat de Periodistes de Catalunya, en col.laboració amb el Col.legi de Periodistes de Catalunya. Barcelona, novembre 2003. Dirección: <http://www.periodistesdigitals.org/cat/Informes.htm>.

Bezunartea, Ofa (2003): "La importancia de un trabajo seguro. El anonimato del periodista". Madrid, Telos nº 54 (enero-marzo). Dirección: <http://www.campusred.net/telos>

Canel, Mª 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". 15th Nordic Conference on Media and Communication Research, Reykjavik, 2001.

García de Cortázar, María y García de León, Mª Antonia (coords.) (2000) Profesionales del periodismo. Hombres y mujeres en los medios de comunicación. Madrid, Centro de Investigaciones Sociológicas. Colección Monografías, núm. 181.

Gil, Quim (2004): "Análisis centripeto del periodista en red. Nuevos perfiles profesionales". Madrid, Telos nº 59, (abril-junio). Dirección: <http://www.campusred.net/telos>

Humanes, María Luisa (2003) "Evolución de roles y actitudes. Cultura y modelos profesionales del periodismo". Madrid, Telos nº 54, (enero-marzo). Dirección: <http://www.campusred.net/telos>

Limor, Yehiel y Lavie, Aliza (2002): "The Feminization of the Media: The Case of Israel". 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". Dirección: <http://mujeres.usal.es/data/core/archivos/congresoint.doc>

Melin-Higgins, Margaretta (2001): "Coping with Journalism: Gendered Newsroom Culture". Jornadas de discusión sobre la construcción de los estereotipos de género en los medios de comunicación, Mayo 2001, Fac. CC. 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 feminsation d'une profession". Paris, Revue Politix, nº 51, octobre, Publications Herms.

Ortega, Félix y Humanes, María 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". Ámbitos, núm. especial 2002 – año 2003, pp. 487-504.

Ruiz Olabuénaga, José I. (1998): Cómo elaborar un proyecto de investigación social. Bilbao: Universidad de Deusto.

Soriano, Jaume; Cantón, María José; Díez, Col·legi y Jiménez, Dario (2004): Informe qualitatiu previ al Llibre Blanc de la Professió Periodística de 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 Publications.

Weaver, David H. (ed.) (1998) The global Journalist. News People Around the World. New Jersey: Hampton Press.

Notas

1 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 dejen 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.

2 La tasa de empleo femenino en España creció 19 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 alejados. 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).

3 En el curso 2003-04 el porcentaje de mujeres matriculadas en la Facultat de Ciències de la Comunicació fue del 71'3%.