

ESTUDIO SOBRE MUJERES PERIODISTAS EN ESPAÑA

Febrero 2020

- 1. Introducción**
- 2. Metodología**
- 3. Resultados**
 - a) Fase cuantitativa**
 - b) Fase cualitativa**
- 4. Conclusiones**



1. INTRODUCCIÓN

OBJETIVOS DEL ESTUDIO

El **objetivo principal** del presente estudio es elaborar un perfil de las mujeres periodistas y comunicadoras actualmente en España, así como detectar las dificultades a las que se enfrentan en el entorno laboral.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. **Realizar una descripción en detalle de las características socio-laborales de las mujeres periodistas y comunicadoras**
2. **Detectar dificultades de acceso y promoción en la trayectoria laboral de las mujeres**
3. **Detectar las demandas y necesidades no cubiertas que el colectivo de mujeres periodistas/comunicadoras pueda tener**
4. **Descubrir si existen diferencias entre las condiciones laborales de hombres y mujeres dentro de la profesión**



2. METODOLOGÍA

METODOLOGÍA CUANTITATIVA

METODOLOGÍA CUALITATIVA

2. METODOLOGÍA

Con el fin de cubrir los objetivos, se plantea de forma simultánea metodología de recogida de información **CUANTITATIVA Y CUALITATIVA**. En ambas se garantiza la confidencialidad y anonimato de las participaciones.

FASE CUANTITATIVA

FASE CUALITATIVA

1. REALIZAR UNA DESCRIPCIÓN EN DETALLE DE LAS CARACTERÍSTICAS SOCIO-LABORALES DE LAS MUJERES PERIODISTAS Y COMUNICADORAS
2. DETECTAR DIFICULTADES DE ACCESO Y PROMOCIÓN EN LA TRAYECTORIA LABORAL DE LAS MUJERES
3. DETECTAR LAS DEMANDAS Y NECESIDADES NO CUBIERTAS DEL COLECTIVO DE MUJERES PERIODISTAS/COMUNICADORAS
4. DESCUBRIR SI EXISTEN DIFERENCIAS ENTRE LAS CONDICIONES LABORALES DE HOMBRES Y MUJERES EN LA PROFESIÓN



2. METODOLOGÍA CUANTITATIVA



ENCUESTAS

322
ENCUESTAS

Se han realizado un total de 322 encuestas online a mujeres periodistas dentro del ámbito nacional, que han sido seleccionadas de forma aleatoria mediante la utilización de contactos facilitados por la Plataforma en defensa de la libertad de información y la Federación de Periodistas.

FICHA TÉCNICA

Universo: Mujeres periodistas y comunicadoras en edad potencialmente activa

Cobertura geográfica: Nacional

Técnica: Encuesta online (CAWI)

Tamaño muestra: 322 encuestadas.

Tipo de muestreo: Aleatorio

Nivel de confianza: 95,5%

Error máximo: 5,5%

Fecha trabajo de campo: Del 19 al 25 de febrero de 2020

MUESTRA TEÓRICA

300

VS

MUESTRA REAL

322

2. METODOLOGÍA CUALITATIVA



ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD

10 ENTREVISTAS

Entrevistas individuales telefónicas de 30 minutos de duración conducidas con la ayuda de un guión semi-estructurado a 10 personas seleccionadas a través de la Plataforma en defensa de la libertad de información.

FICHA TÉCNICA

Universo: Mujeres de entre 35 a 55 años, periodistas (en medios audiovisuales, digitales o escritos, comunicadoras, etc..) cuya trayectoria superaba los 5 años de profesión, empleadas tanto en el sector público como el privado.

Técnica: Entrevistas individuales en profundidad

Nº entrevistas: 10

Modalidad: Telefónica

Fecha trabajo de campo: Del 26 al 28 de Febrero de 2020

2. METODOLOGÍA CUALITATIVA



GRUPO DE DISCUSIÓN

Realización de un grupo de discusión de 60 minutos de duración para abordar las potenciales diferencias en las condiciones laborales de hombres y mujeres en el sector. Se contó con la presencia de hombres y mujeres para cubrir las percepciones de ambos sexos.

1 GRUPO

FICHA TÉCNICA

Nº de grupos: 1

Nº de participantes por grupo: 7

Universo: 4 mujeres y 3 hombres de 30 a 55 años, periodistas empleados en medios de comunicación tradicionales y/o digitales, en departamentos de comunicación, o autónomos-freelance. Trabajando para empresas tanto del sector público como del privado.

Lugar de realización: Oficinas de Ideara, Madrid

Fecha trabajo de campo: 27 de febrero de 2020, 17h.



3. RESULTADOS

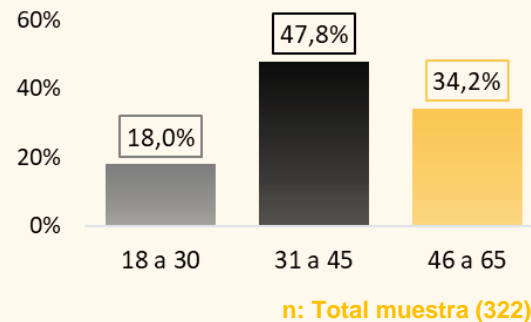
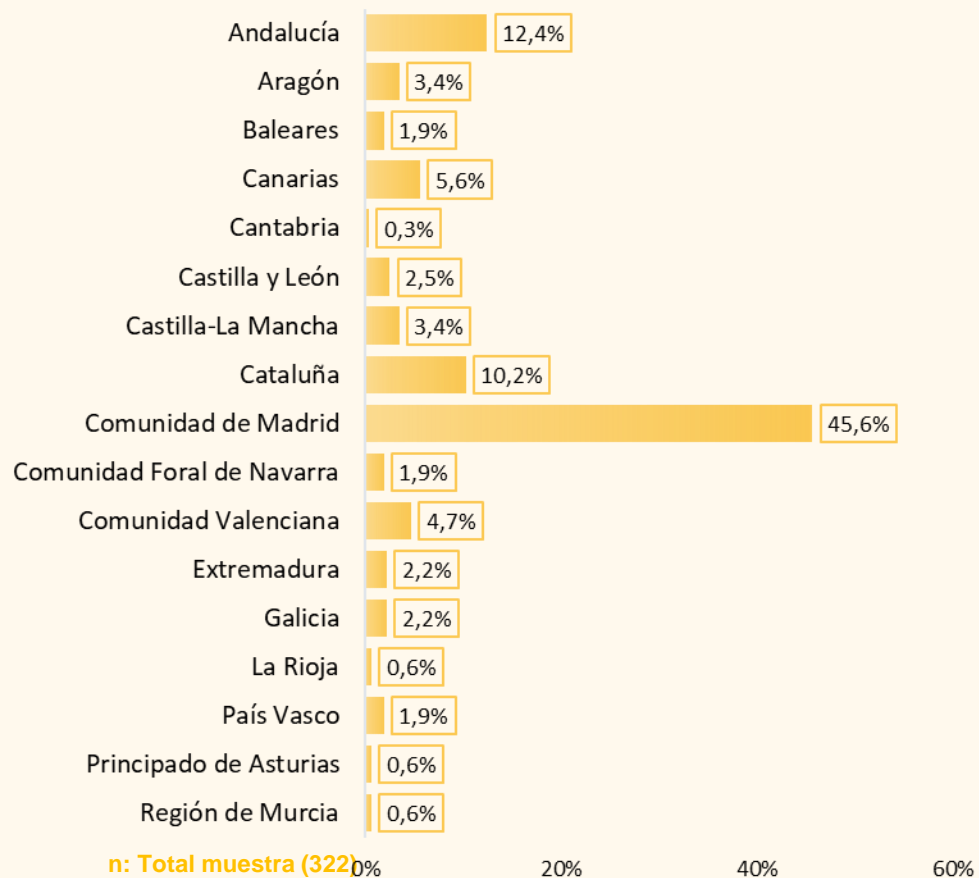


RESULTADOS DE LA FASE CUANTITATIVA

3. RESULTADOS FASE CUANTITATIVA

Caracterización de la muestra

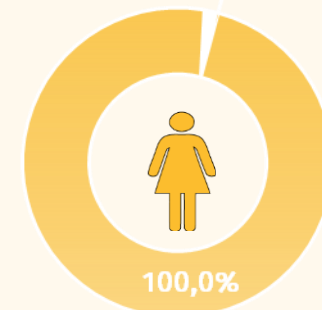
LUGAR DE RESIDENCIA DE LA MUESTRA



Todas las encuestadas están en edad activa, siendo el segmento más numeroso el de mujeres periodistas de 31 a 45 años (47,8% de la muestra).

EDAD DE LA MUESTRA

SEXO DE LA MUESTRA



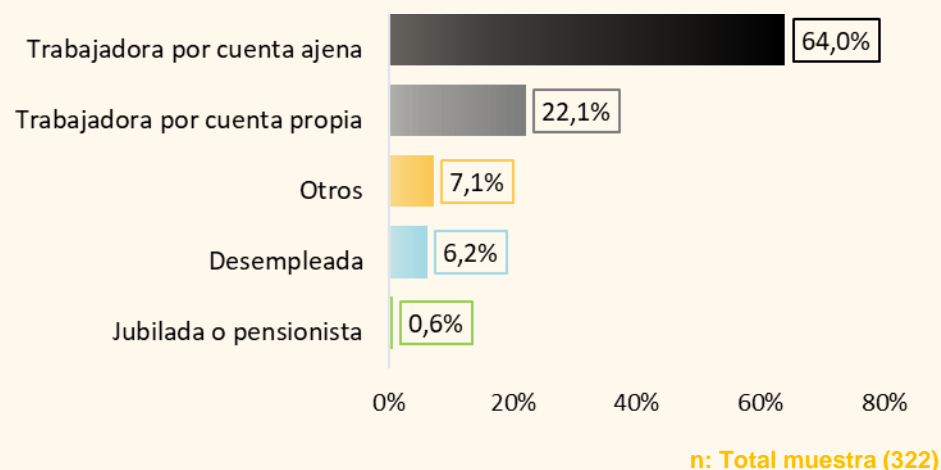
En este estudio los hombres están fuera de cuota.

3. RESULTADOS FASE CUANTITATIVA

Caracterización socio-laboral del sector

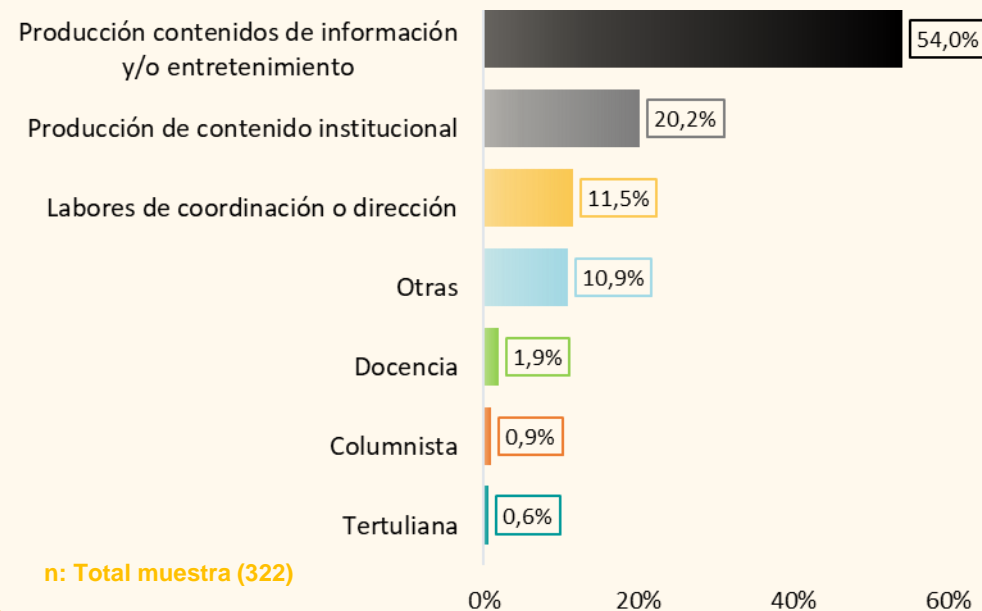
SITUACIÓN LABORAL

El 64,0% afirma trabajar por cuenta ajena, siendo las periodistas en régimen autónomo las que ocupan el segundo lugar (22,1%). Casi un 7% de las periodistas dice no encontrarse ocupada (desempleadas y/o jubiladas).



PERFIL PROFESIONAL

Más de la mitad de las periodistas se dedican a la producción de contenidos de información y/o entretenimiento. Solo el 11,5% se dedica a labores de coordinación o dirección.

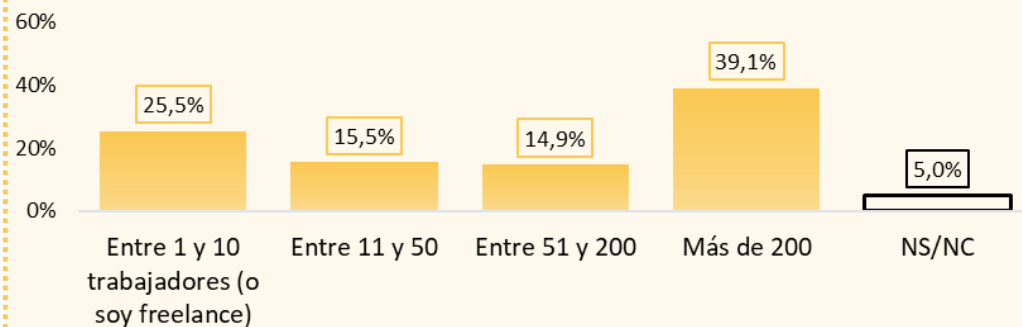


3. RESULTADOS FASE CUANTITATIVA

Caracterización socio-laboral del sector

TAMAÑO DE LA ENTIDAD

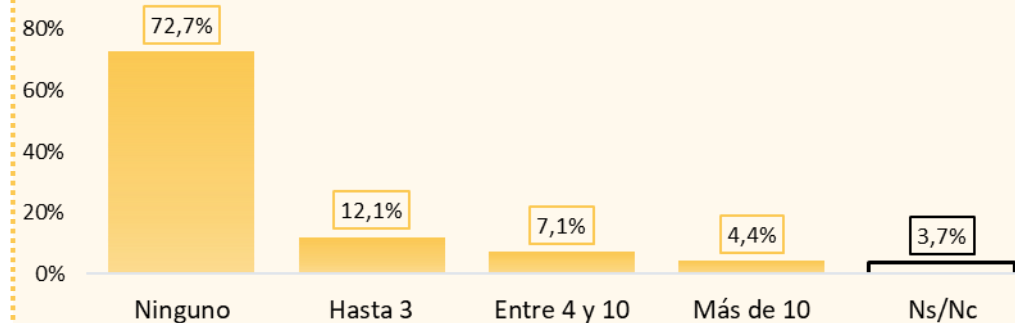
Casi el 40% de las periodistas asevera trabajar en una entidad de más de 200 empleados, seguida del 25% que trabaja en entidades pequeñas (de 1 a 10 trabajadores) y/o son freelance.



n: Total muestra (322)

PERSONAL A CARGO

El 72,7% de las periodistas no tiene personal a su cargo, mientras que solo el 4,3% afirma coordinar equipos de más de 10 trabajadores.



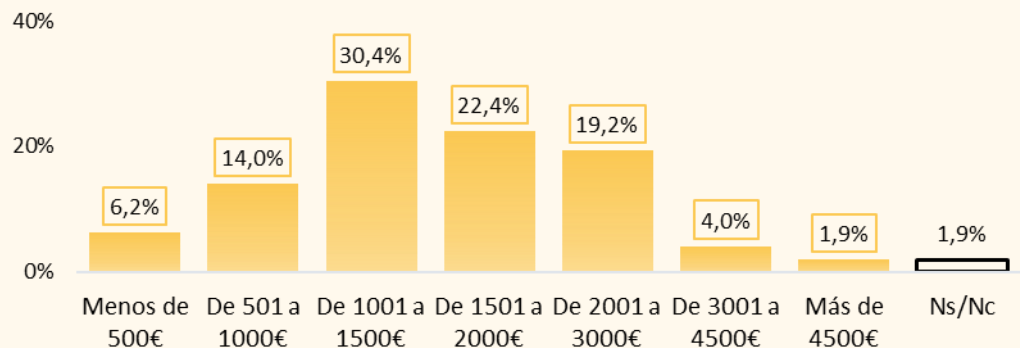
n: Total muestra (322)

3. RESULTADOS FASE CUANTITATIVA

Caracterización socio-laboral del sector

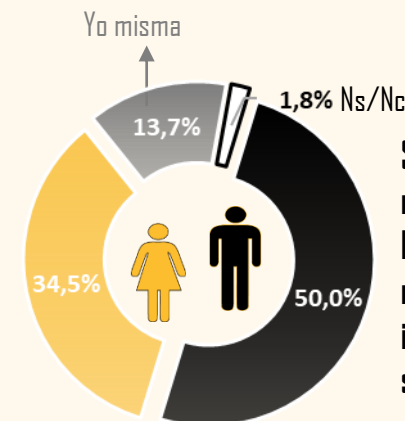
SALARIO MENSUAL

Más del 50% asevera tener unos ingresos medios que oscilan entre los 1.000€ y 2.000€ mensuales.



n: Total muestra (322)

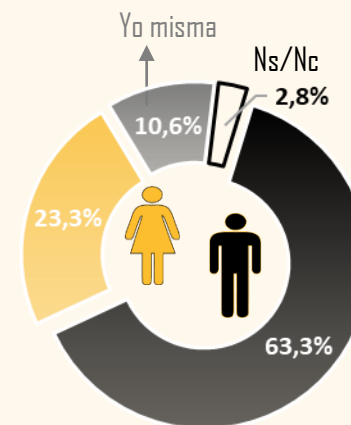
RESPONSABLE DIRECTO



Se observa un reparto equitativo de los puestos de responsabilidad intermedia entre sexos.

n: Total muestra (322)

RESPONSABLE ÚLTIMO

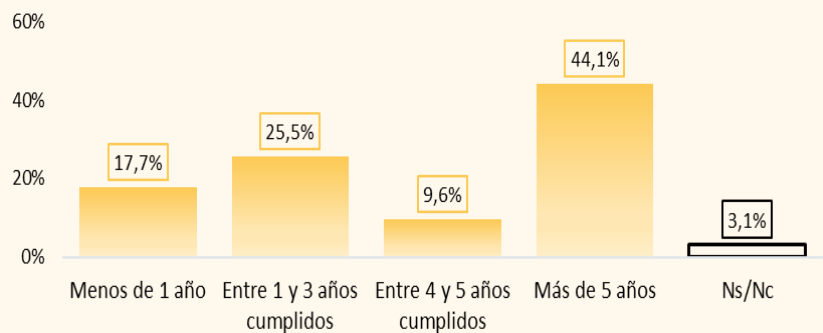


Es en los puestos superiores donde se percibe un reparto menos equitativo según sexo. De cada 3 puestos directivos, 2 son ocupados por hombres.

3. RESULTADOS FASE CUANTITATIVA

Caracterización socio-laboral del sector

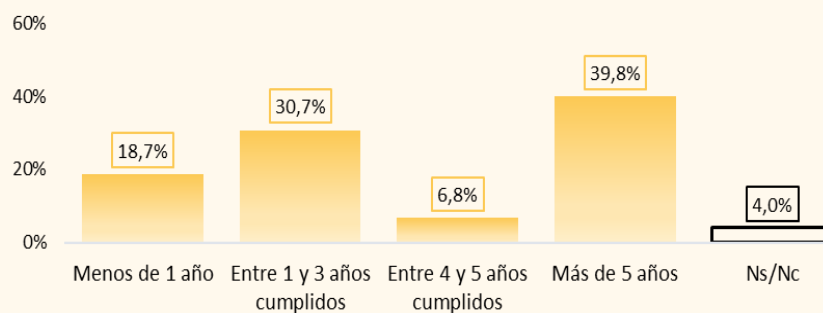
TIEMPO EN LA EMPRESA/ENTIDAD ACTUAL



El 44,1% trabaja en la misma entidad desde hace más de 5 años, solo el 17,7% afirma tener una antigüedad menor de un año.

n: Total muestra (322)

TIEMPO EN EL PUESTO ACTUAL



Casi el 40% trabaja en el mismo puesto desde hace más de 5 años, solo el 18,7% afirma llevar menos de un año.

n: Asalariadas (251)

Cruce entre tiempo en el puesto actual y tiempo en la empresa

Se observa una alta correlación entre el tiempo que llevan las periodistas asalariadas en su puesto de trabajo actual y el tiempo que llevan trabajando dentro de la misma entidad, percibiéndose por tanto una muy baja probabilidad de promoción o ascenso dentro de la misma empresa (el 78,9% de las periodistas que llevan más de 5 años en la empresa, también llevan más de 5 años en su puesto actual).

Tiempo en el puesto actual.	Tiempo en la empresa.					Total
	Menos de 1 año	Entre 1 y 3 años cumplidos	Entre 4 y 5 años cumplidos	Más de 5 años	Ns/Nc	
Menos de 1 año	94,9%	5,2%		5,7%		18,7%
Entre 1 y 3 años cumplidos		93,1%	28,6%	12,2%	20,0%	30,7%
Entre 4 y 5 años cumplidos			61,9%	2,4%	10,0%	6,8%
Más de 5 años		1,7%	4,8%	78,9%	10,0%	39,8%
Ns/Nc	5,1%		4,8%	0,8%	60,0%	4,0%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

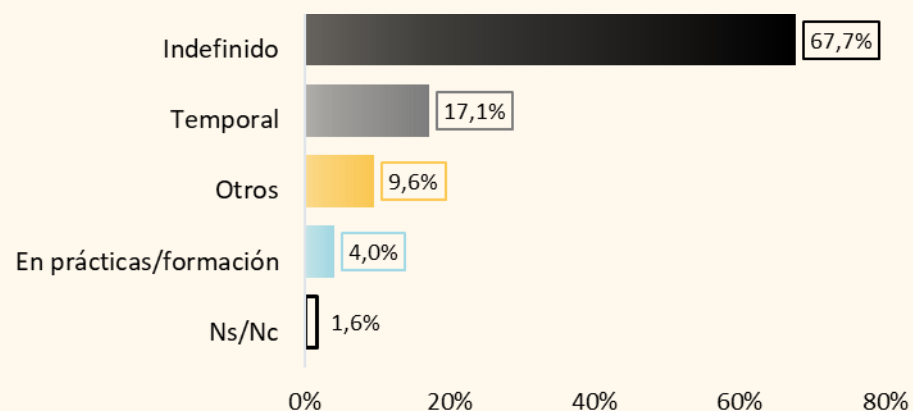
n: Asalariadas (251)

3. RESULTADOS FASE CUANTITATIVA

Caracterización socio-laboral del sector

TIPO DE CONTRATO

Dos tercios de las periodistas tienen contrato indefinido, mientras que solo un 17,1% tiene contratos temporales.

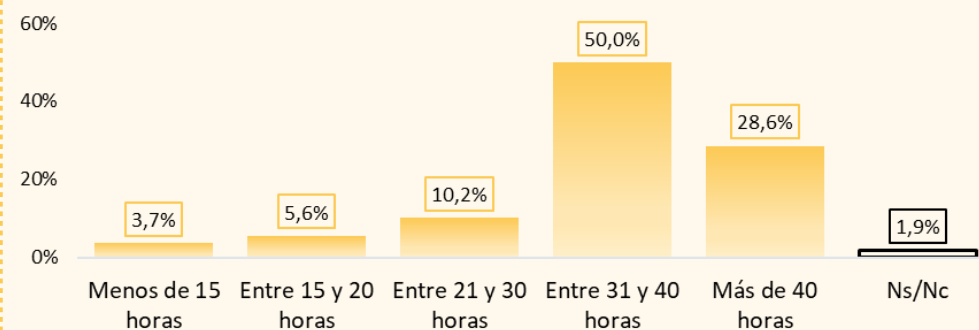


n: Asalariadas (251)

TIPO DE JORNADA

También se observa una mayor tendencia a tener jornadas completas, de 31 a 40 horas semanales (50,0%).

Destaca el 28,6% de las periodistas que afirman trabajar más de 40 horas semanales.



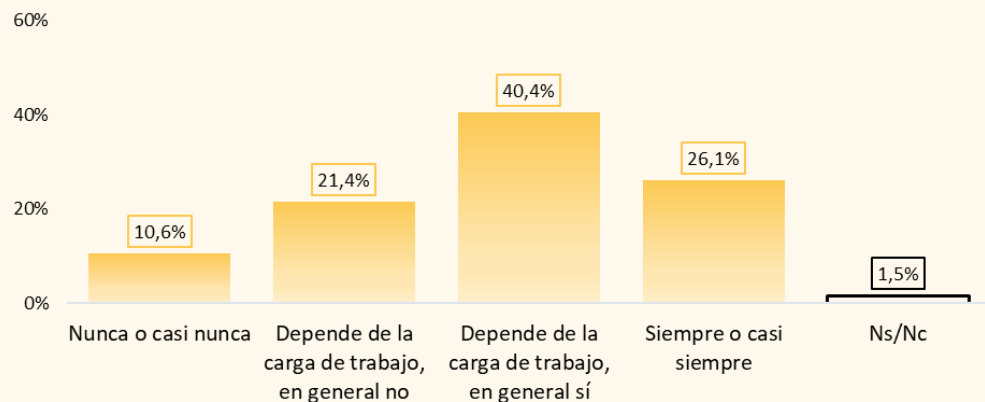
n: Total muestra (322)

3. RESULTADOS FASE CUANTITATIVA

Caracterización socio-laboral del sector

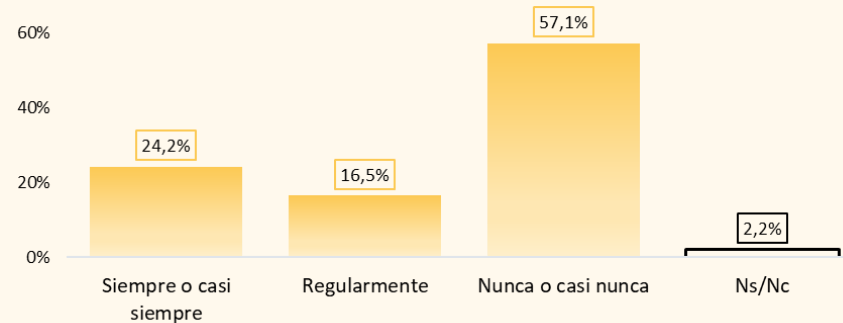
¿Puedes compatibilizar el ámbito laboral y personal?

Diversidad de opiniones con respecto a la posibilidad de conciliar el ámbito laboral con el personal, siendo solo el 26,1% las que afirman conseguirlo siempre o casi siempre.



n: Total muestra (322)

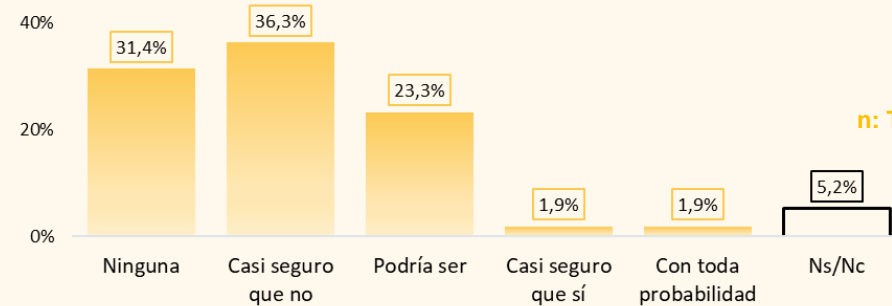
¿Teletrabajas?



n: Total muestra (322)

El 57,1% afirma no teletrabajar nunca o casi nunca.

Posibilidades de promoción o ascenso



n: Total muestra (322)

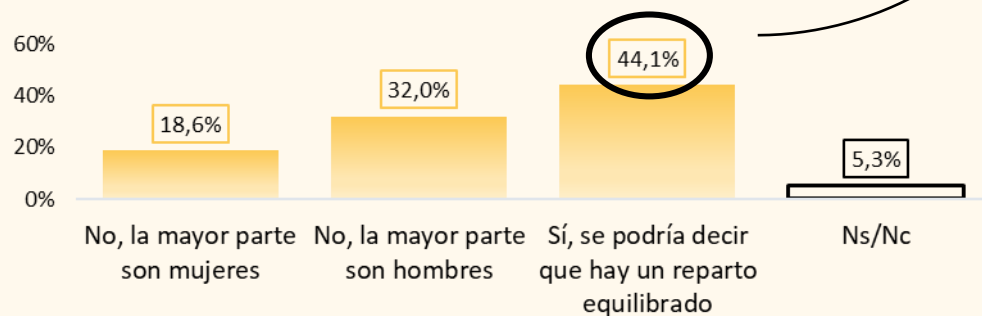
La mayoría **no ve posible** conseguir un ascenso, siendo solo el 3,8% las que lo perciben como algo seguro o con toda probabilidad.

3. RESULTADOS FASE CUANTITATIVA

Percepción de igualdad en el sector

¿Consideras que la profesión tiene un reparto de sexos equilibrado?

El 44,1% considera que sí existe un reparto de sexos equilibrado, y el 32% cree que la mayor parte son hombres.

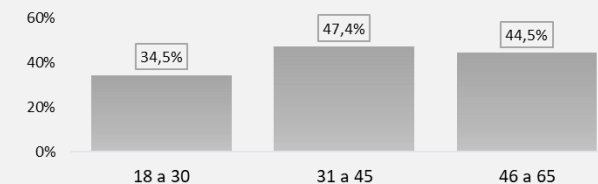


n: Total muestra (322)

“Hay reparto equilibrado”: Cruces de interés

La edad, la situación laboral y el número de personas a su cargo influyen en dicha percepción, y se observa una valoración más negativa entre las periodistas más jóvenes, las personas no ocupadas y entre aquellas periodistas que no tienen personal a su cargo.

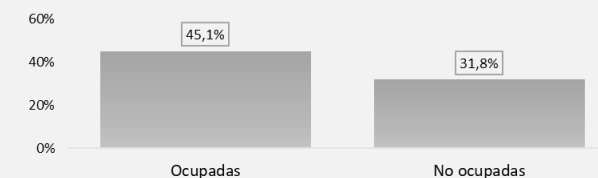
Según edad



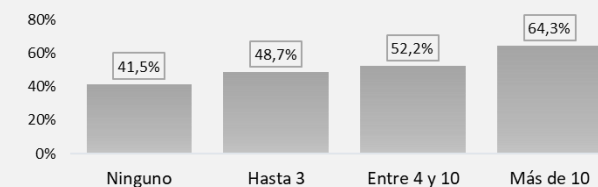
Según situación laboral

Ocupadas: Autónomas + contratadas.

No ocupadas: Desempleadas, jubiladas y pensionistas.



Según personal a cargo

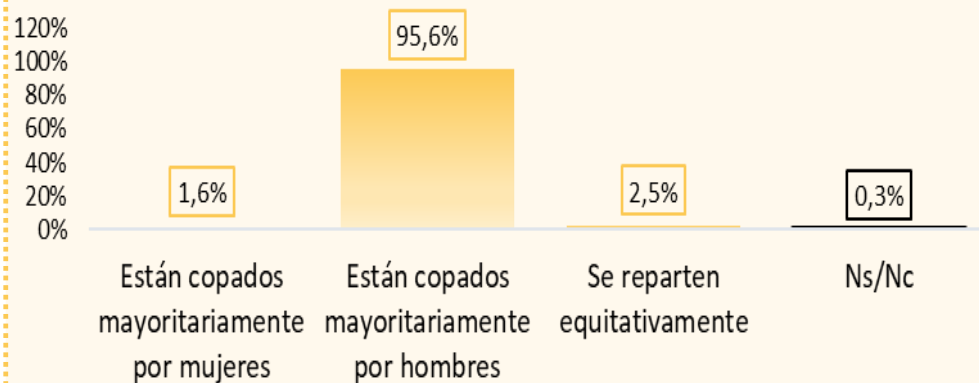


3. RESULTADOS FASE CUANTITATIVA

Percepción de igualdad en el sector

¿Consideras que los puestos directivos en tu sector...?

Casi unanimidad, el 95,6% considera que los puestos directivos están copados mayoritariamente por hombres.



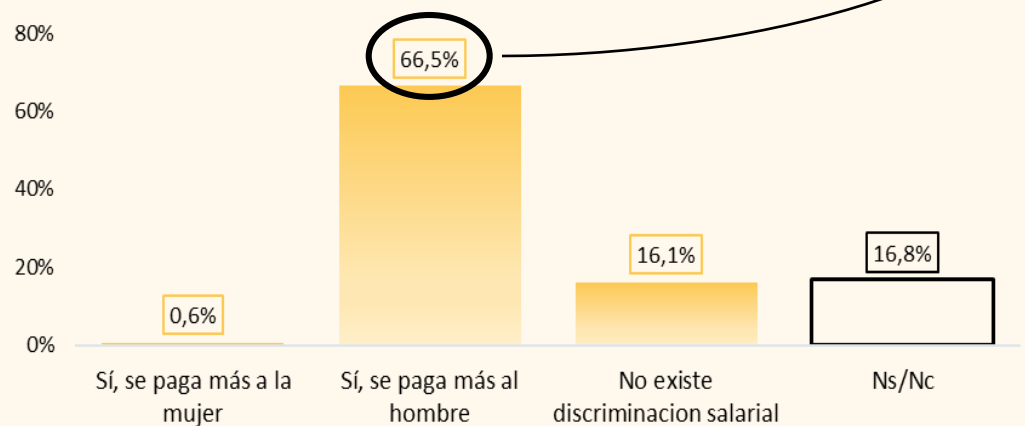
n: Total muestra (322)

3. RESULTADOS FASE CUANTITATIVA

Percepción de igualdad en el sector

¿Consideras que existe discriminación salarial en la profesión?

Dos tercios de las periodistas cree que los hombres perciben mejor salario que las mujeres, y solo el 16,1% considera que no existe discriminación salarial.

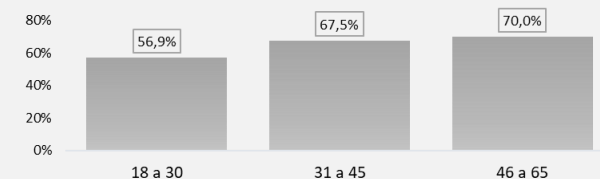


n: Total muestra (322)

“Sí, se paga más al hombre”: Cruces de interés

Se percibe un cambio de tendencia según edad, situación laboral y número de personas a su cargo. Llama la atención que las periodistas con más de 10 personas a su cargo perciban un reparto equilibrado dentro del sector, pero una mayor discriminación a nivel salarial.

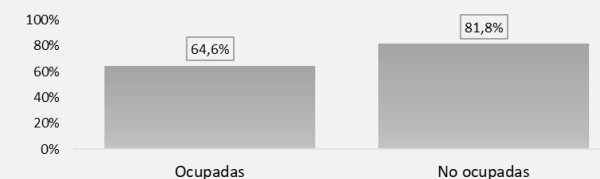
Según edad



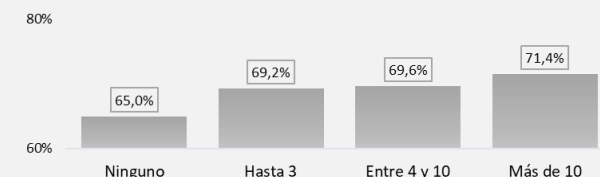
Según situación laboral

Ocupadas: Autónomas + contratadas.

No ocupadas: Desempleadas, jubiladas y pensionistas.



Según personal a cargo

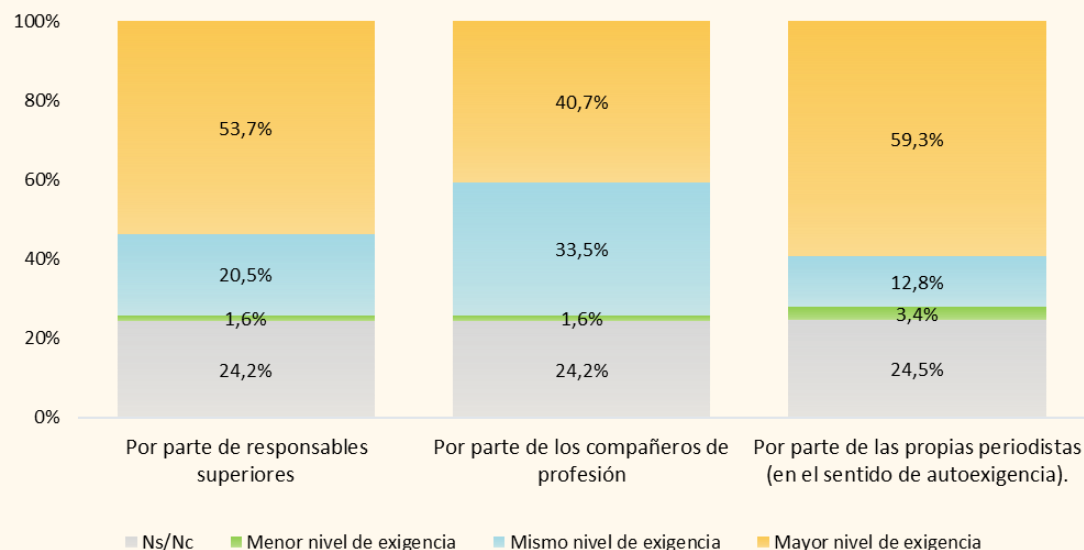


3. RESULTADOS FASE CUANTITATIVA

Percepción de igualdad en el sector

¿Consideras que hay diferencias en los niveles de exigencia profesional hacia las periodistas por el hecho de ser mujer?

Más de la mitad considera que los niveles de exigencia profesional por parte de los responsables superiores son mayores. El nivel de acuerdo disminuye en relación a los compañeros de trabajo, aunque existe un 40,7% que sí considera que el nivel de exigencia es mayor. Alto nivel de autoexigencia profesional entre las periodistas, ya que el 59,3% considera que es mayor por el hecho de ser mujer.



n: Total muestra (322)

3. RESULTADOS FASE CUANTITATIVA

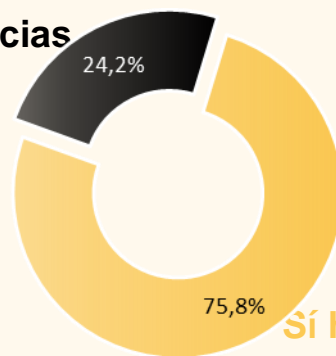
Percepción de igualdad en el sector

¿Consideras que hay diferencias en los niveles de exigencia profesional hacia las periodistas por el hecho de ser mujer?

Se concluye que existe en general un mayor nivel de exigencia hacia las mujeres periodistas por el hecho de ser mujer, tal como lo asevera el 75,8%.

Diferencias en los niveles de exigencia profesional hacia las periodistas por el hecho de ser mujer

No hay diferencias



Sí hay diferencias

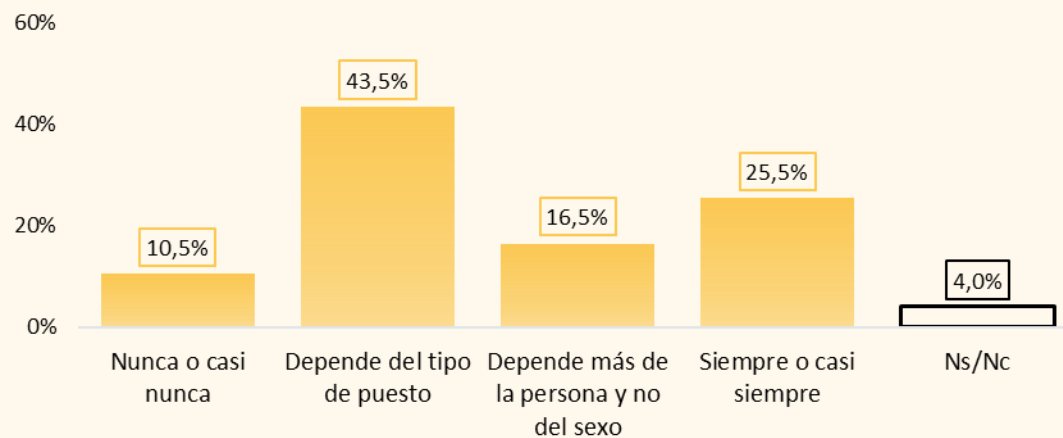
n: Total muestra (322)

3. RESULTADOS FASE CUANTITATIVA

Percepción de igualdad en el sector

¿Consideras que a menudo se relega a la mujer a tareas más sistemáticas, tediosas o de menor valía que a los hombres?

El 43,5% dice que depende del tipo de puesto, seguidas del 25,5% que considera que las mujeres se ven relegadas a las tareas más sistemáticas, tediosas o de menor valía que los hombres.



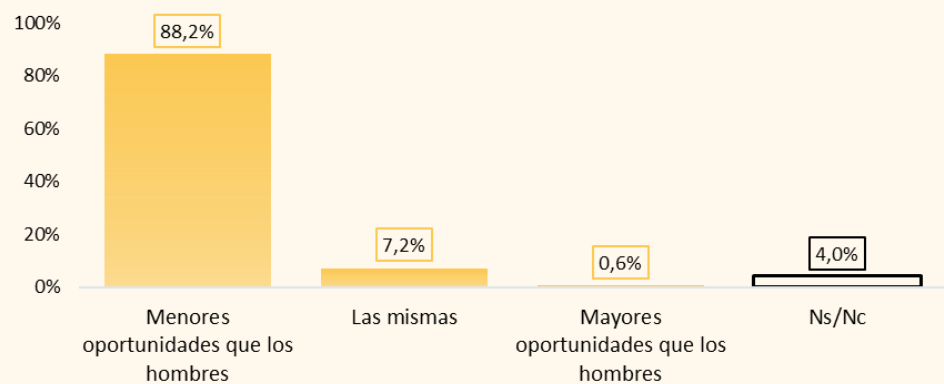
n: Total muestra (322)

3. RESULTADOS FASE CUANTITATIVA

Percepción de igualdad en el sector

En relación a las oportunidades de promoción o ascenso, consideras que las mujeres periodistas tienen:

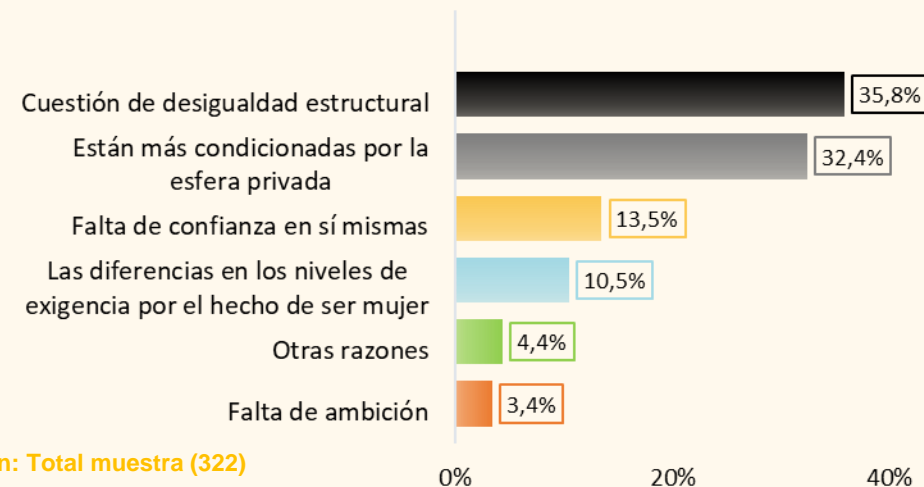
Alto grado de acuerdo en que las mujeres tienen menores oportunidades de promoción o ascenso que los hombres (88,2%), siendo solo el 7,2% las que opinan que existen las mismas posibilidades para ambos sexos.



n: Total muestra (322)

Razones por las que las mujeres periodistas tienen MENOS oportunidades.

Entre las principales razones de tener menores oportunidades de promoción, se encuentra la desigualdad estructural (35,8%), seguida de cerca por el hecho de que las mujeres están más condicionadas por la esfera privada (32,4%).



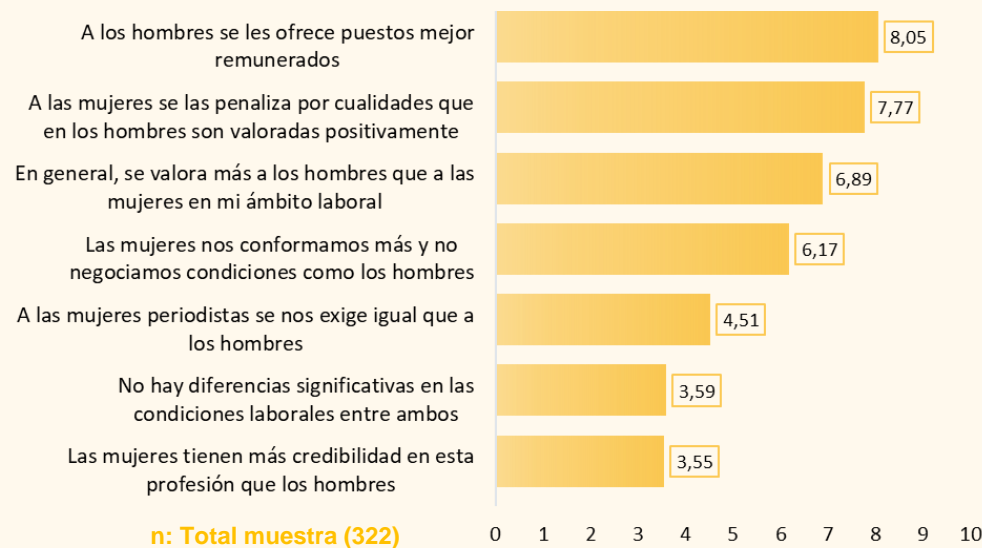
n: Total muestra (322)

3. RESULTADOS FASE CUANTITATIVA

Percepción de igualdad en el sector

Nivel de acuerdo con las siguientes afirmaciones (De 0: "muy en desacuerdo" a 10: "muy de acuerdo").

Mayor grado de acuerdo para "A los hombres se les ofrece puestos mejor remunerados" y "A las mujeres se les penaliza por cualidades que en los hombres son valoradas positivamente".

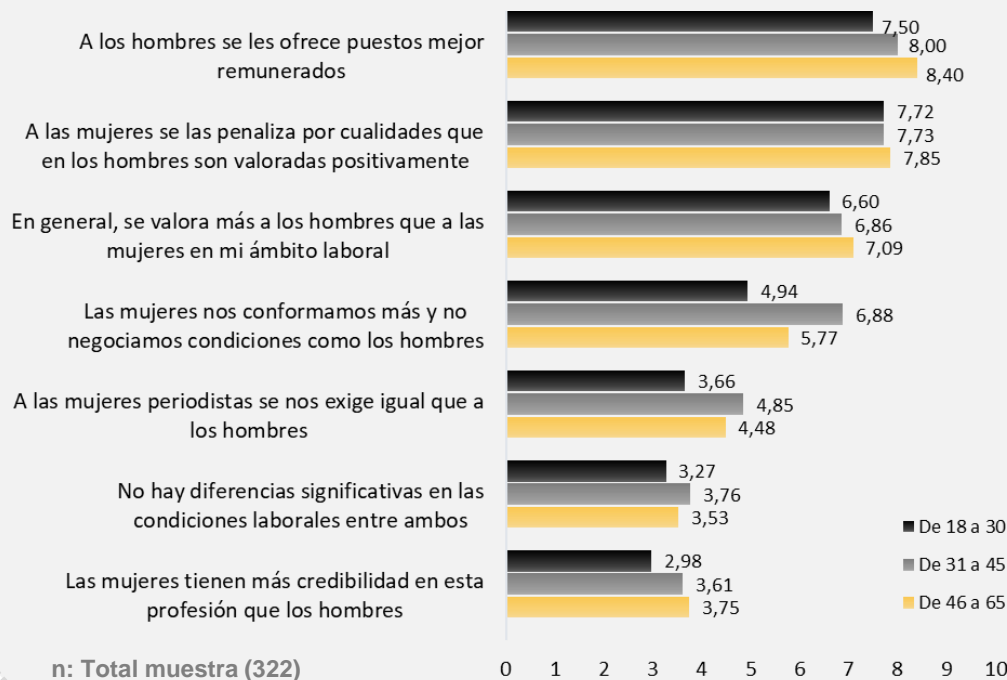


3. RESULTADOS FASE CUANTITATIVA

Percepción de igualdad en el sector

Nivel de acuerdo según EDAD

Mayor nivel de acuerdo entre las mujeres de 46 a 65 años en las dos afirmaciones que registran un mayor nivel de acuerdo ("A los hombres se les ofrece puestos mejor remunerados" y "A las mujeres se les penaliza por cualidades que en los hombres son valoradas positivamente").



Nivel de acuerdo según SITUACIÓN LABORAL

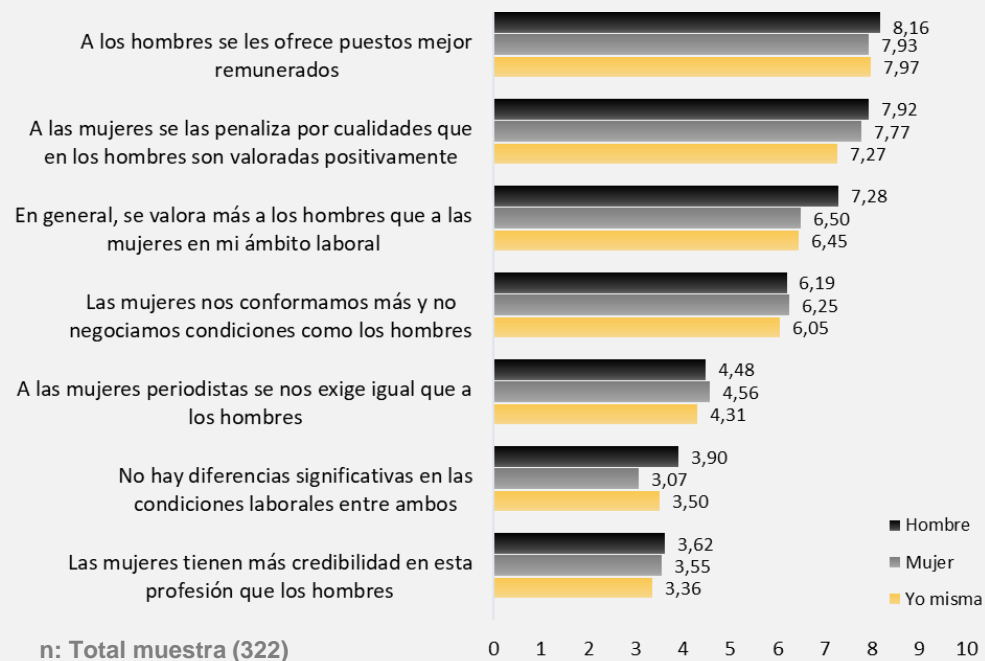
En general, las periodistas "No ocupadas" perciben una mayor desigualdad por sexo, tal como se observa en el gráfico.



Percepción de igualdad en el sector

Nivel de acuerdo según RESPONSABLE DIRECTO

Mayor nivel de acuerdo entre las periodistas que tienen un hombre como responsable directo en las dos afirmaciones que registran un mayor nivel de acuerdo ("A los hombres se les ofrece puestos mejor remunerados" y "A las mujeres se les penaliza por cualidades que en los hombres son valoradas positivamente").

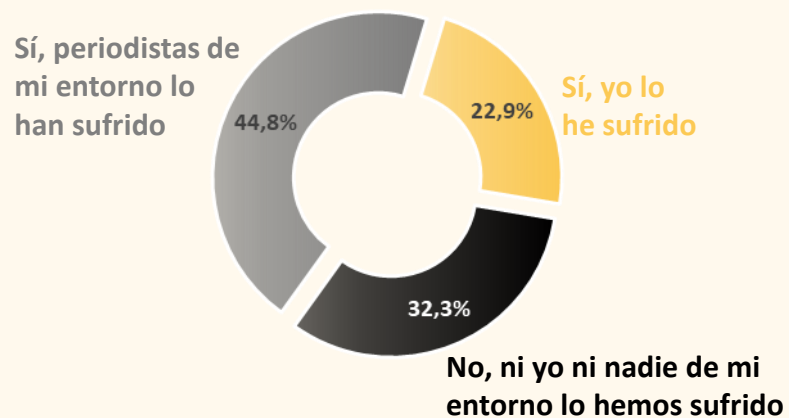


3. RESULTADOS FASE CUANTITATIVA

Percepción de igualdad en el sector

¿Tú o alguien de tu entorno ha sufrido algún tipo de acoso online por el hecho de ser mujer? Multirresposta

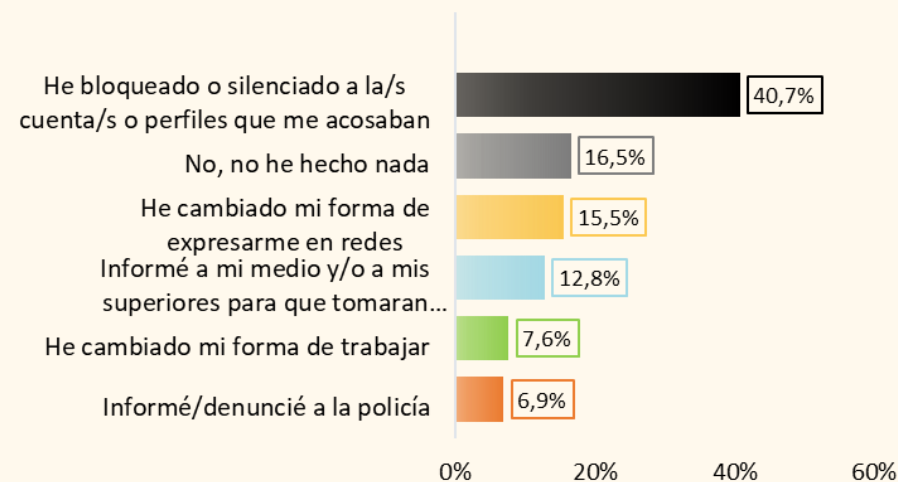
Del total de respuestas obtenidas, más de dos tercios afirman que han sufrido acoso online ellas u otra periodista de su entorno por el hecho de ser mujer.



Total respuestas (375)

¿Ha cambiado algo tras ese episodio?

Tras sufrir el acoso, la medida más frecuente consiste en bloquear o silenciar las cuentas o perfiles origen del acoso, llamando la atención que casi el 16,5% no haya hecho nada, y que solo el 6,9% haya informado o denunciado a la policía.



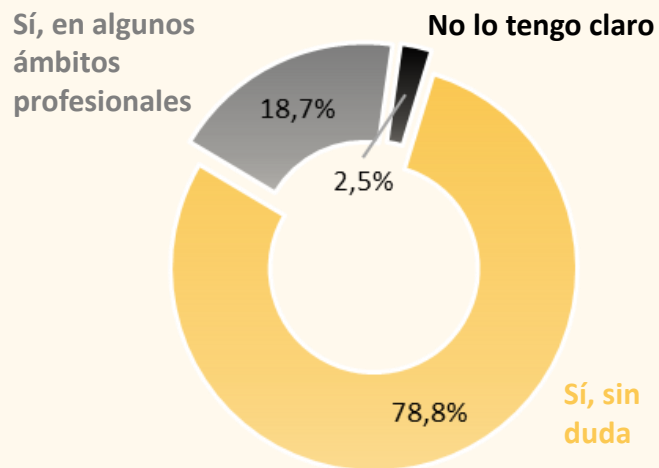
n: Sufrieron acoso online ellas o alguien de su entorno.
 Total respuestas (290)

3. RESULTADOS FASE CUANTITATIVA

Medidas que favorezcan la igualdad en el sector

¿Consideras que deben tomarse medidas que fomenten una mayor igualdad en la profesión?

El 78,8% tienen muy claro que deben tomarse medidas que fomenten una mayor igualdad en la profesión.



n: Total de encuestadas que creen que aún no existe una igualdad real (321).

Medidas a implantar en el ámbito de las condiciones laborales.

La "implantación de planes de igualdad en todas las empresas" e "incorporar medidas de conciliación en el ámbito profesional" son las dos medidas más votadas.



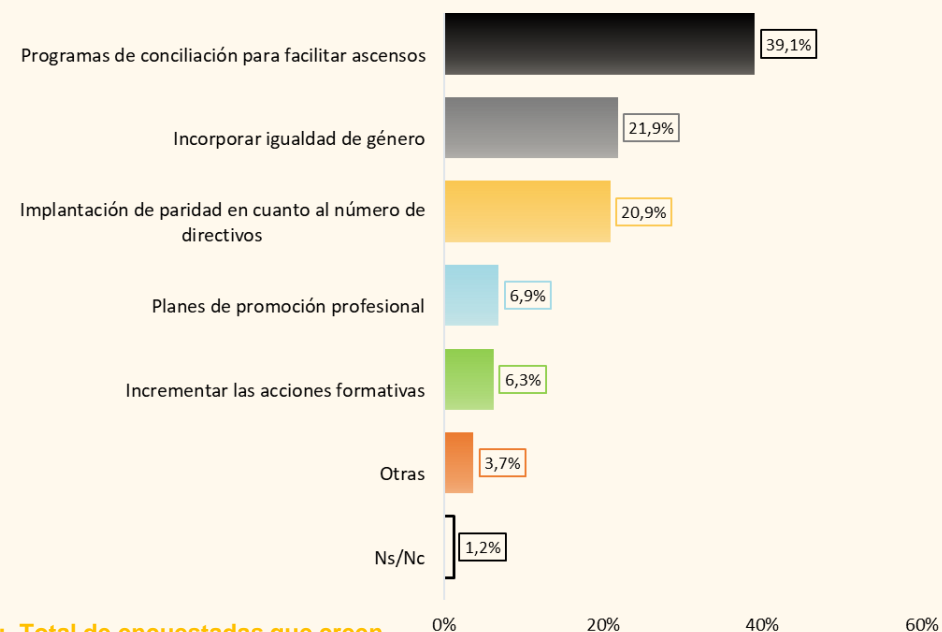
n: Total de encuestadas que creen que aún no existe una igualdad real (321).

3. RESULTADOS FASE CUANTITATIVA

Medidas que favorezcan la igualdad en el sector

Medidas a implantar en el ámbito de la promoción

Los programas de conciliación para facilitar los ascensos serían la medida más requerida dentro del ámbito de la promoción (39,1%).



n: Total de encuestadas que creen que aún no existe una igualdad real (321).



RESULTADOS DE LA FASE CUALITATIVA

3. RESULTADOS FASE CUALITATIVA

El capítulo de resultados de la **fase cualitativa se estructura** del siguiente modo:

0. **CONSIDERACIONES PREVIAS**
1. **EVOLUCIÓN Y SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR DEL PERIODISMO: CARACTERÍSTICAS CLAVE**
2. **PRINCIPALES DIFICULTADES ASOCIADAS AL HECHO DE SER MUJER**
3. **IMPACTO DE LAS DESIGUALDADES EN LA MUJER PERIODISTA**
4. **NECESIDADES NO CUBIERTAS Y PROPUESTAS DE MEJORA**

3. RESULTADOS FASE CUALITATIVA

0. CONSIDERACIONES PREVIAS

0. CONSIDERACIONES PREVIAS

1. EVOLUCIÓN Y SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR DEL PERIODISMO: CARACTERÍSTICAS CLAVE
2. PRINCIPALES DIFICULTADES ASOCIADAS AL HECHO DE SER MUJER
3. IMPACTO DE LAS DESIGUALDADES EN LA MUJER PERIODISTA
4. NECESIDADES NO CUBIERTAS Y PROPUESTAS DE MEJORA

3. RESULTADOS FASE CUALITATIVA

0. CONSIDERACIONES PREVIAS

Contextualización del sector

- Se detecta un **alto grado de inividualización en el sector con poca conciencia de grupo** y bajo grado de pensamiento colectivo debido a:
 - El **gran número de trabajadores autónomos** que trabaja por su cuenta y por tanto no forma parte de una estructura o empresa en la que un número determinado de personas esté sujeto a una misma serie de normas y códigos que sean compartidos.

“El freelance está solo ante el peligro, está desconectado del resto” (Freelance prensa escrita, mujer, 33 a.)

- La importancia del **nombre y del apellido** en un sector en que la firma en una noticia juega un papel importante a la hora de mantenerse en activo profesionalmente y que incluso puede dar lugar a “egos” y “endiosamientos”,

“Si dejas de firmar desapareces” (Asalariada medio digital, mujer, 30 a.)

“El Star Sytem se basa en tener a cuatro periodistas estrella y luego todo el resto de periodistas” (Asalariada medio digital, hombre, 43 a.)

- Según los participantes la atomización del sector viene **reforzada por la falta de una asociación o agrupación** que lidere eficazmente las demandas compartidas del colectivo, lo que hace que los profesionales del sector no sientan sus quejas representadas en ninguna entidad.

“El sindicato que tenemos es precario y no tiene ninguna fuerza para aglutinar los intereses de los periodistas” (Freelance medio digital, mujer, 43 a.)

“La APM es una institución antigua y anticuada” (Freelance prensa escrita, mujer, 43 a.)

- Se considera importante destacar que la mayoría de participantes preguntó de antemano si sus nombres y apellidos se iban a ver reflejados en el informe final para, en caso afirmativo, decidir no participar en el estudio. Se desprende la idea de **cierto temor a represalias** en el ámbito laboral por alzar la voz en cuanto a quejas y demandas.

3. RESULTADOS FASE CUALITATIVA

0. CONSIDERACIONES PREVIAS

1. EVOLUCIÓN Y SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR DEL PERIODISMO: CARACTERÍSTICAS CLAVE

2. PRINCIPALES DIFICULTADES ASOCIADAS AL HECHO DE SER MUJER
3. IMPACTO DE LAS DESIGUALDADES EN LA MUJER PERIODISTA
4. NECESIDADES NO CUBIERTAS Y PROPUESTAS DE MEJORA

3. RESULTADOS FASE CUALITATIVA

1. EVOLUCIÓN Y SITUACIÓN ACTUAL

Evolución del sector en los últimos años

- Los participantes afirman **que el sector ha cambiado de forma sustancial** en los **últimos diez años principalmente** en cuanto a:

- El **aumento del número de periodistas** que cada año se licencia en las universidades.

*“Hay muchísima gente que sale de periodismo. En mi ciudad ahora hay dos facultades de periodismo. En mi época yo me tuve que ir a otra ciudad a estudiar la carrera”
(Freelance agencia info., mujer, 45 a.)*

“El mercado está copado por periodistas” (Freelance medio digital, hombre, 31 a.)

- El **aumento del número de mujeres** que año tras año se incorporan al sector del periodismo y la comunicación, lo que lleva a mayor presencia de las mujeres en ámbitos tradicionalmente masculinizados; i.e. economía o deportes.

“Cada vez hay más mujeres en todas las secciones y es simplemente porque cada vez hay más periodistas mujeres” (Freelance comunicación corporativa, mujer, 53 a.)

- La aparición de **nuevos medios de comunicación más pequeños** que ahora conviven con los “grandes gigantes” de la comunicación, sobre todo en el canal digital, con equipos de trabajo mixtos cuyos hombres jóvenes sí admiten tener más conciencia de la necesidad de igualar las condiciones entre hombres y mujeres en el sector de la comunicación a diferencia de hombres más mayores.

“Yo trabajo en un medio digital donde somos todas jóvenes y pienso que tenemos más conciencia de igualdad que otros hombres más mayores” (Asalariado medio digital, hombre, 32 a.)

3. RESULTADOS FASE CUALITATIVA

1. EVOLUCIÓN Y SITUACIÓN ACTUAL

Principales características en la actualidad (I de II)

- Sin embargo **este aumento del número de profesionales** ha derivado en una **precarización del sector** caracterizada por:
 - **Sueldos bajos**
“Ya no existe la clase media en el periodismo. O estás arriba y eres de los importantes o tienes un sueldo de mierda” (Asalariado medio digital, hombre, 43 a.)
 - **Inestabilidad laboral / de los contratos**
 - **Reducción en las plantillas** de asalariados / número de EREs sufridos en grandes medios de comunicación
- Lo que **ha dado lugar a la aparición de trabajadores por cuenta propia** que han visto en ser autónomo la única salida posible para poder seguir trabajando.
“Hay más trabajo para los freelance porque no hay plantillas” (Freelance prensa escrita, mujer, 33 a.)
- E incluso la aparición de la figura del **falso autónomo**, que es el caso de aquellos profesionales que trabajan para un solo medio con el que en realidad tienen establecida una relación laboral pero para el que solo pueden trabajar si ellos asumen los costes de la seguridad social (estando en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos - RETA).
“Hay muchísimos falsos autónomos pero existe una falta de control total por parte de las administraciones” (Freelance agencia info., mujer, 45 a.)

Principales características en la actualidad (II de II)

- Según los participantes esta **precarización del mercado laboral periodístico** afecta por igual a medios de comunicación escritos, ya sean digitales o en papel, y a medios audiovisuales aunque:
 - Afecta en mayor medida a **los medios de comunicación privados** mientras que en los medios públicos las condiciones contractuales y salariales se perciben como mucho más ventajosas y ajustadas al propio trabajo de periodista o comunicador. Los participantes admiten que esto se debe en parte a la opacidad y a la falta de transparencia asociada en general a la empresa privada, a diferencia de las empresas públicas.
 - **Afecta sobre todo a los puestos de trabajo medios o bajos**. Dado que **los puestos superiores están copados por más hombres** que mujeres, cualquier cambio a peor afecta a un mayor número de mujeres comparado con los hombres.

"Cada vez hay más mujeres periodistas... La periodista media es mujer y por tanto está más precarizada" (Freelance com. corp., mujer, 53 a.)

3. RESULTADOS FASE CUALITATIVA

0. CONSIDERACIONES PREVIAS

1. EVOLUCIÓN Y SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR DEL PERIODISMO: CARACTERÍSTICAS CLAVE

2. PRINCIPALES DIFICULTADES ASOCIADAS AL HECHO DE SER MUJER

3. IMPACTO DE LAS DESIGUALDADES EN LA MUJER PERIODISTA

4. NECESIDADES NO CUBIERTAS Y PROPUESTAS DE MEJORA

Contexto en el que tiene lugar la desigualdad de género

- A pesar de que la precarización del sector periodístico también ha afectado y afecta a los hombres, los participantes admiten que **existen una serie de trabas añadidas para las mujeres que los hombres no sufren y que se asocian directamente con el hecho de ser mujer.**
- Admiten que estas diferencias son **más notables entre los trabajadores** que tiene un **contrato de trabajo que** entre aquellos que son **funcionarios** o tienen un contrato con condiciones de empleado público.

“Si eres funcionario no hay tantas diferencias entre hombres y mujeres ni inciden tanto aspectos como la maternidad” (Asalariada com. corp., mujer, 53 a.)

- A pesar de ser algo transversal que afecta a todos los tamaños de empresas consideran que **las mujeres lo tienen algo más fácil para igualarse** a los hombres en cuanto a condiciones laborales en general en aquellas **empresas más pequeñas** donde la visibilidad de los empleados es mayor.

“Creo que todo es más fácil para una mujer en medios pequeños que en medios grandes” (Asalariada medio digital, mujer, 30 a.)

- Y aunque existe una mayor concienciación entre los jóvenes / generaciones futuras de la necesidad de una igualdad de género real, **las diferencias de género aún se hacen patentes en la práctica de la vida profesional** y una de las posibles causas es el hecho de que los mandos de poder siguen estando ocupados por hombres.

“Hace veinte años los hombres se sentían superiores a las mujeres. Ahora esto está cambiando” (Freelance com. corp., mujer, 53 a.)

- Por último es importante destacar que la lucha contra estas desigualdades de género dentro de la profesión se enmarca en un contexto donde **la falta de referentes femeninos de los que tomar ejemplo** o a quienes seguir dificulta la tarea.

“Hemos tenido pocas referentes, hemos estado solas y no hemos podido ser como alguien” (Asalariada grupo com., mujer, 44 a.)

Dificultades a las que se enfrentan las mujeres periodistas por ser mujeres (I de V)

- Las **principales desigualdades asociadas al género tienen que ver CON LA DESIGUALDAD ECONÓMICA Y LA FALTA DE PROMOCIÓN:**

- **Suelo pegajoso y Techo de cristal:** La imposibilidad para muchas mujeres de moverse verticalmente dentro de su profesión, promocionar o mejorar condiciones por ser mujeres repercute en que a pesar de que cada vez hay más presencia de mujeres en cargos intermedios y directivos, la mayoría de ellos continúan siendo ocupados por hombres. Perciben que afecta sobre todo a las trabajadoras de grandes empresas (vs. empresas medianas o pequeñas). Con ello perciben también que ocupan puestos de trabajo desacordes con sus capacidades.

“Yo ocupo un puesto de dirección y he dirigido equipos de hombres y estoy sola ante 12 hombres” (Asalariada grupo com., mujer, 44 a.)

“Es cierto que hay una nueva generación de medios de comunicación que empiezan a vernos y a tratarnos bien, son educados, pero siguen estando dirigidos por hombres... No se ha permeabilizado aún a la institución en general” (Asalariada grupo com., mujer, 44 a.)

“Si parece que hay alguna mujer arriba solo lo parece porque no se le da el papel que merece” (Freelance medio escrito, mujer, 48 a.)

“Es fácil, en periodismo las delegadas y representantes son hombres, y las que cubren la rueda de prensa son mujeres” (Freelance medio escrito, mujer, 48 a.)

“Aquí yo no tengo posibilidad real de promocionar y en parte sé que es por ser mujer... Ellos sí promocionan” (Asalariada dept.com., mujer, 36 a.)

- **Discriminación salarial:** Según las propias participantes, ellas mismas sufren diferencias salariales con respecto a sus compañeros hombres, que ocupan el mismo puesto de trabajo que ellas y tienen responsabilidades similares o a veces inferiores, y cobran más. Admiten que los hombres no son conscientes de tales diferencias por el hecho de ser hombres y no haber vivido en su propia piel la discriminación por razón de género.

“Soy la única mujer en el departamento y soy la única que no tiene variable a pesar de tener objetivos igual que los demás... Además entre mis objetivos está ayudarles a ellos” (Asalariada dept. com., mujer, 36 a.)

Dificultades a las que se enfrentan las mujeres periodistas por ser mujeres (II de V)

- Y por otro lado con la **FALTA DE RECONOCIMIENTO PROFESIONAL**, lo que además de con la falta de promoción se puede transmitir de otras formas:

- **Discriminación por parte de las fuentes:** Existe la percepción generalizada de que a menudo las fuentes consideran a las **mujeres periodistas menos profesionales** que a los hombres, o incluso que pueden ser **objeto de actitudes que sobrepasen lo puramente profesional**.

“Te dicen ‘te concedo la entrevista porque eres guapa’” (Freelance medio escrito, mujer, 48 a.)

“El trato de las fuentes hacia la mujer es distinta que hacia el hombre... una vez entrevisté a Rafael Alberti y me tocó la rodilla y aludió a mi minifalda” (Freelance com. corp., mujer, 53 a.)

- **Paternalismo y condescendencia:** Muchas mujeres periodistas han sentido que sus compañeros las querían “proteger” como si ellas fueran frágiles o han sentido que sus superiores hombres las trataban con condescendencia. Lo asocian sobre todo a comportamientos de hombres más mayores.

“Ellos piensan que no tienes conocimientos y te hacen exámenes para ponerte a prueba” (Asalariada dept.com., mujer, 36 a.)

“A mí me han dicho mis jefes ‘no te pago para pensar, para eso pienso yo’” (Asalariada medio digital, mujer, 55 a.)

- **Escasa presencia femenina en algunas secciones** (i.e. economía, tecnología y ciencia, opinión) o presencia de ellas en secciones que pueden considerarse menos importantes. E incluso ostentar papeles secundarios a diferencia del hombre.

“Está cambiando pero hasta ahora no había mujeres en economía. En política a la mujer se la considera menos capacitada para hablar de ello y opinan poco o se les hace poco caso” (Asalariada medio digital, mujer, 55 a.)

“Nos dicen que las mujeres tenemos que hablar de cosas de mujeres... No nos creen capaces de hablar de otras cosas” (Asalariada medio digital, mujer, 30 a.)

Dificultades a las que se enfrentan las mujeres periodistas por ser mujeres (III de V)

- Y por otro lado con la **FALTA DE RECONOCIMIENTO PROFESIONAL**, que no solo tiene impacto en la falta de promoción, sino que se puede transmitir de otras formas:
 - **Mercantilización del cuerpo de la mujer:** Asociado sobre todo a televisión, donde la imagen de la mujer se expone más que en otros medios. Más asociado a cadenas privadas que a cadenas públicas.

"Me dijeron que si trabajaba en TV y si fuera por mi físico el canal tendría que cerrar. Me llamaron orco a la cara" (Asalariada dept. com., mujer, 36 a.)

"Lo del físico de las mujeres de Antena 3 o La Sexta es tremenda... Lo hacen muy bien pero está claro que hay un plus de elección por el físico" (Freelance comunicación corporativa, mujer, 53 a.)

"En audiencias masculinas tú mira quién presenta... Mira a las presentadoras de deportes de la televisión a lo Sara Carbonero" (Freelance agencia info, mujer, 45 a.)

- **Otorgar más valor al testimonio masculino** por encima del testimonio femenino, en concreto en lo que se refiere a crear opinión, columnas de opinión o cuestiones de gran repercusión social y/o mediática. Esto conduce a **una falta de perspectiva de género** en temas de gran calado social.

"Se proyecta una imagen de quién es el interlocutor válido para hablar de según qué" (Asalariada medio digital, mujer, 55 a.)

"Estos hombres que hablan en realidad tienen muy poco conocimiento del mundo de las mujeres" (Asalariada medio digital, mujer, 55 a.)

"Ellos tienen que hablar más de cosas de chicas como la maternidad y la familia, y ellos se convierten en líderes de opinión" (Freelance medio digital, mujer, 43 a.)

Dificultades a las que se enfrentan las mujeres periodistas por ser mujeres (IV de V)

- Y todo ello en un entorno en el que **SER MUJER ESTÁ PENALIZADO** cuando:

- **Se tienen hijos / maternidad:**

- Dado que “la noticia nunca descansa” y es imprevisible, este es un sector profesional en el que la conciliación de la vida laboral y familiar resulta de forma natural muy complicada para ambos sexos, sobre todo cuando se trata de redacciones de prensa. Sin embargo, dicha **dificultad afecta en mayor medida a mujeres que a hombres ya que son ellas las que siguen llevando el peso de los cuidados de los hijos / familiares.**

“Los horarios no tienen nada que ver con la vida normal y la media jornada en esta profesión es quedarse atrás porque la información no para (Asalariada medio digital, mujer, 30 a.)

- Esta falta de conciliación **repercute directamente en la carrera profesional de la mujer** periodista en forma de falta de promoción, renuncia a crecimiento profesional o incluso despidos.

“Tenía un contrato de obra y servicio que no renovaron cuando estaba embarazada de 4 meses. El programa no iba bien y tenían miedo a que me cogiera la baja durante el tiempo en que el programa podía desaparecer y tuvieran que indemnizarme” (Freelance com. corp., mujer, 53 a.)

“Haber tenido hijos hubiera sido un palo a mi carrera” (Asalariada grupo com., mujer, 44 a.)

- Y además **se justifica por parte de la empresa o los superiores diciendo que es por el bien de la trabajadora.**

“Me quedé embarazada y pasé de dirigir un equipo a no pintar nada... Me dijeron que era por mi bien, porque iba a estar los próximos 2 años fuera de juego con la crianza” (Asalariada dept. com., mujer, 53 a.)

“Al volver de la baja por maternidad me paralizaron los viajes al extranjero por trabajo sin consultarme, yo no lo pedí” (Asalariada dept. com., mujer, 36 a.)

Dificultades a las que se enfrentan las mujeres periodistas por ser mujeres (V de V)

- Y en el que ellas deben hacer frente a **un ACOSO que va más allá de lo profesional en redes sociales**:

- Si bien es cierto que **la exposición pública en redes sociales hace que tanto hombres como mujeres puedan ser objeto** de ataques indiscriminados por parte de las audiencias o los llamados *trolls*, también lo es que, a diferencia de los hombres, **las mujeres** periodistas que hacen públicas sus opiniones sobre temas de cariz ideológico o que tienen que ver con posicionamientos morales o éticos **tienen que hacer frente a una serie de ataques más allá de lo profesional, ataques personales**. Esto es especialmente llamativo en cuestiones sobre feminismo o igualdad.

“A ellos se les ataca por su intelecto, a nosotras nos pueden atacar por nuestra apariencia o por nuestra incapacidad” (Freelance medio digital, mujer, 43 a.)

- Además, la mayoría de la muestra percibe que ellas suelen ser objeto **de ataques más agresivos que ellos, cuyo objetivo tiene que ver con humillar a la mujer y denigrarla**.

“El insulto y la descalificación son habituales... Te dicen ‘tonta, tú no sabes’. La descalificación es por ser mujer” (Freelance medio escrito, mujer, 33 a.)

“Cuando hablas de mujeres e igualdad te llaman gorda, amargada y bollera” (Asalariada medio digital, mujer, 30 a.)

- Y aunque las mujeres entrevistadas afirman que no necesitan que los compañeros hombres salgan en su defensa cuando sufren algún tipo de ataque, sí consideran que en general **los hombres compañeros de profesión suelen reaccionar poco ante estas agresiones**, a las que ellas intentan no dar respuesta ni mucha cabida (optan por no responder).
- Y que incluso **a veces es físico**: En este sentido la muestra alude a episodios en los que un entrevistado ha besado a una reportera frente a la cámara o le ha hecho algún comentario asociado a su aspecto físico.

3. RESULTADOS FASE CUALITATIVA

0. CONSIDERACIONES PREVIAS

1. EVOLUCIÓN Y SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR DEL PERIODISMO: CARACTERÍSTICAS CLAVE

2. PRINCIPALES DIFICULTADES ASOCIADAS AL HECHO DE SER MUJER

3. IMPACTO DE LAS DESIGUALDADES EN LA MUJER PERIODISTA

4. NECESIDADES NO CUBIERTAS Y PROPUESTAS DE MEJORA

3. RESULTADOS FASE CUALITATIVA

3. IMPACTO DE LAS DESIGUALDADES EN LA MUJER PERIODISTA

Impacto que causan las desigualdades en las mujeres periodistas (I de III)

- Y, según los testimonios de las participantes en este estudio, estas desigualdades de género **tienen un impacto sobre la profesional y la mujer:**

RESIGNACIÓN al aceptar
que todo es más difícil para la
mujer

*"Me siento como que lo he aceptado, si no, no viviría"
(Free, 45 a.)*

*"Cuando me atacan como mujer en RRSS porque el
community manager, que es un hombre, cambió mi
información me tengo que aguantar" (Free, 33 a.)*

CULPA por intentar
compatibilizar la vida laboral y
la familiar

*"Volví a los 2 meses de mi baja maternal para no perder comba y luego
me arrepentí, me siento culpable" (Asalariada, 30 a.)*

FRUSTRACIÓN por ver que la
mujer tiene papeles secundarios
vs. el hombre

*"Ellos siempre tienen la última palabra y creen tener una
autoridad moral por encima de ti por ser hombres"
(Asalariada, 36 a.)*

REAFIRMACIÓN y necesidad de
demostrar la valía por encima de
los hombres

*"Te vas haciendo respetar con el tiempo" (Free, 45 a.)
"Toda la vida se me exigió muy por encima de lo que tenía establecido por
contrato" (Asala., 53 a.)*

ANSIEDAD y dificultad para ir a trabajar /
afrontar el entorno de trabajo o sentir el
"Síndrome del impostor" al saber que otras
mujeres tienen menos suerte que una misma

*"Tengo temporadas malas anímicamente, de no querer ir
a trabajar" (Asalariada, 36 a.)*

3. RESULTADOS FASE CUALITATIVA

3. IMPACTO DE LAS DESIGUALDADES EN LA MUJER PERIODISTA

Impacto que causan las desigualdades en las mujeres periodistas (II de III)

- Pero **es necesario plasmar mediante afirmaciones hechas por las participantes de este estudio la forma en que se sienten o han llegado a sentirse** a lo largo de sus carreras profesionales para poder ver el alcance del calado de las desigualdades de género en algunas profesionales del sector periodístico:

“Trabajar rodeada de hombres en un sector masculinizado que a veces no me toma por profesional ha afectado a mi autoestima, incluso tiene impacto en la propia esfera personal... En cambio ellos tienen la autoestima muy alta” (Free, 45 a.)

“Me he visto vistiéndome con tacones y más de señora por marcar que yo no era pequeña ante ellos” (Asalariada, 44 a.)

“En una entrevista de trabajo me llegaron a preguntar si estaría dispuesta a hacer de todo... Cuando pregunté qué significaba me dijeron que ya me lo podía imaginar... Me sentí muy mal” (Free, 45 a.)

“He renunciado al periodismo por una cuestión de género” (Free, 43 a.)

“Una vez fui a una entrevista para una televisión. Al terminar me dijeron que había ido muy bien pero que un estudio de mercado decía que la presentadora tendría que tener los ojos azules... Sentí que no sabía qué se valoraba, desconcertada. Y me sentí tonta. La importancia que le daba yo al contenido... Se rompieron las reglas” (Free, 48 a.)

“Las diferencias entre hombres y mujeres son flagrantes... Me digo ‘vosotras no lo veis porque sois hombres’ pero a cualquiera que le cuentes que soy la única que no tiene sueldo variable en el departamento lleno de hombres alucina” (Asalariada, 36 a.)

“Me siento que no soy una buena madre, es muy duro, no llego a todo ni a nada...son muchas horas de trabajo y horarios difíciles de compatibilizar” (Asalariada, 30 a.)

3. RESULTADOS FASE CUALITATIVA

3. IMPACTO DE LAS DESIGUALDADES EN LA MUJER PERIODISTA

Impacto que causan las desigualdades en las mujeres periodistas (III de III)

- Además, la mayoría de participantes, tanto hombres como mujeres, **consideran que los hombres ante esta situación:**

SE AUTOJUSTIFICAN porque
no quieren aceptar que
tienen conductas machistas

“Cuando le digo a mi jefe que por qué no tengo yo variable me dice que mis compañeros tienen un trabajo cuantitativo y yo cualitativo... Pero es mentira” (Asalariada, 36 a.)

“Cuando eres madre te quitan responsabilidad y te lo pintan como que es para que tú no tengas tanta presión” (Asalariada, 53 a.)

“Un jefe me dijo que no quería personas embarazables en el departamento. Cuando me quejé al superior me dijo que le disculpara, que el tipo trabajaba bajo mucha presión” (Asalariada, 36 a.)

TOMAN CONCIENCIA de las
facilidades que tienen por
el hecho de ser hombres

“Tomo conciencia de todas las ventajas que he tenido por ser hombre hasta el momento y de las que no me daba cuenta” (Free hombre, 31 a.)

Se sienten **FRUSTRADOS**
o les da **RABIA** esta
situación

“Me da mucha pena, rabia y coraje y pienso que se tienen que organizar públicamente para hacerse oír” (Asalariado, 43 a.)

3. RESULTADOS FASE CUALITATIVA

3. IMPACTO DE LAS DESIGUALDADES EN LA MUJER PERIODISTA

Aunque también ha tenido su efecto en positivo...

- Existe la percepción de que poco a poco y **gracias a los movimientos feministas** de los últimos años las mujeres **han ido tomando conciencia de la desigualdad de género**, también en el sector del periodismo y la comunicación. Sector en el que **se están dando cuenta** de que aunque haya más mujeres en la profesión, **son los hombres los que más sobresalen**.

“Ahora hay más mujeres en periodismo. Desde el 8M de 2018 ha habido un despertar entre nosotras mismas que empieza a arrancar un poco. Será por concienciación o será porque somos más mujeres, no lo sé” (Freelance com. corp., mujer, 53 a.)

“Ellos son menos pero destacan más” (Freelance medio escrita, 33 a.)

- Y también está empezando a aflorar **un sentimiento colectivo de “ser mujer”** que tiene que ver con la autoafirmación y la autovaloración como profesionales, íntimamente relacionada con la idea de que la solución en parte está en manos de las mujeres. Y la idea de que, a parte de que no se deben permitir ciertos comportamientos machistas, lo más importante es **compartir la experiencia con otras mujeres para hacer frente común y colaborar entre ellas**.

“Como son comportamientos que hacen daño intentas no sacar el tema pero sí que a veces ya lo empiezas a compartir con otras compañeras de profesión por ver si a ellas les ha ocurrido lo mismo” (Freelance agencia info., mujer, 45 a.)

“Ahora el compadreo entre compañeras ha reemplazado a la competitividad, ya no somos tan competitivas entre nosotras” (Freelance com. corp., mujer, 53 a.)

3. RESULTADOS FASE CUALITATIVA

0. CONSIDERACIONES PREVIAS

1. EVOLUCIÓN Y SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR DEL PERIODISMO: CARACTERÍSTICAS CLAVE

2. PRINCIPALES DIFICULTADES ASOCIADAS AL HECHO DE SER MUJER

3. IMPACTO DE LAS DESIGUALDADES EN LA MUJER PERIODISTA

4. NECESIDADES NO CUBIERTAS Y PROPUESTAS DE MEJORA

3. RESULTADOS FASE CUALITATIVA

4. NECESIDADES NO CUBIERTAS Y PROPUESTAS DE MEJORA

Necesidades no cubiertas

- La mayoría de la muestra percibe **algunas necesidades que no están cubiertas** y que alimentan o contribuyen a generar desigualdades de género dentro de la profesión.
 - **Opacidad salarial:** Perciben una **falta de transparencia** en el sector en cuanto a escalas salariales, les resulta muy difícil conocer quién está cobrando qué y por tanto creen que es más fácil encubrir prácticas desiguales de género que se traducen en la ya comentada **discriminación salarial**.

“Yo no sé lo que cobran mis compañeros de departamento, podrían estar cobrando más y yo no saberlo” (Asalariada dept. com., mujer, 36 a.)

- Teniendo en cuenta que este es un sector en el que existe una gran número de **trabajadores por cuenta propia** que no suele compartir con los compañeros de profesión información acerca de las tarifas, una mayor transparencia podría también conllevar igualar condiciones entre trabajadores autónomos, más allá de su género.

“Yo no sé lo que cobran mis otras compañeras de profesión, son temas de los que no hablamos” (Freelance agencia info., mujer, 45 a.)

- Existe también **mucho desconocimiento y confusión con respecto a los requisitos y capacidades** necesarias para cada puesto de trabajo y a las **condiciones asociadas a la promoción**. En parte está causado por el hecho de que ellas ascienden y ocupan puestos directivos en menor medida que ellos.

“Dos veces me ha pasado que tenía todas las capacidades y cumplía con lo necesario para que me ascendieran. La primera vez hicieron jefe a un hombre. La segunda repartieron las responsabilidades asociadas al puesto vacante entre dos mujeres. Después de eso decidí ponerme por mi cuenta” (Freelance medio digital, 43 a.)

- Perciben la **necesidad de que haya más mujeres en puestos de mando** que aporten una perspectiva de género dentro de las organizaciones.

3. RESULTADOS FASE CUALITATIVA

4. NECESIDADES NO CUBIERTAS Y PROPUESTAS DE MEJORA

Propuestas de mejora (I de III)

- Para ello la mayoría **sugiere algunas medidas que podrían ayudar a aliviar dichas desigualdades**. También proponen que estas **medidas estén legisladas y que se sancione a aquellas empresas que las incumplan**:

- **Publicación de tablas y escalas salariales:** Es decir, que las empresas estén obligadas por ley a publicar los sueldos asociados a cada puesto de trabajo.
 - Esto incluye que se publiquen también y se especifiquen los **pluses, sueldos variables y complementos salariales** que se utilizan al confeccionar las nóminas, algunos de los cuales son utilizados por las empresas para generar diferencias entre trabajadores hombres y trabajadoras mujeres que ocupan un mismo puesto de trabajo.

“Si mis compañeros tienen pluses y bonos que yo no tengo, ellos están cobrando más que yo” (Asalariada dept. com., 36 a.)

- En este sentido también se incluiría una mayor transparencia en los **requisitos y condiciones necesarias para promocionar**.

“Cuando trabajaba en plantilla tenía la sensación de que los criterios para promocionar eran completamente arbitrarios...” (Freelance medio escrita, mujer, 48 a.)

- **Más mujeres en puestos directivos:** Es decir, que las empresas estén obligadas por ley a trabajar con cupos y que exista el mismo número de mujeres que de hombres es puestos de toma de decisiones para que la perspectiva de género esté presente en las instituciones, en sus decisiones y en cualquier actuación empresarial.
- En este sentido, **proponen que haya Inspecciones de Trabajo** que vigilen por que la ley se cumpla e incluso una minoría propone que existan Inspectores de Trabajo especializados en desigualdad de género igual que existen unos juzgados encargados de la violencia de género.

3. RESULTADOS FASE CUALITATIVA

4. NECESIDADES NO CUBIERTAS Y PROPUESTAS DE MEJORA

Propuestas de mejora (II de III)

- Adicionalmente, consideran que es **muy necesario introducir la perspectiva de género en todas las noticias**, lo que según los participantes sería posible mediante:

- **Edición en femenino:** Proponen la inclusión obligatoria por ley de la **figura del "Editor/a de igualdad"** en todos los medios de comunicación que aporte una visión femenina e introduzca la perspectiva de género en todas las noticias.

"Hay que invertir en edición, que la redacción de la noticia pase por más manos y si pueden ser mujeres mejor" (Asalariado medio digital, hombre, 43 a.)

"En RTVE tienen una Editora de Igualdad, Montserrat Boix" (Freelance medio digital, mujer, 43 a.)

- **Uso de fuentes, expertos, líderes de opinión al 50% hombres y mujeres.** Es decir, que se automatice la inclusión en las noticias del mismo número de hombres y de mujeres que actúan como fuentes de la noticia.

"Las informaciones deberían tener un equilibrio de género al 50%. O sea tirar de fuentes y expertas mujeres al igual que se tira de hombres, Si se redacta una noticia con dos expertos, incluir también a dos expertas". (Asalariado medio digital, hombre, 32 a.)

- **Formación para los hombres del sector del periodismo y la comunicación en cuestiones de género,** porque a menudo los hombres tienen conductas micromachistas porque no son conscientes de ellas.

"Cuando entré a trabajar en la redacción me tuvieron redactando una noticia una vez y otra hasta que conseguí introducir la perspectiva de género en la noticia... Mis jefas eran mujeres. Hasta que no hice ese ejercicio no me di cuenta de lo que era ser mujer" (Asalariado medio digital, hombre, 32 a.)

3. RESULTADOS FASE CUALITATIVA

4. NECESIDADES NO CUBIERTAS Y PROPUESTAS DE MEJORA

Propuestas de mejora (III de III)

- Por último consideran que es **primordial introducir medidas que permitan la conciliación de la vida laboral y familiar**. Es algo que admiten afecta directamente y en mucho mayor grado a las mujeres que a los hombres, ya que son ellas las que aún llevan el peso y el rol social del cuidado de los hijos y familiar:
 - **Guarderías en centros de trabajo:** Proponen la inclusión de guarderías en los centros de trabajo (grandes centros de trabajo por lo menos) en los que poder dejar a los hijos mientras los padres trabajan.
 - **Duplicar turnos y ampliar plantillas de trabajadores:** En un sector donde una noticia de última hora puede significar alargar las jornadas de trabajo más de lo esperado, consideran que sería muy útil establecer turnos de trabajo claros para que el turno siguiente siga con el trabajo del turno anterior y nadie deba renunciar a tiempo personal por el trabajo.
 - **Legislar las bajas por paternidad y maternidad:** Creen que una de las razones por las que las mujeres tienen más peso en el cuidado de los hijos tiene que ver con el hecho de que las mujeres gozan de bajas más largas que los hombres. En este sentido **proponen igualarlas para que tanto hombres como mujeres tengan las mismas responsabilidades en el cuidado de los hijos** y las empresas dejen de asociar el rol de la mujer con jornadas de trabajo interrumpidas a causa de los hijos o menor dedicación al trabajo a causa de la maternidad.

“Hay que proyectar la idea de co-responsabilidad desde la unidad familiar... La idea de que los dos pueden encargarse de los niños y para que a ellas no se las asocie con una baja permanente a causa de los hijos y a ellos plena dedicación al trabajo” (Asalariada medio digital, mujer, 30 a.)

“Las leyes que repartan los cuidados familiares son necesarias” (Asalariada com. corp, mujer, 53 a.)



4. CONCLUSIONES

4. CONCLUSIONES CUANTITATIVAS (I)

- A nivel cuantitativo, se observa que **el 11,5% de las periodistas se dedica a labores de coordinación y/o dirección, y solo el 4,3% coordina equipos de más de 10 personas.**
- También se observa un **reparto equitativo de los puestos intermedios** (responsabilidad directa), ya que el 50% los detentan hombres. En cambio, existe un **reparto menos equitativo en niveles superiores** cuando se pregunta por el responsable último, ya que el 63,3% son hombres.
- Existe una alta correlación entre el tiempo que llevan en el puesto actual y el tiempo que llevan en la empresa/entidad, lo que denota **una baja probabilidad de promoción**, que se ve confirmada por la opinión de las periodistas (solo el 3,8% cree que casi seguro o con toda probabilidad tienen posibilidad de ascender).
- El 44,1% de la población objeto de estudio cree que hay un reparto de sexos equilibrado, porcentaje que disminuye significativamente cuando se pregunta por los puestos directivos, donde solo **el 2,5% afirma que hay igualdad** y es **el 95,6% de las periodistas las que consideran que están copados mayoritariamente por hombres.**
- La **discriminación salarial existe para el 66,5% de las periodistas.**
- En general, hay un **mayor nivel de exigencia hacia la mujer por el hecho de ser mujer** (53,7% cuando es desde los puestos superiores; 40,7% en el caso de los compañeros de trabajo; 59,3% cuando viene desde ellas mismas, como autoexigencia).

4. CONCLUSIONES CUANTITATIVAS (II)

- En general, se considera que **las mujeres están relegadas a tareas más sistemáticas, tediosas y de menor valía que los hombres**, ya que el 25,5% piensa que ocurre siempre o casi siempre, y el 43,5% afirma que ocurre pero que depende del tipo de puesto.
- Solo el **7,2% de las periodistas cree tener las mismas oportunidades de promoción** o ascenso que los hombres, y el 88,2% considera que tienen menos debido a la desigualdad estructural y a estar condicionadas por la esfera privada (familia, cuidados, etc.).
- Existe un alto grado de acuerdo en las afirmaciones que reflejan la existencia de desigualdad entre sexos, especialmente para “A los hombres se les ofrece puestos mejor remunerados” (valoración media de 8,05 sobre 10) y “A las mujeres se les penaliza por cualidades que en los hombres son valoradas positivamente” (7,77).
- Existe una **alta presencia del acoso online por el hecho de ser mujer**, ya sea sufrido por ellas mismas o por otra periodista de su entorno. En estos casos, la medida más frecuente es silenciar o bloquear las cuentas del origen del acoso (40,7% del total de respuestas), existiendo además un 16,5% de casos en los que no se hizo nada.
- Por último, a nivel cuantitativo existe un **elevado nivel de acuerdo en que deben de tomarse medidas que fomenten la igualdad**, como la implantación de planes de igualdad en todas las empresas para mejorar las condiciones laborales, o la creación de programas de conciliación para facilitar ascensos y promociones.

4. CONCLUSIONES CUALITATIVAS (I)

- A nivel cualitativo se concluye que **cada vez hay más mujeres** en el sector periodístico y que, **a pesar de que ellas cada vez ocupan más cargos intermedios, los puestos superiores están mayoritariamente ocupados por hombres.**
- También se constata que este es un **mercado muy atomizado** donde la existencia de muchos trabajadores por cuenta propia sumada a la falta de una conciencia colectiva de "profesional de la comunicación" **dificulta la consecución de logros colectivos, entre los que se encuentra la lucha en contra de la desigualdad de género.**

"Creo que la trabajadora freelance está desconectada del resto. Yo quiero datos, estudios para convertir la experiencia en colectiva. Da miedo hablar con el resto de las compañeras pero si es un colectivo se quita el miedo" (Freelance medio escrito, mujer, 33 a.)

- En este sentido, se considera **necesario que exista una entidad, asociación o grupo capaz de liderar** las demandas colectivas y **aglutinar** los intereses comunes, en especial los de las mujeres.
- Se constata la percepción de que las **desigualdades de género**, que incluyen diferencias salariales y condiciones para promocionar, podrían aliviarse con la implantación de **medidas legislativas, inspecciones de trabajo y otras medidas que faciliten la conciliación laboral y familiar.**

"Es un pozo negro, no se conocen las bandas salariales..." (Asalariada medio digital, mujer, 55 a.)

4. CONCLUSIONES CUALITATIVAS (II)

- Se hace patente la necesidad de **introducir una perspectiva de género** tanto dentro de las instituciones como en la elaboración de las noticias para **minimizar**, entre otros, el **poco reconocimiento** del que gozan las mujeres en comparación con los hombres en este sector, y **acabar con conductas micromachistas que dañan** a la mujer y la figura de la mujer. Esta perspectiva pasa por:
 - La inclusión de **mujeres en puestos directivos y de alto rango**
 - Inclusión de **mujeres en todas las secciones/áreas de información**, lo que también incluye darles un papel protagonista en **opinión/columnas de opinión**
 - La introducción de **la figura del “Editor (o editora) de igualdad”** en todos los medios de comunicación
 - La inclusión en las noticias del **mismo número de fuentes femeninas que masculinas**
 - La **formación de periodistas hombres** en cuestiones de género para que tomen conciencia de lo que significa ser mujer y para proporcionarles herramientas con las que poder empatizar mejor con el género femenino.

- Se concluye que la **mujer sufre un acoso en redes sociales** (y en algunos casos fuera de ellas) **mucho más agresivo que el hombre**, cuyo objetivo suele ser humillar a la profesional y atacar en lo personal aparte de en lo profesional (i.e. insultos, comentarios con respecto al físico de la periodista, etc.). Se constata que la mayoría de las profesionales que sufre este tipo de ataques opta por no responder a ellos/obviarlos.

- Por último, se concluye que se percibe **mayor desigualdad de género en el sector privado que en el público, en las empresas grandes que en las más pequeñas** y que **la televisión** se considera el medio de comunicación que mayor **uso mercantilista del cuerpo de la mujer** hace.