

Prólogo

Araceli Martínez Esteban

(Viceconsejera del Gobierno de Castilla-La Mancha
y Directora del Instituto de la Mujer de Castilla-La Mancha)

Nuestra Constitución, de la que se acaba de cumplir su cuadragésimo aniversario, consagra la libertad de prensa y la libertad de expresión como derechos fundamentales de la democracia española. Indudablemente, sin esos derechos nuestro Estado no sería digno de denominarse democrático, del mismo modo que una democracia sin igualdad entre mujeres y hombres es incompleta.

Así las cosas, la pluralidad de los medios de comunicación constituye uno de los principales indicadores de la calidad democrática de un país y, además, son un verdadero agente socializador, pues no solo favorecen el acceso de la ciudadanía a la información, sino que ejercen una gran influencia sobre la opinión pública, también en materia de igualdad de género y erradicación de la violencia machista.

En este sentido, la legislación de Castilla-La Mancha confiere una considerable relevancia a los medios de comunicación, instándoles a ofrecer una imagen positiva y no estereotipada de las mujeres. Tanto la Ley para una Sociedad Libre de Violencia de Género aprobada en 2018, como la Ley de Igualdad entre Mujeres y Hombres de 2010 desarrollan un amplio

articulado en torno a los medios de comunicación y la publicidad, estableciendo medidas y compromisos para este ámbito. Asimismo, también recoge el concepto de violencia simbólica como una de las formas de perpetuar la violencia ejercida sobre las mujeres.

Respecto a la violencia de género, la manera de comunicar las situaciones relacionadas con la violencia machista condiciona la comprensión de este grave problema social, pues es radicalmente diferente presentar la violencia que se efectúa sobre las mujeres enmarcándola como una consecuencia del machismo, a exponerla como un suceso o como un hecho circunstancial, pudiendo llegar, aun sin pretenderlo, a la victimización secundaria de las mujeres que la padecen. Esta dualidad también se traslada a las imágenes y representaciones que sobre las mujeres y los hombres divulga la publicidad, habitualmente inserta y transmitida en los medios de comunicación.

El no reconocimiento de un problema, o un reconocimiento errático, supone un impedimento para encontrar solución al mismo. Por eso, el primer paso es nombrarlo. No puede soslayarse que las desigualdades entre mujeres y hombres hunden sus raíces en el machismo y, además, se expresan en el ámbito material y práctico, pero también en el simbólico, como lo hace el lenguaje.

La manera de enunciar un hecho social no solo es descriptiva, sino intrínsecamente persuasiva, pues el lenguaje transmite una forma de pensar, sentir y actuar. En definitiva, las palabras ordenan simbólicamente el mundo. Esta es la razón por la que desde el Instituto de la Mujer de Castilla-La Mancha hemos

editado una guía de comunicación incluyente y no sexista titulada *Más que palabras*.

Para detectar estas y otras situaciones claramente sexistas y discriminatorias, la ya mencionada Ley para una Sociedad Libre de Violencia de Género prevé la creación de un órgano de vigilancia encargado de adoptar las medidas que resulten procedentes para que la publicidad, los medios de comunicación y los contenidos audiovisuales traten y reflejen la violencia machista y la desigualdad estructural en toda su complejidad.

Sin lugar a dudas, los medios de comunicación cumplen una función social de enorme relevancia a la hora de evidenciar las desigualdades basadas en el género, así como de poner de manifiesto la responsabilidad que tienen los poderes públicos especialmente, junto con el resto de la sociedad, para la superación de dichas desigualdades; también en el reconocimiento del empoderamiento femenino y el desarrollo de nuevos referentes de masculinidad como vías para el cambio social.

Las dos leyes referidas para avanzar hacia la igualdad de género y en contra del machismo en Castilla-La Mancha hacen mención notoria a los estudios de género y a la investigación como herramientas para hacer visibles las desigualdades por razón de sexo a través del conocimiento, la evaluación y la propuesta de estrategias para alcanzar la igualdad real. En esa línea, desde 2017 el Instituto de la Mujer ha establecido convocatorias regulares y específicas de ayudas a la investigación encaminadas a la realización de proyectos que profundicen en el conocimiento de la igualdad entre mujeres y hombres de Castilla-La Mancha.

En este marco se encuadra el proyecto de investigación *Análisis de la situación sociolaboral de las mujeres periodistas de Castilla-La Mancha*, financiado por el Instituto de la Mujer y coordinado por la profesora e investigadora de la Facultad de Periodismo de la Universidad de Castilla-La Mancha, Belén Galletero Campos.

Ya se ha apuntado la influencia determinante de los medios de comunicación respecto a la igualdad entre mujeres y hombres, señalando su peso incuestionable en el proceso de socialización a lo largo de la vida de las personas. Pero, ¿cuál es la situación de las mujeres periodistas con relación a sus compañeros de profesión en el contexto de los medios? ¿Influye el género en la selección de los contenidos periodísticos? ¿Existe sesgo de género en la información transmitida? ¿Están representadas de una manera equilibrada las periodistas en los espacios de toma de decisión? ¿La vida familiar y personal supone un obstáculo en la carrera profesional de las periodistas?

La profesora Belén Galletero Campos, junto a otras investigadoras de la UCLM (Vanesa Saiz Echezarreta, María José Ufarte Ruiz, Ana María López-Cepeda, Elena Martínez-Pérez y Lidia Peralta García) han realizado una interesantísima investigación sobre la situación de las mujeres periodistas que desarrollan su labor profesional en Castilla-La Mancha, compilando en distintos capítulos sus estudios, análisis de resultados y conclusiones, acompañado todo ello de un importante trabajo de campo llevado a cabo en las cinco provincias que componen nuestra región.

Este estudio permite una aproximación certera al marco contextual de los medios de comunicación

castellanomanchegos, caracterizados por la incorporación paulatina de mujeres. Sin embargo, aunque estas suponen algo más de la mitad de la plantilla de las redacciones, ocupan los tramos salariales más bajos y cuentan con menos oportunidades de promoción y de acceso a los puestos de dirección.

Kate Millet ya señaló que «lo personal es político». Cuestiones como la conciliación de la vida personal, familiar y laboral, así como la falta de corresponsabilidad real de los varones, se han convertido en asuntos centrales de los estudios feministas. Para analizar el impacto de la maternidad sobre las expectativas profesionales de las periodistas se hace preciso conocer cómo influye la perspectiva de mejoras salariales o el mismo rango salarial, como también la posición dentro de la escala de la empresa. En este sentido, resulta indispensable indagar sobre la importancia de las jornadas continuadas y del teletrabajo.

La independencia y la responsabilidad del periodismo con la sociedad son, quizá, los más altos valores considerados en la profesión periodística. Por este motivo, se ha analizado el grado de independencia, de libertad pero también de presiones, entre las mujeres y hombres periodistas, apreciándose diferencias marcadas por el género. Así pues, las mujeres parecen recibir más presiones que los hombres, las cuales se acentúan en función del tipo de contrato, de la titularidad del medio o cuando las mujeres se sitúan en puestos de dirección.

En un estudio de estas características no podían obviarse las aportaciones de las teorías feministas ante la desigualdad de género en el periodismo, conducentes

a ofrecer discursos explicativos y definir modelos sobre las características de la producción informativa y sus representaciones derivadas, incluidas las posiciones de las mujeres periodistas en tanto emisoras del mensaje.

Como puede observarse, una parte destacable de los problemas a los que se han de enfrentar las mujeres periodistas son comunes a los de otras mujeres profesionales, de lo que se desprende la necesidad de seguir ahondando en medidas y decisiones, tanto empresariales como sociales, que favorezcan la igualdad de género en todos los ámbitos de la vida. El impulso de la igualdad debe ser un compromiso de los medios de comunicación, sea en su organización interna, sea en su proyección social.

Decía una de las grandes pioneras del periodismo, mi admirada Carmen de Burgos, que «el progreso verdadero de los pueblos está en la ética». Humildemente, creo que será difícil, por no decir imposible, profundizar la ética y progreso sin la consideración, las capacidades y talentos de las mujeres.

Introducción

Dra. Belén Galletero Campos

Dra. Vanesa Saiz Echezarreta

(Universidad de Castilla-La Mancha, España)

La desigualdad de género en el ámbito de la producción informativa es un fenómeno persistente que ha sido objeto de estudio en un rango muy amplio de asuntos tanto estructurales, organizacionales, económicos como socio-culturales. El objetivo compartido en ellos es comprender, por un lado, qué obstaculiza y limita la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres y, por otro lado, qué incidencia tiene el género en la institución periodística.

La literatura especializada tiene uno de sus puntos fundacionales en la obra clásica de Gaye Tuchman (1979), donde se alertaba de la falta de rigor teórico en el ámbito de los estudios sobre comunicación y su excesiva dependencia de las perspectivas políticas. Con el paso del tiempo, esta línea de trabajo se ha consolidado con las aportaciones de investigadoras como Marjan De Bruin (2004), Deborah Chambers y Linda Steiner (2010), Karen Ross y Cintia Carter (2011) o Monica Djerf-Pierre (2011), entre otras.

Hoy contamos con un amplio catálogo de investigaciones internacionales, como el Global Media Monitoring Project (2015) y estudios transnacionales comparados (Hanitzsch; Hanusch, 2012) que han

tratado de aplicar a lo largo de los años las hipótesis teóricas más conocidas a contextos específicos mediante estudios de caso, como sucede en España (De Miguel *et al.*, 2017). La bibliografía en España, en gran medida, se ha centrado en la visibilización de las mujeres periodistas y de sus características (Soriano *et al.*, 2005; García Albi, 2007; Rivero *et al.*, 2015; García Saiz, 2018), lo que a día de hoy nos permite construir una aproximación histórica del fenómeno de la discriminación de género en las redacciones periodísticas del país.

En términos teóricos, se han privilegiado los estudios que aplican la teoría del techo de cristal (López Díez, 2000; Caro *et al.*, 2007; Ufarte Ruiz, 2012). Una perspectiva interesada en registrar y analizar el porcentaje de mujeres que trabajan en las redacciones y que ocupan puestos de dirección, para identificar las barreras de acceso de las mujeres y la consecución de la equidad de género en los diferentes niveles y espacios profesionales. Este planteamiento ha inspirado múltiples iniciativas también en el plano internacional, por ejemplo, el European Institute of Gender Equality (EIGE) llevó a cabo el proyecto Women and Media Industries in Europe (2012) y entre sus objetivos destacaba el problema de la inclusión de las mujeres en las posiciones de decisión y la revisión de las políticas y mecanismos en la promoción de la igualdad de género. A raíz de dicho proyecto, el Consejo de Europa revisa en 2013 la implementación de la Plataforma de Acción de Beijing y ratifica la pertinencia de un conjunto de indicadores que garantizarían la igualdad de género en la industria mediática. El primer indica-

dor es la proporción de hombres y mujeres en puestos de toma de decisión; el segundo, la proporción en las juntas directivas; y el tercero, el nivel de adopción de políticas, planes y medidas para promocionar la igualdad de género (planes de igualdad y programas formativos para mujeres) (EIGE, 2013).

A la luz de ejemplos como el que acabamos de mencionar, nos parece importante destacar la interrelación entre los planteamientos teóricos, los modelos explicativos, los resultados de investigaciones aplicadas y el área de diseño y definición de políticas públicas. En sociedades reflexivas como las contemporáneas esta articulación es aún más relevante, de ahí que —como sucede en otros ámbitos— este campo de estudios esté en constante revisión.

Las teorías clásicas de la masa crítica y el techo de cristal, más centradas en los enfoques sociolaborales, se han visto enriquecidas por modelos multifactoriales que indagan en los factores socioculturales que explican las jerarquías desiguales verticales y horizontales que se dan en las redacciones y que ponen de relieve la importancia de los estereotipos, expectativas, valores y prácticas asociadas al género en el periodismo (Ross, 2001; Robinson, 2008; Chambers; Steiner, 2010). Hoy están consolidados modelos complejos, inspirados en la teoría feminista, que observan las dimensiones estructurales, organizacionales e identitarias, no como un asunto que se vincula exclusivamente a las mujeres, sino desde su enfoque relacional que pone en el centro las cuestiones de las culturas profesionales como definitorias de lo que se asocia a lo masculino y lo femenino y cómo esto se entrecruza con las re-

laciones de poder en marcos más generales (Ruoho; Torkkola, 2018), aplicando el enfoque interseccional que se ha integrado como una pauta básica de las políticas de equidad de género e igualdad de oportunidades en la Unión Europea (Lombardo; Rolandsen, 2012).

El estudio sobre Castilla-La Mancha

Conscientes de estas limitaciones, este estudio está planteado como un diagnóstico de situación que pueda arrojar luz sobre la situación actual en las redacciones castellanomanchegas. Sobre los sistemas de medición de la igualdad de género, autoras como Eva Alfama, Marta Cruells y María de la Fuente (2014: 211) han cuestionado aquellos de tipo cuantitativo ya que, como señalan, «la medición de fenómenos sociales implica una simplificación y una reducción de los mismos». Frente a estas metodologías, hay otros planteamientos teóricos que defienden un enfoque competencial (Mimbrero; Pallarés; Cantera, 2017) que posibilita comprender y observar el género en su transversalidad, adoptando conceptos como el clima y la cultura de género. Para estas autoras, «las culturas emergen en las organizaciones, fruto de las relaciones entre personas conformadas según el sistema sexo-género dentro de un contexto social e histórico determinado» (2017: 270).

Sin embargo, consideramos que es preciso conocer primero cuál es la realidad a la que nos enfrentamos; con esta primera aproximación sentamos las bases

para seguir ahondando en el funcionamiento de las empresas periodísticas locales desde otras miradas. Nos encontramos con que han pasado catorce años desde la publicación del único estudio que hace referencia al colectivo profesional desde una perspectiva de género, el trabajo titulado *Estudio de situación de las mujeres periodistas en Castilla-La Mancha: Un colectivo emergente* (Prieto; Díaz, 2004), promovido por la Asociación de la Prensa de Ciudad Real. Así, los datos de los que partíamos no sólo se encontraban desactualizados, sino que no recogen la profunda transformación de las empresas periodísticas que se ha producido en la última década en el contexto de recesión económica. Por este motivo varias investigadoras del grupo MediaCom de la Facultad de Periodismo de la Universidad de Castilla-La Mancha consideramos que era pertinente revisar en qué medida ha evolucionado la presencia de las mujeres y sus roles dentro de la estructura mediática regional. Pero además era preciso hacerlo aportando datos —aun a pesar de que las cifras pueden esconder muchos matices—, por lo que adoptamos un modelo de análisis que estuviera ya avalado por investigaciones de referencia en la materia, como el proyecto internacional *Worlds of Journalism Study* (Hanitzsch, 2015) o el estudio «Mujeres periodistas en España: Análisis de las características sociodemográficas y de la brecha de género» (De Miguel *et al.*, 2017) en el marco nacional.

Este trabajo es el resultado del proyecto de investigación *Análisis de la situación sociolaboral de las mujeres periodistas en Castilla-La Mancha*, financiado por el Instituto de la Mujer de Castilla-La Mancha, en

la convocatoria competitiva de Ayudas a la investigación de 2018. El estudio que aquí presentamos sólo supone un punto partida, ya que abre una línea de continuidad dedicada a investigar sobre las mujeres y la comunicación en el ámbito regional. También constituye un hito, ya que varias investigadoras hacemos converger nuestras áreas de especialización en un mismo objeto de estudio. Estas reflexiones, que parten de campos epistemológicos diversos, conforman el retrato de una realidad compleja que está afectada por distintos factores, como puede ser el contexto socioeconómico, la identidad rural o la autoconcepción del periodismo.

Para conocer si se producen desequilibrios de género en las condiciones laborales de los y las periodistas en Castilla-La Mancha se ha diseñado un cuestionario compuesto por un total de 39 preguntas, la mayoría de ellas cerradas, mientras que otras presentaban una escala de acuerdo o desacuerdo ante determinadas afirmaciones (Likert, 1932). Para el diseño del cuestionario se han revisado trabajos similares que aplican esta metodología cuantitativa como los ya mencionados. Además, de las variables sociodemográficas del colectivo —género, edad, provincia, sector— hemos preguntado al colectivo acerca de su formación, sus años de experiencia laboral, su afiliación a asociaciones o sindicatos, pero también sus aspiraciones o expectativas en lo personal. Hemos tomado como referencia los informes sobre la profesión periodística que elabora de manera anual la Asociación de la Prensa de Madrid para conocer la evolución de la profesión; hemos incorporado algunas preguntas del estudio de

2004 para poder cotejar la evolución en algunos indicadores y algunos ítems del cuestionario utilizado en el *Worlds of Journalism Study*, que hacen referencia a rutinas profesionales, competencias, motivaciones y percepciones deontológicas del colectivo. La variedad de preguntas ofrece una panorámica completa sobre el colectivo profesional y, al comparar métricas entre hombres y mujeres, se han obtenido resultados elocuentes, como prueba la edición de este volumen.

Una de las limitaciones que afrontamos es la ausencia de datos sobre el censo de periodistas. Si tomábamos sólo a aquellos que están afiliados a las asociaciones de la prensa, corríamos el riesgo de excluir a buena parte del colectivo; por otro lado, obtener datos fidedignos sobre la plantilla por parte de las empresas no es sencillo, sobre todo porque en el terreno de la cercanía suele suscitar suspicacias. Por ello, optamos por la técnica del muestreo no probabilístico en bola de nieve (Goodman, 1961), que permite la ampliación progresiva de la muestra partiendo de un núcleo inicial con un tamaño muy reducido. En este sentido, ha sido fundamental contar con encuestadores en cada provincia que conocieran los medios y sus peculiaridades. No hemos tenido en cuenta en esta encuesta a aquellas personas que, trabajando en medios de comunicación, no realizan tareas periodísticas, como comerciales, administrativos, fotógrafos, cámaras y personal técnico, entre otros. Tampoco han sido objeto de estudio los profesionales que desempeñan sus funciones en gabinetes o en el ámbito de la comunicación corporativa, institucional o política. La razón es que, en este caso, queríamos fijarnos en la

estructura de las redacciones, asumiendo que puede tener un impacto en la modificación de patrones patriarcales de representación y en la incorporación en la agenda pública de los temas de preocupación e interés para las mujeres.

La recogida de datos se llevó a cabo durante el mes de octubre de 2018, a través de un cuestionario *online* realizado mediante el software QuestionPro. El resultado ha sido un volumen de respuestas de 179 periodistas, de los que 87 son hombres (48,6%) y 92 mujeres (51,4%), un equilibrio que ya se alcanzaba en el estudio realizado en 2004. En cuanto a la distribución geográfica de la muestra, un 16,8% desempeña sus funciones periodísticas en Toledo, un 15,6% lo hace en Cuenca, un 16,8% en Guadalajara y un 17,3% en Albacete. Por su parte, la provincia de Ciudad Real agrupa el 33,5% de las respuestas, lo que se explica por su mayor número de medios. En total, están representadas 85 empresas de prensa, radio, televisión y cibermedios. Al no tener un censo previo, la representatividad de la muestra queda avalada con la información proporcionada por la Dirección General de Promoción Institucional del Gobierno de Castilla-La Mancha, que ha colaborado con esta investigación aportando los datos anonimizados de las empresas periodísticas que han sido homologadas para optar a contratos publicitarios con la administración regional. En total, han concurrido 93 medios de comunicación y en ellos trabajan un total de 110 periodistas, tal y como consta en la documentación aportada por las empresas solicitantes. Estamos, por tanto, en un nivel de respuestas que puede considerarse significati-

vo. Los datos se han analizado mediante el programa SPSS, que ha permitido cruzar distintas variables y generar tablas de contingencia para comprobar entre qué factores se produce dependencia.

Los resultados de este análisis se recogen en los capítulos de este libro, agrupados por los distintos asuntos que afectan a las relaciones de género. Antes, el primero de los textos presenta una aproximación histórica a la evolución reciente del periodismo en Castilla-La Mancha, ya que no se puede entender la situación actual de los hombres y mujeres periodistas sin ubicarlos en los sistemas organizacionales que son los medios de comunicación. Sus dimensiones, su ubicación, su propiedad, son aspectos que condicionan no sólo el marco laboral y contractual del colectivo de periodistas sino también la manera en que ellos y ellas se sienten más o menos libres para desarrollar la profesión. Todos estos aspectos se desgranán en los capítulos 3 y 5, a cargo de las investigadoras María José Ufarte Ruiz y Ana María López Cepeda. Si vamos al detalle, la comparativa de los datos disponibles de la encuesta ha mostrado desigualdades no sólo estructurales sino también perceptivas.

Hemos considerado que la conciliación merecía un capítulo aparte, por ser todavía una de las grandes preocupaciones de este colectivo, acostumbrado a jornadas sin una hora fija de cierre, a trabajar los fines de semana y los días festivos, y a sacrificar parte del tiempo libre. En este caso, son Vanesa Saiz Echezarreta y Elena Martínez-Pérez las que presentan una panorámica sobre las medidas que a nivel nacional y regional pretenden facilitar la compatibilidad de la vida laboral

y familiar. En este cuarto capítulo se recogen, además, las respuestas de los y las periodistas sobre las medidas de conciliación que ofrecen sus empresas y aquellas que propondrían. En algunos casos, en lugar de trabajar sobre el conjunto de la muestra, se han estudiado sólo las respuestas de las mujeres periodistas, al no detectarse diferencias significativas entre ambos géneros. Es así en los capítulos segundo y sexto, firmados por Lidia Peralta García, que se ha centrado en las rutinas productivas y en los aspectos éticos de la profesión, así como en los roles asociados a ella.

A modo de discusión, Vanesa Saiz Echezarreta repasa en el capítulo séptimo los modelos teóricos desde los que se ha observado la intersección de género y periodismo y recoge las limitaciones del enfoque estructural para invitar a repensar las metodologías de análisis. El último capítulo está dedicado a las protagonistas. A través de seis entrevistas realizadas por Elena Martínez Pérez damos voz a algunas mujeres que han roto barreras en el periodismo local de esta comunidad autónoma. En este sentido, a lo largo de las siguientes páginas se localizan nombres de algunas mujeres que forman parte de la historia de las redacciones, pero somos conscientes de que son muchas más las que, en su labor cotidiana, contribuyen a eliminar estereotipos, a generar espacios igualitarios, a promover un reparto equitativo de tareas. Con esta contribución esperamos reforzar su visibilidad.

Referencias

- Alfama, Eva; Cruells, Marta; De la Fuente, María (2014): «Medir la igualdad de género. Debates y reflexiones a partir de una propuesta de indicadores clave», *Athenea Digital*, vol. 14, núm. 4, pp. 209-235.
- Caro, Francisco Javier; García Gordillo, María del Mar; Rodríguez, Carlos J.; Jimenez, Gloria (2007): «Techo de cristal en las empresas periodísticas: percepción de las habilidades y capacidades de la mujer en las tareas de dirección», *Ámbitos*, núm.16, pp. 395-407.
- Chambers, Deborah; Steiner, Linda (2010): «The Changing Status of Women Journalists». En Stuart Allan (Ed.) *The Routledge Companion to News and Journalism Studies*, pp. 49-59, New York: Routledge.
- De Bruin, Marjan; Ross, Karen (2004): *Gender and Newsroom Cultures: Identities at Work*, Cresskill, NJ: Hampton Press.
- De Miguel, Roberto; Hanitzsch, Thomas; Parratt, Sonia; Berganza, Rosa (2017): «Women journalists in Spain: An analysis of the sociodemographic features of the gender gap», *El profesional de la información*, vol. 26, núm. 3, pp. 497-506.
- Djerf-Pierre, Monika (2011). «The Difference Engine. Gender Equality, Journalism and the Good Society», *Feminist Media Studies*, núm. 11, pp. 43-51.
- EIGE - European Institute for Gender Equality (2013): *Advancing gender equality in decision-making in media organisations*, Luxembourg: Publication Office of the European Union.
- García Saiz, Lorena (2018): «Análisis de la situación laboral de las periodistas españolas», *Cuestiones de género: de la igualdad y la diferencia*, núm. 13, pp. 7-27.
- García-Albi, Inés. (2007): *Nosotras que contamos. Mujeres periodistas en España*, Barcelona. Plaza Janés.
- Goodman, Leo A. (1961): «Snowball Sampling», *The Annals of Mathematical Statistics*, vol. 32, núm. 1, pp. 148-170.
- Hanitzsch, Thomas (2015): *Worlds of journalism study 2012-2016: Methodological documentation*.
- Hanitzsch, Thomas; Hanusch, Folker (2012): «Does Gender Determine Journalists' Professional Views? A Reassessment Based on Cross-National Evidence», *European Journal of Communication*, núm. 27, pp. 257-277.
- Likert, Rensis (1932): «A technique for the measurement of attitude», *Archives of Psychology*, núm. 140, pp. 5-55.
- Lombardo, Emanuela; Agustín Rølandsen, Lise (2012): «Framing Gender Intersections in the European Union: What Implications for the Quality of Intersectionality in Policies?», *Social Politics: International Studies in Gender, State & Society*, vol. 19, núm. 4, pp. 482-512.
- López Díez, Pilar (2000): «El techo de cristal también existe en los medios». En Junta de Castilla y León (Ed.) *Mujeres, hombres y medios de comunicación*, pp. 291-

- 300 (Tomo II), Valladolid: Dirección General de la Mujer.
- Mimbrero, Concepción; Pallarés, Susana; Cantera, Leonor M. (2017): «Competencias de igualdad de género: capacitación para la equidad entre mujeres y hombres en las organizaciones», *Athenea Digital*, núm. 17, pp. 256-286.
- Prieto, María José; Díaz, Cándida (2004): *Estudio de situación de las mujeres periodistas en Castilla-La Mancha: un colectivo emergente*, Ciudad Real: Asociación de la Prensa de Ciudad Real.
- Rivero Santamarina, Diana; Meso Ayerdi, Koldobika; Peña Fernández, Simón (2015): «The feminisation of journalism studies: an analysis of the Spanish case», *Revista Latina de Comunicación Social*, núm. 70, pp. 566-583.
- Robinson, Gertrude J. (2008): «Feminist Approaches to Journalism Studies: Canadian Perspectives», *Global Media Journal. Canadian Edition*, vol.1, núm. 1, pp. 123-136.
- Ross, Karen (2001): «Women at work: Journalism as engendered practice», *Journalism Studies*, vol. 2, núm. 4, pp. 531-544.
- Ross, Karen; Carter, Cynthia (2011): «Women and News: A Long and Winding Road», *Media Culture Society*, vol. 33, núm. 8, pp. 1148-1165.
- Ruoho, Liris; Torkkola, Sinikka (2018): «Journalism and Gender. Toward a Multidimensional Approach», *Nordicom Review*, núm. 39, pp. 67-79.
- Soriano, Jaume; Cantón, María José; Díez, Mercé (2005): «La pseudo-feminización de la profesión periodística en España», *Zer*, núm. 19, p. 35-52
- Tuchman, Gaye (1979): «Women's Depiction by the Mass Media», *Sign*, vol. 4, núm. 3, pp. 528-542.
- Ufarte Ruiz, María José (2012): «Las mujeres periodistas en los puestos de dirección: el techo de cristal en la prensa escrita», *Actas del I Congreso Internacional de Comunicación y Género*, pp. 678-689. Sevilla.