



MUJERES Y PERIODISMO EN EL CONTEXTO DIGITAL

RETOS Y ANÁLISIS DEL
PAPEL DE LAS MUJERES
EN EL PERIODISMO ACTUAL
Y FUTURO

OBSERVATORIO
DE IGUALDAD DE RTVE

01 002



MUJERES Y PERIODISMO EN EL CONTEXTO DIGITAL

Observatorio de Igualdad de RTVE

CORPORACIÓN

rtve

MUJERES Y PERIODISMO EN EL CONTEXTO DIGITAL

Primera edición: **marzo, 2023**

© **Corporación RTVE de la edición**

© **Observatorio de Igualdad de RTVE - 2022**

Edita: **Instituto RTVE**

Coordina: **Concepción Cascajosa Virino y Beatriz Aparicio Vinacua**

Portada: **Huygens**

Interior: **Rasgo Audaz, Sdad. Coop.**

Depósito Legal: **M-5933-2023**

ISBN: **978-84-948361-3-8**

Queda rigurosamente prohibida, sin la autorización escrita de los titulares del copyright, bajo las sanciones establecidas por las leyes, la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio o procedimiento, comprendidos la reprografía y el tratamiento informático, y la distribución de ejemplares mediante alquiler o préstamo públicos. Si necesita fotocopiar o reproducir algún fragmento de esta obra, diríjase al editor o a CEDRO (www.cedro.org).

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.

Observatorio de Igualdad de CRTVE	7
<i>Concepción Cascajosa y Beatriz Aparicio</i>	

5

CAPÍTULO I.

Academia de Televisión	11
<i>María Casado</i>	
<i>Pilar Socorro</i>	

CAPÍTULO II.

Associació de Dones Periodistes de Catalunya	23
<i>Marta Corcoy</i>	

CAPÍTULO III.

Comunicadoras Granada	31
<i>Lola Fernández</i>	

CAPÍTULO IV.

Periodistas Feministas de Castilla y León	37
<i>Ana Gaitero</i>	

CAPÍTULO V.

Plataforma Colombine de Murcia	47
<i>Marga Garrido</i>	

CAPÍTULO VI.

Xornalistas Galegas	53
---------------------------	----

CAPÍTULO VII.	
Comunicadoras 8M	65
<i>Marián Álvarez</i>	
CAPÍTULO VIII.	
Asociación de Mujeres Comunicadoras ‘Contamos el Mundo’	71
<i>Mayte Carrasco</i>	
CAPÍTULO IX.	
Red de Periodistas Rurales	77
<i>María Antonia Reinares</i>	
CAPÍTULO X.	
Reporteros Sin Fronteras España	83
<i>Edith Rodríguez</i>	
CAPÍTULO XI.	
Asociación de la Prensa de Madrid	89
<i>Cristina de Alzaga</i>	
CAPÍTULO XII	
Federación de Sindicatos de Periodistas	97
<i>Clara Aurrecoechea</i>	
CAPÍTULO XIII.	
Federación Europea de Periodistas	107
<i>Marta Barcenilla</i>	

INTRODUCCIÓN.

OBSERVATORIO DE IGUALDAD DE CRTVE

CONCEPCIÓN CASCAJOSA

Presidenta del Observatorio de Igualdad de CRTVE

BEATRIZ APARICIO

Adjunta del Observatorio de Igualdad de la CRTVE

7



‘Mujeres y periodismo en el contexto digital’ fue el título del II Seminario del Observatorio de Igualdad de CRTVE en junio de 2022, que tuvo lugar con la colaboración de la Academia de Televisión y el Instituto RTVE. Este encuentro, punto de partida para la presente publicación, supuso un espacio de debate sobre el papel de las mujeres en el periodismo actual y futuro.

Diversas asociaciones de mujeres periodistas se reunieron en aquel seminario, en el Auditorio de Prado del Rey, para hacer un análisis de la realidad de las trabajadoras de la información desde la perspectiva de género. Contamos para ello con asociaciones que contextualizaron las dinámicas a las que se enfrentan las mujeres en el periodismo desde el punto de vista autonómico o local y también con organizaciones y redes que pusieron el foco en el periodismo especializado. Las participantes repasaron además cómo han afectado a las mujeres periodistas la Covid-19, las redes sociales y el giro hacia un periodismo digital en las últimas décadas. Entre los puntos de reflexión planteados estuvieron las dificultades de las mujeres para entrar en las redacciones, para librarse de ser encasilladas en temáticas concretas, o para desarrollar su trabajo de forma libre y segura.

Con esta base, se propuso a las participantes analizar el panorama actual y plantear retos o soluciones para las mujeres periodistas en el futuro. Así nació esta publicación, que unifica todo lo expuesto en el II Seminario del Observatorio de Igualdad y pretende con ello hacer un diagnóstico de la problemática a la que se enfrentan las mujeres en el ámbito periodístico.

En los siguientes capítulos repasaremos con la Academia de Televisión la evolución del papel de la mujer en el periodismo, las dificultades que ha tenido que afrontar como los estereotipos de género, el edadismo o la conciliación familiar, que ha vuelto de lleno al debate por los efectos de la pandemia.

No dejaremos de lado el análisis de la situación de las mujeres periodistas en los diferentes territorios con la Associació de Dones Periodistes de Catalunya, Comunicadoras Granada, Periodistas Feministas de Castilla y León, la Plataforma Colombine de Murcia y Xornalistas Galegas. Estas asociaciones, además de contextualizar sus problemáticas y datos concretos, exponen su trabajo para conseguir el reconocimiento de la igualdad profesional de las mujeres periodistas, para lograr romper los techos de cristal en los medios de comunicación y sus campañas para promover una imagen digna de las mujeres en los medios a todos los niveles.

También tienen voz las periodistas especializadas en distintos ámbitos. Desde Comunicadoras 8M recalcan la necesidad de reivindicar y luchar desde las redes sociales para frenar una corriente misógina que ataca a las mujeres en general y a las mujeres periodistas en particular. La Asociación de Mujeres Comunicadoras 'Contamos el Mundo' señala la importancia de las redes de apoyo entre mujeres periodistas. La Red de Periodistas Rurales recuerda que en ciertos territorios más despoblados las profesionales del periodismo se enfrentan a dificultades específicas y a la información «hiperlocal». Reporteros Sin Fronteras señala ya el año 2022 en su primera mitad como un año inédito en la forma de violencia más extrema contra las mujeres periodistas: su asesinato.

Por último, abordaremos el análisis del presente y el futuro de las mujeres en el periodismo con la Asociación de la Prensa de Madrid, que habla de la importancia como mujeres de tener voz y de salir en la foto; con la Federación de Sindicatos de Periodistas (FeSP), que revela la situación de precariedad en el sector tras varias crisis desde 2008; y la Federación Europea de Periodistas (EFJ), que incide en

que las mujeres protagonizan algunos de los espacios más precarios del mundo de la comunicación.

Son muchos los asuntos abordados a lo largo de esta publicación, que ya fueron introducidos y destacados en el seminario del que sale. Un salario y horario dignos no deberían ser un privilegio, sino un derecho, fundamentalmente en el ámbito del periodismo y para las mujeres profesionales que lo desarrollan. Hay que avanzar y trabajar para mejorar la situación de las mujeres en los medios de cara al futuro, pero siempre estando en guardia ante todas las resistencias que saldrán por el camino, y empezando a aplicar los cambios desde hoy. Es importante, además, visibilizar a las mujeres periodistas que abrieron ese camino y a las que lo siguen construyendo hoy, sobre todo a las que trabajan en países donde la libertad de prensa está seriamente amenazada y que se juegan la vida para desarrollar su trabajo. Es necesario poner el foco en cuestiones clave como la violencia contra las mujeres o el acoso a las mujeres periodistas en redes sociales. Y hay que destacar también el papel de la formación en igualdad en los medios como solución.

Debemos recordar los retos que quedan por cumplir, como los techos de cristal y la falta de mujeres en puestos de liderazgo, o el hecho de que la mayoría de las estudiantes periodistas sean mujeres, aunque después no todas lleguen a ejercer. Y debemos abrir la agenda mediática para dar su lugar a las mujeres periodistas, a las mujeres expertas, pero también para abordar los temas que afectan a las mujeres en general.

RTVE, como medio público, tiene el objetivo de marcar el camino en la medida de lo posible en cuestiones relacionadas con la igualdad. La Guía de Igualdad de RTVE y el II Plan de Igualdad aprobado este año son ejemplos de ese compromiso y marcan un camino de trabajo para solucionar algunas de las cuestiones reseñadas anteriormente de cara al futuro.

El Observatorio de Igualdad se ha marcado el objetivo de hacer un repaso por la situación de las mujeres, su diagnóstico y la búsqueda de posibles soluciones, en diferentes ámbitos que rodean al ejercicio de la información y programación en radio y televisión. Así, presenta en colaboración con el Instituto RTVE, este segundo documento de análisis sobre la realidad de las mujeres en el periodismo y los medios de comunicación.

CAPÍTULO I.

ACADEMIA DE TELEVISIÓN

‘Mujeres referentes del audiovisual»

MARÍA CASADO

Presidenta de la Academia de Televisión y de las Ciencias y las Artes del Audiovisual

11



En nombre de la Academia de Televisión, me gustaría comenzar dando las gracias a Concepción Cascajosa, académica, por su trabajo al frente del Observatorio de Igualdad de la corporación RTVE y por invitarnos a participar en un debate actual y necesario sobre «Mujeres y periodismo en el contexto digital».

Venimos de unos años impensables. Nadie imaginó el papel que jugarían las pantallas cuando una pandemia mundial nos obligó a confinarnos en casa. Por eso me gustaría también aprovechar esta ventana para dar las gracias a todos los profesionales de una industria que en estos últimos años se ha reafirmado como vehículo de conexión indispensable y fundamental. Supimos reinventarnos en tiempo, forma y contenido, y hemos ejercido más que nunca nuestra labor de informadores, entretenedores y acompañadores de la sociedad. Nunca se nos ha visto más, en todas las franjas y en todos los géneros, pero también es verdad que el virus ha minado muchos de los cimientos sobre los que se asienta esta industria. La crisis económica ha traído caídas de la publicidad, del empleo, programas cancelados, rodajes paralizados, series interrumpidas y daños colaterales a otras muchas empresas que prestan sus servicios para que esta gran maquinaria funcione. Vaya

para todos ellos nuestro agradecimiento y ánimo para la recuperación lo antes posible.

En estos complicados años, me tocó personalmente asumir el reto de la presidencia de una institución como la Academia de Televisión. Y aún con la pandemia en contra, acometimos una importante transformación digital, sumamos a la familia a nuevos agentes del audiovisual como Netflix, Prime Video o Movistar Plus+ y llevamos los Premios Iris a Latinoamérica hermanándonos con las televisiones de más de 20 países. Nos mantuvimos atentos a las inquietudes del sector reflexionando sobre temas como la Ley del Audiovisual, la guerra de Ucrania, el auge de la ficción española o la producción de contenidos en la era del Metaverso. Y también, hace solo unos meses, debatimos sobre el liderazgo femenino con un grupo de mujeres directivas de la televisión actual.

Y es aquí, antes de hablar de los retos pendientes, donde me gustaría poner en valor el trabajo de nuestras predecesoras. Mujeres referentes y pioneras que lo tuvieron mucho más difícil en un mundo donde ellas eran la excepción.

Pilar Socorro, miembro de la Junta Directiva de la Academia, mostró durante su intervención en este seminario una pequeña pincelada, una muestra de los testimonios que custodia la Academia en el archivo documental «Tesoros Vivos de la Televisión». **Pilar Miró, Blanca Álvarez, Josefina Molina, Laura Valenzuela, Lolo Rico, Rosa María Calaf, Paloma del Río, Victoria Prego, Maruja Callaved** y tantas otras mujeres invisibles que abrieron camino a las nuevas hornadas de profesionales de la televisión. Como señala **Mayra Gómez Kemp**, no podemos dejar que las generaciones futuras no sepan del papel que jugaron todas ellas en la historia de la televisión.

Y mantener vivo ese legado es precisamente uno de los objetivos de la Academia de Televisión. Que no se olvide la historia de tantos y tantas referentes y que esto pueda albergarse en el futuro Museo del Audiovisual, un proyecto en el que queremos implicar a Televisión Española, al Ministerio de Cultura y Deporte y al Parlamento Europeo.

Afortunadamente, algo ha cambiado en estos años. Cada vez somos más y, poco a poco, vamos escalando posiciones en la pirámide profesional. Compañeras como **Koro Castellanos o Cristina Burzako**, por poner un ejemplo, están hoy al frente de grandes compañías audiovisuales como

Prime Video o Movistar Plus+. Y, aunque en la actualidad sigue habiendo profesiones que eran y son exclusivamente feudo de nuestros compañeros masculinos, especialmente en puestos técnicos o de dirección, hoy las mujeres estamos empujando desde el liderazgo para que el cambio se produzca a mayor velocidad.

Es obvio que queda un gran camino por recorrer y muchos logros por alcanzar en materia de conciliación e igualdad real para las mujeres periodistas. Peligros como la violencia en redes sociales, la precarización, el techo de cristal o la ausencia de referentes femeninos como fuentes de la información siguen ensombreciendo el día a día de nuestra profesión.

Es por eso que uno de los retos fundamentales de nuestra sociedad está en educar para la diversidad a las nuevas generaciones: en políticas de igualdad, en sororidad, en lograr la empatía de nuestros compañeros, en visibilizar el trabajo de las mujeres referentes y también en la búsqueda de alianzas y puntos de encuentro. Da igual a lo que nos dediquemos dentro del sector, las inquietudes son compartidas y juntas siempre somos más fuertes.

ACADEMIA DE TELEVISIÓN

PILAR SOCORRO

Vocal de la Junta Directiva de la Academia de Televisión y periodista de RTVE

Cuando hablamos de contexto digital, nos encontramos con que, en el año 2022, este es el único contexto posible. Estamos asistiendo a los últimos días de los periódicos en papel, todas las grandes cabeceras tienen ya su edición online y han surgido nuevas que lo han hecho únicamente en internet. Con las emisoras de radio ocurre exactamente igual. Todas las cadenas cuentan con su propia aplicación para móvil que nos permite escuchar la emisión en directo o en diferido a modo de podcast.

Si nos fijamos bien, centrándonos únicamente en la televisión, que es la que nos ocupa, todos los programas cuentan en la actualidad, en su ángulo superior izquierdo, con una etiqueta *hashtag #* seguida de la abreviatura —en siglas— del programa que estamos viendo en ese momento, con el fin de que hagamos uso de ellas en redes sociales; sobre todo en Twitter que es, con permiso de Kantar media, la forma de ver el impacto que tienen en los espectadores y tener un *feedback* inmediato de su llegada a la audiencia, al tiempo que se fideliza al espectador que nos sigue también a través de internet.

Todos los productos audiovisuales, una vez emitidos, son subidos a las redes sociales con el fin de que puedan ser visionados «a la carta», con lo que se cuenta con una audiencia cada vez mayor a medida que la edad de la audiencia desciende, de manera que en el colectivo *millennial* (las personas nacidas entre 1981 y 1995) la visualización de contenidos de manera convencional es cada vez más residual y en la llamada generación Z (aquellas personas nacidas entre 1996 y 2012) es prácticamente nula.

Por este motivo, la Academia de la Televisión y de las ciencias y las artes del audiovisual de España ha abierto su abanico para incluir también a los creadores de contenido audiovisual desde las diferentes plataformas que operan en internet. En la actualidad forman parte de ella más de un millar de académicos y la cifra sube cada día.

En este punto quiero hacer un recordatorio acerca de la historia de la Academia de la Televisión en España y su paralelismo con el feminismo en nuestro país.

Esta institución sin ánimo de lucro, que ha sido declarada de interés público, fue fundada en el año 1997 por un grupo en el que figuraban importantes nombres con presencia en la, cariñosamente llamada, pequeña pantalla. Así, su junta directiva en aquella primera ocasión estaba encabezada por Jesús Hermida junto al que vemos nombres como Moncho del Corral, Mikel Lejarza, Rafael Ansón, Valerio Lazarov, Jorge del Corral, Ricardo Visedo, Pedro Piqueras, Jorge Sánchez Gallo y una única mujer Isabel Gemio, muy conocida por ser el rostro del programa de entretenimiento «Sorpresa, sorpresa» de Antena 3 TV.

El proyecto se fue consolidando y, a continuación, se sucedieron en la presidencia Antonio Mercero, Ignacio Salas y en 2006 accede Manuel Campo Vidal, que impulsó la refundación y contó con 3 mujeres en su junta de un total de 20 directivos. Manuel enlazó dos legislaturas en las cuales Concha García Campoy fue su portavoz.

Me permito hacer un inciso en este momento para hablar de esta gran profesional, que ha dado nombre a los premios que la Academia de la Televisión otorga al periodismo científico. En la etapa final de su vida, cuando luchaba contra su enfermedad, dejó un testamento verbal, aunque ella estaba convencida, como todos los que la queríamos, de que sobreviviría. Pues bien, dijo que, cuando se curara, iba a destinar su tiempo y su voz a visibilizar la investigación. La Academia recogió ese testamento oral para destacar los trabajos en ese campo y lo que de positivo implica. Concha García Campoy ha dado nombre a los premios que la Academia de la Televisión otorga al periodismo científico.

Volviendo a la presidencia de la Academia, no fue hasta diciembre del año 2018 cuando, ¡por fin!, una mujer accede al cargo de presidenta. Fue en unas elecciones en las que había tres listas, las otras dos encabezadas por varones, en las que la periodista María Casado ganó con una holgada mayoría.

La Academia TV cuenta actualmente con un consejo en el que hay representantes de TVE, Antena3, La Sexta, Netflix, Prime Vídeo, Trece, más las cadenas de las televisiones autonómicas de La Força, así como Castilla León Televisión, Canal Extremadura, DMAX y la SGAE. Organismos en los que ya comenzamos a ver más mujeres, aunque no muchas aún, en puestos directivos.

Quien no conoce la historia, está condenado a repetirla

Una frase que hemos oído muchas veces y no por ello deja de ser absolutamente cierta.

En la actualidad, suena de locos el hecho de que la mayoría de edad sea diferente para el hombre y para la mujer, pero era así no hace demasiado tiempo. La mayoría de edad femenina estaba fijada en 25 años, mientras que la masculina era de 21. Si a eso le unimos que las mujeres casadas necesitaban de la autorización legal de sus maridos para la realización de diversos actos de contenido jurídico y patrimonial, la denominada licencia marital, que estuvo vigente en España hasta el año 1975, nos damos cuenta que ser mujer no era un chollo.

Permítanme abundar en este tema. En España, como vemos, si las mujeres querían tener una empresa debían contar con aquiescencia del hombre que «la representaba», que era quien otorgaba a su voluntad nuestro derecho a administrar los bienes o firmar contrato. Tengo el ejemplo de mi propia madre que, con 94 años en la actualidad, fue pionera y fundó, junto a sus amigas con negocios «propios», el germen de la Asociación de mujeres empresarias de Las Palmas de Gran Canaria. Esto fue a la vuelta de su periplo por Venezuela, donde emigró como tantos españoles, sobre todo gallegos y canarios.

#Edadismo

El término edadismo data del año 1968 y fue establecido por el psiquiatra y gerontólogo Robert Butler. Lo definió como el conjunto de tres elementos:

1. Las actitudes hacia las personas mayores.
2. La edad avanzada.
3. El proceso de envejecimiento.

El edadismo puede llegar a producir depresión a causa de la discriminación que se ejerce en todos los órdenes de la vida. La baja autoestima llevará a que las personas mayores tengan menores niveles de autonomía, lo que perjudicará su productividad y también, físicamente, llevará a un mayor estrés cardiovascular. Esta discriminación por edad la fija la sociedad y responde a unos patrones que nos hacen ver a aquellas personas que cumplen años como seres que tienen un deterioro físico y cognitivo que los aísla socialmente, con lo que cada vez tendrán menos actividad física y mental... Una pescadilla que se muerde la cola, aunque no todos envejecemos a la misma velocidad y no todos llegamos a padecer, por ejemplo, enfermedades como el Alzheimer que, obviamente, nos impedirán continuar desarrollando nuestra actividad profesional. Un prejuicio que iguala, a la baja, a todas las personas de edad, dando por hecho que ya no son útiles a la sociedad. Esto, además, choca frontalmente con el retraso en la edad de jubilación que aboga, gracias a los beneficios de la medicina que han alargado la edad, a que también continuemos en activo más allá de los 65 años.

Mirando la cuestión desde una óptica feminista, podemos decir que el edadismo nos ha afectado más a las mujeres que a los hombres y tenemos casos con los que sustentar claramente lo que digo. Mientras que los hombres que cumplían años pasaban a convertirse en maduros interesantes, las mujeres que habían sido atractivas en sus años de juventud pasaban directamente a ser viejas o, en el mejor de los casos, se convertían en «transparentes».

Todos podemos recordar que, hasta no hace mucho, un señor de 50 años con casa propia, vehículo y carrera profesional era un «buen partido» mientras que una mujer de 50 años soltera, con casa propia y carrera era «una solterona».

En la televisión no hemos sido ajenas a este fenómeno y, como muestra, uno de los más grandes comunicadores que en la actualidad continúa como «marca» es Joaquín Prats, al que las personas más jóvenes conocen por su presencia en el grupo Mediaset, pero yo me refiero a su padre... Ellos podían ser longevos en imagen, pero nosotras no.

Una muestra clarísima de este fenómeno fue el mítico programa televisivo «Galas del Sábado», que congregaba a las familias al frente de la pequeña pantalla para disfrutar de un espectáculo para todos los públicos, durante las décadas de los 60 y 70, con una pareja que había pasado desde el cine a la televisión haciendo las delicias de todos. Una *sexymbol* de la España de los años 60, alta, delgada y rubia, que hacía pareja

con un hombre divertido y atractivo de mediana edad. Joaquín Prats y Laura Valenzuela fueron la pareja mítica de la televisión en los 60 y 70.

En los años 90, TVE recupera la fórmula, pero cambia a Laura Valenzuela que seguía siendo alta, rubia y atractiva, pero que ya no cumplía con los estándares de juventud requeridos para enamorar a la audiencia. Optan por una joven también rubia, dicharachera y deportiva, Miriam Díaz Aroca. Joaquín Prats sigue vigente.

Durante esos mismos años 90 triunfa un tándem madre e hija en TVE: María Teresa Campos y Terelu Campos, que, tentadas por una sustanciosa oferta de Antena 3 Televisión, abandonan la 1 de TVE y se van dejando un hueco difícil de llenar. Ahora sí, la pública decide rescatar a Laura Valenzuela para repetir la fórmula madre e hija con la actriz Lara Dibildos. Aquí la edad se permitía, porque reflejaba la maternidad y la experiencia del paso del tiempo, dando el relevo a la hija que tuvo con el productor y guionista de cine, José Luis Dibildos.

¿SUPERWOMAN?

Nos vendieron la moto durante los años 80 tras los logros conseguidos durante la década de los 70, en la que en muchas manifestaciones las mujeres quemaban los sujetadores como símbolo de liberación para escándalo de la sociedad y ejemplo de las niñas que veníamos empujando hacia la igualdad.

A partir de los años 80, comenzábamos a ocupar cada vez más terreno en las profesiones que hasta entonces habían sido coto privado de los varones. Se nos permitió, convenciéndonos de mantener los valores tradicionales de maternidad y sostenedoras de la limpieza, el orden y la paz en el hogar. Así que aquellas que «pretendían» tener una carrera profesional de éxito, debían cumplir con sus obligaciones en el hogar antes de salir al mundo exterior. Una experiencia extenuante en la que, en muchas ocasiones, además del agotamiento propio de estar 24 horas con la atención plena en todo lo que ocurría dentro y fuera de casa, teníamos la carga mental y estábamos con la espada de Damocles de que seríamos juzgadas y condenadas al mínimo fallo. Un ejemplo serían el alcalde y la alcaldesa. Ambos con hijos. Si se alargaba un pleno en el ayuntamiento el señor alcalde no tenía problema alguno en quedarse hasta que se resolvieran los asuntos consistoriales, puesto que en su casa estaría,

con total seguridad, su santa esposa encargándose de los deberes, las cenas y los baños de los pequeños. Él asistía tranquilamente a la sesión y todos alababan su entrega a las labores para con sus conciudadanos. Pero... ¿qué pasaba en el caso de la señora alcaldesa? Si se quedaba en el pleno era una mala madre, porque tenía a sus hijos abandonados, y si se iba a casa era una mala gestora, porque abandonaba sus labores para con sus electores... Hiciera lo que hiciese la mujer, estaba mal visto. Y así continuamos aún en muchos casos. Cuando parecía que estábamos llegando por fin al equilibrio y estábamos consiguiendo la equiparación real entre sexos... ¡llegó la Pandemia y mandó parar!

Pandemia y conciliación familiar

Volvimos a casa, el teletrabajo llegó como una opción, pero en muchos casos como una amenaza porque volvíamos a tener la responsabilidad única del cuidado de la familia. Las que superábamos la edad de cuidar a los niños porque nuestros hijos ya eran independientes, nos encontramos con que ahora tenemos que cuidar de nuestros padres. La carga mental vuelve a ser de la mujer. Un fenómeno que se puede definir como la cantidad de esfuerzo mental deliberado que debe realizarse para conseguir un resultado concreto, y está ligada a la necesidad de procesamiento de información y de toma de decisiones para la ejecución de la tarea. En nuestro caso va desde el «¿qué comemos hoy?», hasta el «¡Mamá has lavado mi chándal!»

Hay un chiste, muy malo, pero que refleja exactamente este concepto: «¿Qué le preguntan los hijos a la madre?: mamá, ¿qué hay de comer?; mamá, ¿dónde está mi uniforme?; mamá, ¿me ayudas con los deberes? ... En cambio al padre le preguntan: ¿dónde está mamá?»

El Teletrabajo es una buena opción para todos los que lo puedan llevar a cabo: ventajas medioambientales, ahorro de combustibles, tiempo que equivale a vida. Bueno para las empresas y para la calidad de vida de los trabajadores. Bueno para conciliar vida profesional con vida laboral, pero ¡¡¡Cuidado!!! No seamos solo nosotras las que carguemos con la conciliación.

No se trata de demonizar al teletrabajo. Hay muchas profesiones en las que no es posible llevarlo a cabo. Por ejemplo, en la arqueología, los yacimientos están donde están y no podemos descubrir un homo antecesor en nuestro salón, a menos que tengamos nuestra casa construida directamente en Atapuerca. Pero cuidado con los que, por no poder te-

letrabajar, pretenden que todos tengamos una presencialidad del 100%. Como ejemplo, es como si un diabético, que no puede comer azúcar porque para él es mortal, pretendiera que yo dejara de consumirlo, sería un sinsentido porque el hecho de que yo no coma azúcares no hará bajar su índice glucémico. Con esto ocurre lo mismo. Además, si todos los que pueden realizar su labor a distancia se quedan en casa, habrá, como dijimos anteriormente, menos contaminación ambiental. Ganamos en seguridad vial porque habrá menos congestión de vehículos en las carreteras. Desde el punto de vista económico ahorraremos combustibles y lo más importante de todo: ahorraremos tiempo de vida. Ese que consumimos en ir y volver de nuestro puesto trabajo en la empresa correspondiente. Recordemos las palabras del ex presidente de Uruguay José Mujica «no compras con monedas, sino con tiempo de vida».

¿Vuelven los techos de cristal?

Entendemos por techos de cristal todos aquellos obstáculos que nos frenan en nuestro progreso profesional. Para las mujeres, como se ha visto a lo largo de la historia, poder llegar al éxito profesional implicaba haber cubierto primero las labores de ama de casa. Hay una frase irónica, pero muy demostrativa, de la feminista histórica Lidia Falcón: «la igualdad real llegará el día en que mujeres mediocres ocupen altos cargos».

La imagen de la vuelta del velo islámico para cubrir la cara de las mujeres periodistas presentadoras de los informativos en Afganistán nos han hecho retroceder. Parecía impensable, pero estamos en un mundo globalizado, y la guerra en Ucrania nos ha hecho ver que no está tan lejos que pueda ocurrir un retroceso en derechos para la mujer en Europa también.

Cuando estamos a punto de alcanzar la singularidad tecnológica, porque las máquinas están a punto de igualar e incluso superar a la inteligencia humana, nos encontramos con este panorama tan sombrío.

Quiero hacer hincapié en el uso del lenguaje, especialmente por la fuerza que tenemos como medio de comunicación para evitar el retroceso. Un apunte que no siempre se tiene en cuenta: victimario es aquel que, por su accionar, convierte a otro ser vivo en víctima (alguien que sufre algún tipo de daño por culpa de otro sujeto o por una situación azarosa). Las ideas de victimario y víctima, por lo tanto, funcionan por oposición. ¡Cuidado con el lenguaje usado!

Cuidado con las *fake news*. El periodismo virtual se produce en diarios que no ofrecen noticias (concebidas como versión o reflejo de la realidad), sino que crean sus propias ficciones, especialmente en primeras planas.

La ley del péndulo nos advierte de que, antes de que se llegue al equilibrio completo, el péndulo ha de llegar al extremo. Desafortunadamente aún necesitamos al feminismo para alcanzar la igualdad real.

Quiero terminar hablando del vídeo que, con motivo del 18 de marzo de 2018, ofreció la Academia TV. En él aparecen los tesoros vivos hablando de sus experiencias profesionales. Las pioneras, pocas mujeres en un mundo de hombres, que abrieron caminos que nosotras debemos continuar:

- Premios Toda una vida: Concha Velasco, Rosa María Calaf...
- Tesoros vivos: Elena Martí, Mayra Gómez Kemp, Paloma del Río, Rosa María Calaf, Maruja Cavalled, Lolo Rico y Pilar Miró, la primera mujer al frente de la Presidencia de RTVE.

CAPÍTULO II.

ASSOCIACIÓ DE DONES PERIODISTES DE CATALUNYA

MARTA CORCOY

Presidenta de la Associació de Dones Periodistes de Catalunya

23



La Asociación de Mujeres Periodistas de Cataluña (ADPC) es una asociación profesional de ámbito catalán, regulada por estatutos propios, que agrupa desde junio de 1992 a mujeres que trabajan en el sector de la comunicación. Es la primera asociación de mujeres periodistas de España. Está vinculada a la Red de Periodistas Europeas, de la que forma parte desde 1993, y mantiene contactos con otras redes de periodistas de Europa. Desde 2005 es integrante y fundadora de la Red Internacional de Mujeres Periodistas y Comunicadoras.

Las finalidades de la Asociación se concretaron en la fecha de su fundación en:

1. Trabajar por el reconocimiento de la igualdad profesional de las mujeres periodistas.
2. Conseguir el acceso a los puestos de decisión en los medios de comunicación.
3. Promover una imagen digna de las mujeres en los medios, en tanto que profesionales, protagonistas o usuarias.

En este año 2022 la ADPC cumple 30 años. ¿Qué ha pasado en estos 30 años? ¿Sigue siendo necesaria la entidad? ¿Habrà que reformular sus objetivos?

Las mujeres accedieron de forma destacada como profesionales en los medios de comunicación una vez finalizada la transición, entre 1982 y 1986 y, sobre todo, a partir de este último año. Esta es una de las principales conclusiones de la tesis doctoral de Mavi Carrasco, *Periodismo en Cataluña, de la dictadura en la democracia: la incorporación de las mujeres a las redacciones de los diarios de información general (1966-1986)*¹. Así, en 1986, las secciones con una mayor representación de profesionales mujeres publicando en ellas eran las de Sociedad y Cultura. Ambas sumaban el 53% de las informaciones firmadas por las periodistas. Las mujeres se concentraban en las llamadas secciones blandas, consideradas de menor prestigio y destinadas a temas relativos al ocio o aquellas informaciones de interés humano. En cambio, solo el 15% de las noticias publicadas que tenían como autora a una mujer correspondían a la sección de Política y el 12% a la de Opinión. La mirada feminista diríamos que no estaba. Solo la firma de algunas mujeres periodistas.

¿Y ahora cómo nos encontramos? ¿Qué espacio y qué protagonismo tienen hombres y mujeres en los medios de comunicación? ¿De qué informan ellos y ellas? Brevemente intentamos responder a estas preguntas.

¿DÓNDE ESTÁN LAS MUJERES?

Algunos datos sobre representatividad femenina social sirven para hacerse una idea de la actual desigual representación.

En Cataluña una mujer dirige un medio de comunicación generalista catalán: Esther Vera, del diario ARA. A nivel estatal tenemos el diario El País dirigido por Pepa Bueno. Si enfocamos la mirada en medios de ámbito local, comarcal y/o de temática específica, el porcentaje no varía mucho.

Tenemos el diario 20Minutos dirigido y coordinado por mujeres (Encarna Samitier e Isabel Serrano en la delegación de Barcelona), la revista *Sàpiens* (Clàudia Pujol) o muy recientemente el *Diari de Tarragona* (Núria Pérez). Y la Agencia EFE dirigida por Gabriela Cañas.

La paridad en los consejos de administración de las empresas del IBEX35 no se ha logrado a pesar de la ley de igualdad: no se supera el 20%.

1] Mavi Carrasco, *Periodismo en Cataluña, de la dictadura a la democracia, la incorporación de las mujeres a las redacciones de los diarios de información general (1966-1986)*, (Universitat Autònoma de Barcelona: 2017), <http://hdl.handle.net/10803/457748>

En Cataluña, un 23% de alcaldesas, un 42% de concejales, después de 11 mandatos electorales y más de 40 años de democracia

En 2012 en toda España se registran 197 cabeceras de medios, ya sea en formato papel o digital, de información general o especializada en economía y deportes. De estos, solo 22 son dirigidos por mujeres: 19 en papel generalista, 1 de cariz económico y 2 digitales.

Diez años después, en 2022, de las 179 cabeceras que se publican en España, según la Agenda de la Comunicación un total de 24, el 13%, están dirigidos por mujeres. La distribución de estas 24 directoras es: 15 en medios de información general, 7 en digitales y 2 en económicos. Ninguna en medios deportivos.

Si comparamos estos datos con el número de chicas matriculadas en las facultades de comunicación, que superan ampliamente el 60%, evidencian la desproporción existente y la carencia de mujeres en los órganos de dirección.

¿DE QUÉ INFORMAN ELLOS Y ELLAS?

Queremos centrarnos en algunos datos más sobre contenidos y representación, extraídos del Proyecto de Monitoreo Global de Medios de 2020², la investigación más extensa a nivel internacional y de mayor trayectoria sobre el tratamiento de los temas de género en los medios de comunicación. En 25 años (1995-2020), las mujeres representan el 26% de los sujetos y fuentes de las noticias en los medios tradicionales y el 31% en los medios digitales. Por tanto, la mitad de la población está infrarrepresentada en los medios de comunicación. No obstante, se ha producido un incremento respecto a las profesionales, especialmente en radio y televisión. Esta es una situación consecuente con la feminización de los estudios y la profesión, pero también con el contexto de precarización, tanto por las condiciones laborales como por las retribuciones. Las mujeres como sujetos mediáticos y como fuentes de información siguen estando escasamente representadas, salvo, en el contexto de la pandemia global, aquellas vinculadas a las profesiones sanitarias y/o asistenciales.

2] Wacc y Universidad de Málaga, *¿Quién figura en las noticias? GMMP, Proyecto de Monitoreo Mundial de Medios, 2020. Informe regional de España*. (2020), <https://whomakesthenews.org/wp-content/uploads/2021/07/Espana-Informe-GMMP.pdf>

Estos datos indican con claridad que debemos continuar con los objetivos inicialmente trazados. Podemos afirmar que ninguno se ha cumplido al 100%.

Las principales actuaciones de la ADPC

Desde la ADPC se actúa en 4 grandes líneas.

1. Comunicación

La entidad dispone de tres medios de comunicación propios:

- Desde 1996 gestiona el web corporativo **www.adpc.cat**
- Desde el año 2000 y hasta 2009 edita la revista trimestral en papel DONES (37 números).
- En 2009 estrena el digital donesdigital, renovado en cuanto a diseño y contenidos en este año 2022. Y coincidiendo con la salida de esta publicación se reorienta la revista en papel DONES y pasa a convertirse en Donesdossier, con contenidos monográficos y más elaborados. Todos estos números editados son consultables en pdf en la web **www.adpc.cat**

Asimismo, y con la finalidad de propiciar unos medios de comunicación regidos por la paridad en las fuentes informativas y en las tertulias, en el año 2006 y promovido por el Instituto Catalán de las Mujeres de la Generalitat, conceptualizamos y elaboramos una herramienta para facilitar perfiles de mujeres expertas en todos los ámbitos sociales. Se trata del «Cercador d'expertes». Ahora esta herramienta se gestiona desde la propia institución.

2. Investigación

Se llevan a cabo de forma continuada las siguientes investigaciones:

Sobre análisis de contenido:

- Impacto de las recomendaciones sobre el tratamiento de la violencia machista en los medios de comunicación (continuada)

desde 2006). Incluye también un análisis específico sobre la prostitución y el tráfico de seres humanos con finalidades de explotación sexual (desde el año 2013). Los resultados de la investigación se dan a conocer mediante una rueda de prensa con periodistas que trabajan este tema.

Sobre el acceso a puestos de decisión:

- Mujeres y hombres en las instituciones catalanas (desde las primeras elecciones en 1977).
- Mujeres y hombres en la comunicación (desde 2019).

Otras investigaciones puntuales:

- Las periodistas en el franquismo y la transición (1966-1982).
- El feminismo al PSUC, los años setenta y ochenta del siglo XX: elfeminismealpsuc.adpc.cat/
- 40 periodistas en tiempos difíciles: periodistesentempsdificils.adpc.cat/

3. Formación

Más de 8 cursos, en los institutos del área metropolitana de Barcelona, impartiendo talleres sobre periodismo crítico, social y no sexista. En estos talleres se acerca a la juventud el mundo de los medios de comunicación desde una mirada crítica, con la finalidad de que tomen conciencia de los mecanismos que los regulan. A través de material audiovisual y gráfico se analizan las rutinas periodísticas en la creación de información, para ayudarles a potenciar el espíritu crítico ante la gran cantidad de informaciones que les llegan diariamente.

Asimismo, en el marco de la conmemoración del 25N se llevan a cabo actividades formativas con universidades, entre ellas la Universitat Pompeu Fabra, para explicar los resultados de las investigaciones sobre el tratamiento de la violencia machista en los medios. El formato de la actividad es tipo rueda de prensa y tenemos la ocasión de responder las preguntas del alumnado y contrastar criterios sobre cómo hacer una buena información de los asesinatos machistas.

Otra actividad de esta misma temática han sido unas Master Class realizadas en las sedes de los colegios de periodistas de las demarcaciones de Barcelona i Girona, dirigidas a periodistas. En ellas se tuvo

ocasión de valorar e intercambiar opiniones acerca de la figura de la editora de igualdad. Asistieron más de 50 periodistas.

Redactar con un lenguaje inclusivo es otra de las finalidades primordiales de la entidad. Realizamos formaciones, debates, encuentros para explicar las guías vigentes sobre lenguaje no sexista y ver en cada momento como aplicarlas sin recargar las frases.

4. Activismo, sensibilización y concienciación

Premios anuales de Comunicación no Sexista.

Tres décadas reconociendo las buenas prácticas en periodismo no sexista y también dando un toque a atención al sector de la profesión que no respeta los criterios básicos de no discriminación por razón de sexo y de visibilización de las mujeres en todas sus facetas, con un lenguaje inclusivo.

Dichos Premios se distribuyen por categorías, abarcando todos los formatos, así como la trayectoria profesional de una periodista. Es un acto público al que asistían, antes de la pandemia, más de 300 personas. En los años 2020 y 2021 también se ha realizado, con las premiadas presencialmente y transmitido por *streaming*.

Premio Margarita Riviere al rigor periodístico con visión de género.

La primera edición se convocó en el año 2015. Se han celebrado 6 ediciones en las cuales se ha reconocido el trabajo de periodistas de primer nivel.

Margarita Riviere falleció en el año 2015. Socia de nuestra asociación, desarrolló una larga carrera periodística. El premio se convocó en el primer año de su muerte de acuerdo con la familia y el Colegio de Periodistas de Cataluña.

Beca de investigación en comunicación audiovisual Montserrat Minobis.

Este año 2022 se ha convocado la primera edición, conjuntamente con el Colegio de Periodistas de Cataluña, del cual fue la primera decana.

La Beca, pretende estimular la investigación sobre contenidos audiovisuales con mirada feminista. Está dotada con 5.000 euros. El Jurado, paritario, está formado por profesionales del periodismo.

Representación en instituciones.

La ADPC, participa en la comisión permanente del Consejo de las Mujeres del Ayuntamiento de Barcelona y en el Consejo Nacional de Mujeres del Instituto Catalán de las Mujeres de la Generalitat.

Actividades periódicas.

De manera periódica organiza conferencias, encuentros, presentaciones de libros, debates como por ejemplo mesas con directoras de medios, etc. También servicios y asesoramiento a administraciones locales sobre cómo hacer un periodismo con perspectiva de género.

Principales retos, oportunidades y puntos débiles.

Organización.

Un punto débil lo encontramos, sin duda, en las dificultades que se presentan en el día a día de la gestión, dado que entidades como la nuestra no cuentan con una estructura organizativa sólida. Esto obliga a realizar un trabajo voluntario destacable dada, además, la creciente burocracia en el trato con las administraciones y las dificultades de financiación. Esta situación coincide con un cambio de paradigma: el asociacionismo no está de moda, y además la precariedad de los contratos laborales de las nuevas generaciones hace ardua la labor de entidades como la nuestra, las cuales obviamente no pueden mantenerse solamente con las cuotas de las socias.

Representación.

Teniendo en cuenta la situación mencionada anteriormente, acerca de la poca representatividad en los medios, en la dirección, o en responsables de sección, el trabajo de las asociaciones de mujeres profesionales del periodismo, resulta más necesario que nunca.

¿No es posible que después de tantos años de reivindicar paridad no se llegue al 15% de mujeres directoras de medios!

Contenidos.

Debemos ir a los contenidos con visión de género, hechos por hombres y por mujeres, e invitar a los hombres a que sean cómplices en la lucha contra el patriarcado y a favor de una comunicación no sexista.

Denunciar el lenguaje sexista, los estereotipos de género, significa una tarea pedagógica cotidiana, para convencer y formar sin discriminación por razón de sexo.

Por tanto, de todo lo expuesto, y respondiendo a la pregunta de si la asociación es necesaria, la respuesta es clara: Sí.

Se está avanzando lentamente, pero dichos avances son frágiles, poco consolidados y hay serios peligros de retroceso en lo conseguido. Ahora, más que nunca, es momento de tejer redes y complicidades sociales, democráticas y feministas.

Referencias citadas:

Mavi Carrasco, *Periodismo en Cataluña, de la dictadura a la democracia, la incorporación de las mujeres a las redacciones de los diarios de información general (1966-1986)*. Universitat Autònoma de Barcelona. 2017. <http://hdl.handle.net/10803/457748>

WACC y Universidad de Málaga, *¿Quién figura en las noticias? GMMP, Proyecto de Monitoreo Mundial de Medios 2020. Informe regional de España*. 2020. <https://whomakesthenews.org/wp-content/uploads/2021/07/Espana-Informe-GMMP.pdf>

CAPÍTULO III.

COMUNICADORAS GRANADA

LOLA FERNÁNDEZ

Representante de Comunicadoras Granada

31



Es un placer estar aquí en la sede de la radiotelevisión pública, la nuestra, la que pagamos todas y todos. Y sobre todo participar en esta primera mesa de asociaciones de mujeres periodistas, la mesa de la periferia, una periferia con la que no se cuenta y que es fundamental y necesaria. No podremos levantar nada en este país, ni en el mundo, si no miramos y construimos desde lo local, desde lo urbano.

Estar con las Dones Periodistes de Catalunya en la misma mesa es un privilegio para nosotras, al igual que estar en Radiotelevisión Española. ¿Por qué? Porque muchas de nosotras desde Comunicadoras Granada —Luz, Silvia, muchas compañeras que rondamos la misma edad— nos formamos con las Dones y con los cuadernos de Radiotelevisión Española, cuadernos en los que se hablaba por primera vez de la perspectiva de género.

Eran alrededor de los 90. Nacieron las Dones y más tarde nació Ameco Press, la Asociación Española de Mujeres Profesionales de los Medios de Comunicación y primera agencia con perspectiva de género. Se han hecho cosas desde entonces realmente fuertes y necesarias y tenemos que recordar a todas nuestras antecesoras. Ahora es nuestro presente, ahora tenemos que luchar lo que ellas nos dejaron. Su tiempo fue muy difícil y también lo es el nuestro. Y tendremos que formar a las siguientes.

Yo quiero hablar en mi intervención del marco que tenemos. Y para hablar del marco que tenemos, que es muy importante porque creo que hemos hecho mucho, tenemos que volver al 8M de 2018. Dos días antes hubo una comunicación Granada — León para saber cómo se iba a abordar el día. Estaban preparando un canal de WhatsApp y esa comunicación entre unas y otras (da igual que estés en Santiago, en Murcia, ...) es lo que nos da fuerza. Aparte del conocimiento, la denuncia o la reivindicación, necesitamos los cuidados de unas a otras. Necesitamos tener alguien que nos levante, apoye y diga «vamos a seguir».

Así nació Comunicadoras Granada. Nosotras conseguimos unir por WhatsApp a 100 compañeras para el 8M. Luego ya Comunicadoras Granada se formalizó, porque eso de los papeles nos cuesta mucho trabajo y nos da mucha pereza. Nos constituimos en el registro de la Junta de Andalucía un año más tarde, aunque estuvimos trabajando.

Nuestros fines son:

- Promover la igualdad.
- Promover la participación y presencia de las mujeres en la vida económica, política, cultural y social.
- Favorecer los derechos de las mujeres que ejercen la profesión periodística en la provincia de Granada. Granada es una provincia que tiene 178 municipios. Comunicadoras Granada no está solo en Granada capital. Tiene una comunicación constante.
- Fomentar la formación con perspectiva feminista de las compañeras y compañeros.
- Fomentar el uso de la comunicación desde una perspectiva de género, eliminando el lenguaje o utilización de imágenes sexistas.
- Velar por la plena igualdad.

Lo primero que hicimos fue querer estar siempre comunicadas. Hicimos una web, un blog, los podcasts que han funcionado muy bien, hacemos jornadas y nos involucramos en jornadas y seminarios de otras instituciones. También generamos sinergias con otras plataformas y organizaciones. Nos hemos ido a Murcia, dentro de poco nos iremos a Santiago y León, ...

Y también estamos elaborando un directorio de expertas. Un directorio del que se habló desde el minuto uno y que estamos haciendo, porque no solo hay que añadir a las científicas y las académicas. Tenemos que añadir

a todo tipo de mujeres: el contacto de las *kellys*, el de la mujer ganadera, el de la que está en una lonja de pescado. El tema de la perspectiva feminista es que somos todo. Si una quiere hablar de lo rural y habla con las organizaciones agrarias, ¿quién las lleva? Si tengo que hablar de la precarización, ¿con quién hablo?

Las mujeres llevamos toda la vida hablando de precariedad, de invisibilidad y de violencia. Pero no tenemos que hablar únicamente de lo negativo, sino también hablar de lo positivo: de lo que construimos, de la cantidad de cosas que hacemos. Somos periodistas y comunicadoras y contamos con el bolígrafo, el micrófono, la cámara.

¿Qué fue lo importante del 8M? Que fuimos las trabajadoras las que salimos a la calle: las que limpiaban, las del laboratorio, las que daban clase, las del micrófono, las del último pueblo de Andalucía o las de la capital del Estado. Daba igual, estábamos todas y se rompieron las calles con nosotras. Nuestra importancia está en que tenemos que dar voz a nuestro colectivo y también a nuestras acciones, a lo que hacen las mujeres.

Comunicadoras Granada forma parte de las plataformas y colectivos de mujeres porque somos las que tenemos que darles visibilidad.

Según el último Monitoreo global de los medios³, las mujeres como fuente rondan un 24 o 25%, pero es que el barómetro viene con ese mismo porcentaje prácticamente desde que se empezó a hacer el estudio en el año 2005.

Desde la Declaración y Plataforma de Beijing 1995⁴ ya ha llovido. Por entonces, en su punto J, se pedía aumentar el grado de participación y de acceso a las mujeres a los espacios de toma de decisiones, de debate y exposición de ideas de los medios de comunicación; y, a través de ellos, a las nuevas tecnologías de la información. El otro punto en el que se resumía, había que fomentar una imagen de las mujeres equilibrada y sin estereotipos en los medios de comunicación.

3] Wacc y Universidad de Málaga, *¿Quién figura en las noticias? GMMP, Proyecto de Monitoreo Mundial de Medios, 2020. Informe regional de España.* (2020), <https://whomakesthenews.org/wp-content/uploads/2021/07/Espana-Informe-GMMP.pdf>

4] Comunicadoras Granada, *Manifiesto 8 marzo 2020 Comunicadoras de Granada* (2020), https://www.elindependientedegranada.es/sites/default/files/manifiesto_8_marzo_2020_comunicadoras_de_granada.pdf

Nos vamos ahora al manifiesto de 2018⁵ de Comunicadoras Granada, que añade: romper la brecha salarial, el techo de cristal y el suelo pegajoso. No es solo que yo alcance la dirección. ¿Dejo a mi niño o niña tirada? ¿La lavadora quién la pone? Seguimos también con la precariedad, corresponsabilidad y cuidados, el acoso sexual y laboral, el tema de los espacios de opinión y las tertulias, la mirada parcial (que las mujeres también puedan ser opinadoras), ...

Desde Comunicadoras Granada hemos hecho un diagnóstico sobre la pandemia: nos ha hecho mucho daño. Nos ha ayudado por el tema digital, pero es que no habíamos terminado de recuperarnos de la crisis económica de 2008 que fue más fuerte en 2010 (el sector del periodismo, por detrás de la construcción, fue el que más empleos perdió) y nos encontramos con una pandemia. Y todas sabemos lo que ha pasado en esta pandemia, hemos trabajado muchísimo. Tenemos precariedad laboral y profesional. Tenemos encima el tema del acoso y también el tema del acoso en redes.

El acoso en redes sobre los periodistas recae sobre las mujeres, porque esa violencia se traslada también al mundo online. Miremos a las mujeres, además, en Latinoamérica o el mundo árabe. Nos están quitando la voz. Y no podemos olvidar la corriente de derechas tan bestia que está habitando este país, las ciudades y pueblos: en Estados Unidos con la ley del aborto, en Colombia con la primera vuelta de las elecciones y el que está diciendo que las mujeres se tienen que quedar en casa, ...

En este país creo que lo hemos hecho bien al hablar de la violencia, de los asesinatos. Ana Orantes en Canal Sur fue un punto de inflexión donde en España se abrieron informativos y portadas de periódicos. Y en Andalucía hemos vivido una situación y número de casos bestial, de hasta 3 mujeres asesinadas en 7 días. Nos están matando. Y nosotras podemos tomar estrategias de apoyo expreso a las redes de mujeres. Una de las recomendaciones que se establecieron en Beijing fue esta, pero hay que exigir ese apoyo también por parte de empresas periodísticas de medios de comunicación, porque trabajamos con la información, que es un derecho fundamental, y con personas.

5] ONU Mujeres, *Declaración y Plataforma de Acción de Beijing* (1995), https://www.unwomen.org/sites/default/files/Headquarters/Attachments/Sections/CSW/BPA_S_Final_WEB.pdf

Nuestro papel como mujeres periodistas y comunicadoras sería trabajar en nuestros medios. Tenemos que hacer reivindicación constante y denuncia. Tenemos que acceder a puestos de dirección, de comités de empresa y de Consejos de Informativos. Vosotros en RTVE tenéis uno espléndido que ha tenido un valor muy importante. En Canal Sur también se sacan informes. Hay que señalar qué informaciones están mal dadas. Y en los comités de empresa, el tema de la brecha salarial, que no es una cuestión de sueldo sino también de ascenso, de pluses complementarios.

Y a todos los trabajadores nos descuentan de nuestra nómina la formación. En medios como estos, la formación es fundamental, pero igual que nos tenemos que preparar para hacer cobertura judicial o municipal, habrá que formar a los trabajadores y trabajadoras en perspectiva de género. Los compañeros también se tienen que involucrar. Esa formación hay que darla a toda la plantilla, da igual que sean cámaras y aspectos técnicos relacionados con la imagen o que sea gente que trabaje en la información.

Es importante que nos demos apoyo. Y que viva el periodismo digno y feminista.

Referencias citadas:

Comunicadoras Granada, *Manifiesto 8 marzo de 2020 de Comunicadoras Granada*. 2020. https://www.elindependientedegranada.es/sites/default/files/manifiesto_8_marzo_2020_comunicadoras_de_granada.pdf

ONU Mujeres, *Declaración y Plataforma de Acción de Beijing*. 1995. https://www.unwomen.org/sites/default/files/Headquarters/Attachments/Sections/CSW/BPA_S_Final_WEB.pdf

WACC y Universidad de Málaga, *¿Quién figura en las noticias? GMMP, Proyecto de Monitoreo Mundial de Medios 2020. Informe regional de España*. 2020. <https://whomakesthenews.org/wp-content/uploads/2021/07/Espana-Informe-GMMP.pdf>

CAPÍTULO IV.

PERIODISTAS FEMINISTAS DE CASTILLA Y LEÓN

ANA GAITERO

Presidenta de Periodistas Feministas de Castilla y León

37



«Lo universal es lo local sin ‘paredes’», dijo el escritor portugués Miguel Torga. Los medios locales y regionales son espejos en los que se miran los pequeños pueblos y ciudades y tienen una enorme influencia sobre las comunidades. En nuestro país, la llegada de la democracia fortaleció el protagonismo de la prensa y radio locales. El nacimiento de las televisiones territoriales, hijas del estado autonómico, y el avance de la sociedad de la información con internet, han fortalecido a las periferias como emisores.

Los medios locales se sacudieron el polvo de la censura. El provincianismo, su cercanía a la población y a los agentes políticos, económicos y sociales les hace pulsar la cotidianidad y acontecimientos que muchas veces tienen una dimensión global.

Prueba de la vitalidad que el periodismo local toma con el comienzo del siglo XXI, en plena globalización, fue la refundación del Premio Pulitzer de Reportajes Locales en 2008 (había existido desde 1948 hasta 1984). La reportera Debbie Cenziper, de *The Miami Herald*, fue la primera ganadora de esta nueva etapa del premio por el informe sobre el despilfarro, favoritismo y falta de supervisión en la agencia de la vivienda de Miami.

En un contexto de cambio social, cultural y tecnológico, la implicación de los medios locales en la lucha por la igualdad es clave por la

penetración que tienen en la sociedad y la influencia que ejercen. Son los líderes de las audiencias en sus territorios y los que más errores pueden cometer si no se introducen buenas prácticas en el tratamiento informativo de la violencia de género. Es necesario crear nuevas narrativas con perspectiva de género y desaprender rutinas de trabajo ancladas en los estereotipos de género.

La conferencia de Beijing⁶ (1995) incluye en su apartado J a los medios de comunicación como partícipes del proceso de conquista de espacios para las mujeres en las noticias y como productoras de la información, la opinión y los contenidos publicitarios. Las leyes españolas más recientes llevan incluidos apartados para que los medios dejen de ser obstáculos y se conviertan en agentes activos y proactivos por la igualdad. Hablamos de la ley para la eliminación de la violencia de género⁷ de 2004, y la Ley de Igualdad⁸ de 2007, que figuran entre las más avanzadas de Europa.

Como apunta la Ley de Violencia 13/2010 de 9 de diciembre contra la Violencia de Género en Castilla y León⁹: «La violencia de género constituye, sin duda, la manifestación más grave de la desigualdad, del dominio y abuso de poder de los hombres sobre las mujeres. Es una violación de los derechos fundamentales y un grave problema social que no puede tolerar ninguna sociedad asentada en valores de respeto y solidaridad».

Esta ley, pendiente de una reforma pactada hace años y que se ha puesto en solfa con el nuevo socio del gobierno autonómico, el partido Vox, apunta en los artículos 12 y 13 a los medios de comunicación

6] Naciones Unidas, *Informe de la Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer*, elaborado en septiembre de 1995 en Beijing. <https://www.un.org/womenwatch/daw/beijing/pdf/Beijing%20full%20report%20S.pdf>

7] España, *Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género*, aprobada el 28 de diciembre de 2004. <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2004-21760>

8] España, *Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de hombres y mujeres*, aprobada el 22 de marzo de 2007. <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2007-6115>

9] Comunidad de Castilla y León, *Ley 13/2010, de 9 de diciembre, contra la violencia de género en Castilla y León*, aprobado el 9 de diciembre de 2010. <https://www.boe.es/buscar/pdf/2010/BOE-A-2010-20072-consolidado.pdf>

como parte activa en la erradicación de la violencia de género. El primero indica que los poderes públicos velarán para que no existan anuncios «que supongan un trato vejatorio de la imagen de la mujer induciendo a cualquier tipo de violencia sobre la misma». En cuanto a los contenidos informativos habla de impulsar convenios de autorregulación que «recojan pautas de orientación sobre cómo tratar la violencia de género y la imagen de las mujeres».

El portal '30 claves informativas sobre la violencia de género' de la Junta de Castilla y León y el Colegio de Periodistas están disponibles en la web <https://violenciadegenero.colegioperiodistascyl.com/> para abordar con rigor el tratamiento mediático de esta lacra.

La Asociación de Periodistas Feministas de Castilla y León (Apfcyl) ha dado un paso más. En nuestra andadura de casi cinco años, constatamos a diario que no se han internalizado estos códigos en las redacciones, sino todo lo contrario. Se perpetúan estereotipos, como retratar al agresor como una buena persona que ha actuado por un arrebato, a partir de malas prácticas como recoger testimonios vecinales en lugar de fuentes expertas: *'En Zamora recuerdan como «un bonachón» al militar que mató a su familia canaria'* (*El Norte de Castilla*)¹⁰.

Se tropieza en la misma piedra una y otra vez: *«era un tipo entrañable y muy simpático»* (*El Mundo*)¹¹, a propósito del doble crimen cometido por un noble español, al matar a su esposa y una amiga para luego suicidarse.

Cuando creíamos que ya estaba superado, el móvil pasional se considera un argumento coherente: *«Un expolicía mata a su mujer por celos en Astorga y hiere de un disparo a su vecino»* (*Diario de Valladolid*)¹².

Los agresores no son señalados ni caracterizados como criminales: *'Detenida la pareja de la mujer apuñalada en Sahagún esta madrugada*

10] Alicia Pérez, «En Zamora recuerdan como un bonachón al militar que mató a su familia canaria», *El Norte de Castilla* (2018), <https://www.elnortedecastilla.es/zamora/zamora-recuerdan-bonachon-20180719204412-nt.html>

11] Luis F. Durán, «La autopsia revela que el conde de Serrano mató de un solo disparo a su mujer y a una amiga y que no hubo ensañamiento», *El Mundo* (2022). <https://www.elmundo.es/madrid/2022/06/22/62b20846fdddfc148b45ae.html>

12] Redacción Diario de Valladolid, «Un expolicía mata a su mujer por celos en Astorga y hiere de un disparo a su vecino», *Diario de Valladolid El Mundo* (2018). <https://diariodevalladolid.elmundo.es/articulo/castillayleon/expolicia-mata-mujer-celos-astorga-hiere-disparo-vecino/20180725110000257497.html>

(ileon)¹³. Muchas veces se oculta su identidad, mientras se airean todo tipo de detalles de las víctimas.

Las noticias se presentan como sucesos aislados y se recrean en los detalles más morbosos. 'Herida de gravedad una mujer de 43 años tras recibir 10 puñaladas a manos de su exmarido en Sahagún' (Leonoticias)¹⁴.

Más allá del tratamiento informativo de la violencia de género y la violencia sexual, los medios locales son una pieza clave para avanzar más en la perspectiva de género en la información generalista: datos desagregados por sexos cuando se habla del paro, en citas electorales, etc.; voces de mujeres expertas en los espacios de debate y opinión; reconocimiento de los logros de las mujeres en todos los ámbitos; participación masculina en las tareas de cuidados y domésticas... La sociedad ha cambiado y, a menudo, los medios de comunicación se quedan estancados en otro tiempo. La cosificación de las mujeres o la banalización de su agenda política quedó en evidencia en la información de Salamanca el verano pasado con motivo de la Cumbre de Presidentes que se celebró en esta ciudad histórica. El único periódico local que aún tiene edición impresa, *La Tribuna de Salamanca*, dedicó dos páginas a retratar a presidentas y ministras por su vestimenta.

El asociacionismo de mujeres periodistas y comunicadoras ha venido para empujar el necesario 'cambio de roles' en la prensa local, provincial y autonómica. En las nuevas realidades urge un nuevo periodismo en el que las mujeres no solo sean agentes activas en el proceso de producción de noticias y contenidos publicitarios, sino que sean reflejadas en sus realidades cotidianas, con datos precisos, sin estereotipos ni sexismo y como partícipes de la transformación social. Con el ojo crítico hacia aquellos espacios donde son relegadas o que cuestionan los derechos reconocidos por leyes tanto de ámbito autonómico como estatal.

Durante décadas, las mujeres periodistas comprometidas con el feminismo hemos abierto grietas en la agenda mediática, tan patriarcal como la sociedad de cada momento. Las mujeres como protagonistas de

13] Redacción de ileón, «Detenida la pareja de la mujer apuñalada en Sahagún esta madrugada», *ileón elDiario.es* (2018). <https://ileon.eldiario.es/actualidad/089773/detenida-la-pareja-de-la-mujer-apunalada-en-sahagun-esta-madrugada>

14] R. Fariñas y A. Cubillas, «Herida de gravedad una mujer de 43 años tras recibir 10 puñaladas a manos de su exmarido en Sahagún», *Leonoticias* (2018). <https://www.leonoticias.com/comarcas/herida-gravedad-mujer-20180920095822-nt.html>

las noticias estaban en la periferia de la actualidad, fuera del foco salvo para ensalzar los atributos físicos de misses y reinas en las contraportadas o en la publicidad.

Casi siempre desde secciones feminizadas (Sociedad, Sanidad, etc..) algunas periodistas hemos introducido la perspectiva de género con temáticas que afectaban a la realidad de las mujeres, datos desagregados por sexos o denuncias de discriminación. Hemos dado voz a las mujeres y hemos dejado constancia de los cambios empujados por el activismo feminista y por las nuevas leyes. De forma muy aislada. A veces por pura intuición y con mucha pasión. Ocasionalmente formadas. Siempre con resistencias en las redacciones donde, por otro lado, hemos sido invisibles para los puestos de responsabilidad o secciones de más prestigio periodístico.

El asociacionismo de mujeres periodistas para promover el enfoque de género lo conocí primero en las alianzas europeas, latinoamericanas e internacionales. Con el avance de Internet, la sociedad digital y la nueva ola feminista, ha calado en el ámbito local y regional. Prueba de ello es la presencia que tuvimos de diferentes organizaciones ‘periféricas’ en el II Seminario del Observatorio de Igualdad de la Corporación RTVE «Mujeres y periodismo en el contexto digital».

La implicación de los y las periodistas locales es determinante para que los medios asuman ese reto de poner el foco en las desigualdades, visibilizar a quienes son el 50% de la población y derribar los estereotipos machistas, que no solo encasillan a las mujeres, sino que son la causa de las mayores de las desigualdades: los feminicidios, agresiones sexuales y todo tipo de violencias.

La Asociación de Periodistas Feministas de Castilla y León (Apfcyl) nace en 2017 como respuesta a un congreso de columnismo que no contaba con mujeres en su cartel inicial. Nos constituimos formalmente en febrero de 2018 y celebramos la primera asamblea el 14 de abril de ese año.

Apfcyl aglutinó las inquietudes de mujeres periodistas y comunicadoras ante el reto de avanzar en la igualdad en y a través de los medios de comunicación, en el ámbito más cercano a la ciudadanía. Y fue partícipe y beneficiaria de la onda expansiva que supuso el 8M de 2018 para el feminismo en España.

El ámbito de acción de Apfcyl es la Comunidad Autónoma de Castilla y León. Dos regiones con una extensión de 94.226 kilómetros cuadrados y

una población de 2.409.164 personas. Estamos en el epicentro de la España vaciada. Y en la segunda Comunidad con un Gobierno de coalición del PP con Vox, un partido que niega abiertamente la violencia de género y cuestiona las herramientas consensuadas internacionalmente para avanzar en la igualdad. Esto nos coloca en la diana de ataques, que ya hemos vivido en primera persona algunas compañeras de la asociación. Pero, sobre todo, nos hace interrogarnos sobre el adecuado tratamiento de las noticias ante el intento de diluir en falsos debates mandatos legales que aseguran la protección y el avance sobre las desigualdades entre hombres y mujeres.

Apfcyl es una organización de periodistas, publicistas y comunicadoras tituladas que promovemos un periodismo feminista y pretendemos incidir en los medios y en las políticas de comunicación institucionales para que se introduzca la perspectiva de género en la rutina informativa.

Otro de nuestros objetivos es la formación de los y las profesionales para que cuenten con una capacitación plena y crítica con las estructuras machistas del periodismo, que se vienen perpetuando en y a través de los medios de comunicación. Una queja que dirigimos a la Delegación del Gobierno en Castilla y León, debido al mal tratamiento de un asesinato machista en una nota de prensa oficial, dio lugar a una colaboración formativa con las unidades de violencia de género en Valladolid, León y Burgos y próximamente en Palencia.

Apfcyl se ha convertido en un referente para el feminismo y para colectivos cívicos e instituciones de Castilla y León que trabajan por la igualdad. Algunas de nuestras socias están involucradas en los movimientos feministas de su ciudad o provincia, de modo que tejemos una red que nos fortalece en doble dirección.

Las redes sociales son un espacio que usamos para la denuncia de titulares machistas, informaciones que denigran o cosifican a las mujeres, congresos que ignoran la paridad... a la vez que sirven para dar voz y visibilizar el buen trabajo que hacen algunas (y también algunos) periodistas en las redacciones.

Somos un pequeño 'Observatorio de Género' informal para los medios de Castilla y León. Claro que no tenemos ni los medios, ni el tiempo, ni tampoco la autoridad, aunque sí el reconocimiento social para ser esas editoras de género que faltan en las redacciones de los medios locales y regionales. Crear un Observatorio de Medios en la Comunidad es uno de nuestros proyectos, ahora que ya hemos abierto la web <https://periodistasfeministascyl.com/>

Otro reto es crear una agenda de expertas para que los y las profesionales tengan a su disposición fuentes de solvencia para tratar temas de todo tipo, sin necesidad de recurrir a las mismas voces que, casualmente, casi siempre son hombres. Una herramienta para que malas prácticas como consultar al vecindario cuando ocurre un crimen machista sean desterradas de una vez.

Apfcyl está conectada con otros movimientos similares en el estado español a través de la Red Estatal de Comunicadoras o de Gamag Europa. Actualmente cuenta con 40 socias. Tenemos una junta directiva con los cargos que exige la ley, pero funcionamos de forma lo más horizontal posible y hemos roto con la inercia de que todo el foco recaiga en la ciudad más poblada de la Comunidad. Aquí todas las provincias importan y aportan, aunque hasta ahora nos falta representación en algunas.

Una forma de trabajar que sería imposible fuera de esta sociedad hiperconectada, que multiplica las oportunidades a la gente pequeña y los lugares pequeños, que hacen pequeñas cosas que cambian el mundo. Desde nuestro origen celebramos reuniones online, tan popularizadas durante la pandemia. De hecho, son nuestra forma habitual de comunicarnos y tomar decisiones desde lugares tan alejados en una comunidad tan extensa. Tenemos perfiles en Facebook (Asociación de Periodistas Feministas de Castilla y León) y Twitter (@apfcyl), y acabamos de estrenarnos en el Twitch.

El asociacionismo fortalece y multiplica el trabajo aislado que durante décadas han hecho mujeres periodistas, que han hecho posible que no se perdiera el hilo violeta en nuestra profesión desde que las pioneras del periodismo pusieron en la agenda mediática ‘los asuntos de mujeres’.

Los nuevos tiempos exigen nuevas respuestas, incorporar el feminismo al periodismo. Desde el activismo queremos espolear a la profesión para que se suba al carro de la modernidad con las mujeres. Es una obligación democrática y un deber empresarial. Es un derecho fundamental de la ciudadanía. El derecho a la información completa y acorde con el marco de derechos humanos.

Han pasado casi cinco años desde que echamos a andar y el ambiente social ha cambiado radicalmente. Si miramos por el espejo retrovisor recordaremos bien la eclosión de la cuarta ola del feminismo,

cuyo inicio sitúan muchas autoras en el Tren de la Libertad, la movilización contra la Ley del Aborto que obligó a dimitir a un ministro en España, Alberto Ruiz Gallardón, y las mareas verdes en Argentina. El *Me Too* y las manifestaciones multitudinarias del 8M de 2018 elevaron la ola a su cúspide.

En 2022, estamos en la fase baja y en retroceso de la ola. Ha estallado la reacción a nivel mundial y la sentimos a nivel local. La pandemia fue la tormenta perfecta para incubarla. La agenda feminista se ha convertido en el caballo de batalla de la ideología de extrema derecha, que parece haber encontrado un filón de votantes en cuestionar derechos reconocidos. Castilla y León es el epicentro de esa puesta en escena con el pacto del PP con Vox.

En este contexto, proponemos:

- 1) Fortalecer el asociacionismo y las redes de periodistas y comunicadoras con lazos en todos los niveles territoriales.
- 2) Crear herramientas digitales para incentivar el periodismo con perspectiva de género y hacer frente a bulos y malas prácticas que proliferan en las redes.
- 3) Combatir y ayudar a combatir el discurso negacionista de las violencias machistas y de odio hacia las mujeres.

Referencias citadas:

Comunidad de Castilla y León, *Ley 13/2010, de 9 de diciembre, contra la violencia de género en Castilla y León*, aprobado el 9 de diciembre de 2010. <https://www.boe.es/buscar/pdf/2010/BOE-A-2010-20072-consolidado.pdf>

Durán, Luis F. «La autopsia revela que el conde de Serrano mató de un solo disparo a su mujer y a una amiga y que no hubo ensañamiento», *El Mundo* (2022). <https://www.elmundo.es/madrid/2022/06/22/62b20846fdddfffc148b45ae.html>

España, *Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género*, aprobada el 28 de diciembre de 2004. <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2004-21760>

España, *Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de hombres y mujeres*, aprobada el 22 de marzo de 2007. <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=B0E-A-2007-6115>

Fariñas, R. y Cubillas, A. «Herida de gravedad una mujer de 43 años tras recibir 10 puñaladas a manos de su exmarido en Sahagún», *Leonoticias* (2018). <https://www.leonoticias.com/comarcas/herida-gravedad-mujer-20180920095822-nt.html>

Naciones Unidas, *Informe de la Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer*, elaborado en septiembre de 1995 en Beijing. <https://www.un.org/womenwatch/daw/beijing/pdf/Beijing%20full%20report%20S.pdf>

Pérez, Alicia. «En Zamora recuerdan como un bonachón al militar que mató a su familia canaria», *El Norte de Castilla* (2018), <https://www.elnortedecastilla.es/zamora/zamora-recuerdan-bonachon-20180719204412-nt.html>

Redacción Diario de Valladolid, «Un expolicía mata a su mujer por celos en Astorga y hiere de un disparo a su vecino», *Diario de Valladolid El Mundo* (2018). <https://diariodevalladolid.elmundo.es/articulo/castillayleon/expolicia-mata-mujer-celos-astorga-hiere-disparo-vecino/20180725110000257497.html>

Redacción ileón, «Detenida la pareja de la mujer apuñalada en Sahagún esta madrugada», *ileón elDiario.es* (2018). <https://ileon.eldiario.es/actualidad/089773/detenida-la-pareja-de-la-mujer-apunalada-en-sahagun-esta-madrugada>

CAPÍTULO V.

PLATAFORMA COLOMBINE (MURCIA)

MARGA GARRIDO

Representante de la Plataforma Colombine

47



En la Plataforma Colombine, de Mujeres periodistas feministas de la Región de Murcia, actualmente somos cerca de 120 periodistas: muchas y diversas. Convivimos compañeras con distintas ideologías, edades, y procedencias. Hay periodistas paradas, becarias, estudiantes, autónomas o trabajadoras por cuenta ajena en medios de comunicación, en gabinetes o docentes. Nos nutrimos de toda esta diversidad cada día, aprovechando el empuje de las más jóvenes y sus iniciativas, y la sabiduría y templanza de las más veteranas, que aportan un conocimiento más que necesario a la plataforma a la hora de plantearnos acciones y proyectos.

Colombine nace a raíz del fuerte movimiento de *Las Periodistas Paramos*, iniciado en año 2017. De forma espontánea, nos sumamos muchas compañeras para preparar la manifestación del 8M en 2018 y decidimos hacer juntas algo al respecto: crear una plataforma horizontal de mujeres periodistas feministas.

Así surgió nuestra primera asamblea, un momento muy emocionante en el que definimos cuáles eran nuestros retos y la razón de ser de nuestra puesta en marcha. Entre los objetivos de la plataforma que salieron a relucir ese día se encontraban: favorecer los derechos de las mujeres que ejercen la profesión periodística en el ámbito de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, detectar situaciones de desigualdad, evitar discriminaciones por razón de sexo e instar a los

medios de comunicación —y a las empresas en las que desarrollan su labor— a que promuevan acciones de igualdad y utilicen un lenguaje inclusivo y no sexista.

Decidimos agruparnos bajo el nombre de Colombine, pseudónimo que utilizaba Carmen de Burgos, una de las primeras mujeres periodistas de nuestro país, además de escritora, traductora y activista de los derechos de la mujer.

Me gustaría contaros también por encima cómo trabajamos. Básicamente, nos regimos por el hecho de que somos una plataforma horizontal, sin jerarquías. Todas somos portavoces, todas nos representamos a todas y cada una participa en la medida que puede o quiere. Nos reunimos en asamblea unas dos veces al año, virtuales o presenciales, y nos organizamos en comisiones de trabajo por temáticas: redes, formación, institucional, etc.

Tratamos de estar muy presentes en la vida pública de la Región, participando en actividades como mesas redondas, coloquios, ofreciendo charlas o conferencias y, por supuesto, manifestando nuestra posición feminista en redes sociales y en la calle, tanto en fechas clave para las mujeres como ante cualquier acontecimiento relevante.

A pesar de ser tantas y tan heterogéneas, consensuamos cada propuesta y cada movimiento que hacemos. Somos un grupo plural que dialoga y debate absolutamente cada comunicación que se hace, cada apoyo o cada llamada de atención que se da.

También acordamos, desde que nos convertimos en Plataforma, que nos financiaríamos de las cuotas de nuestras integrantes. Somos completamente independientes económicamente, lo que nos da una gran libertad.

Nuestro esfuerzo por visibilizar al colectivo de mujeres periodistas en la Región no está siendo sencillo. Vivimos una época en la que el feminismo está siendo atacado por muchos frentes. No podemos olvidar que, desde 2019, la Región de Murcia cuenta con un partido de ultraderecha en el Gobierno, que no ha perdido ocasión de atacar al feminismo y a nuestra plataforma, acusándonos de ser un chiringuito y de vivir de subvenciones.

Entre las acciones más importantes que hemos realizado se encuentra la redacción de la guía 'Claves para el Tratamiento Informativo de la Violencia de Género en los Medios Públicos de la Región de Murcia' para

la Radio Televisión de la Región (RTRM-RTVE)¹⁵, fechada en marzo de 2019 y a la que se puede acceder a través de la web www.rtrm.es. Si la labor de los medios de comunicación es clave para avanzar a la igualdad y erradicar conductas machistas, aún lo es más en la Región de Murcia, una de las autonomías con la ratio más alta de casos de violencia de género y de víctimas de esta, según datos de la Delegación del Gobierno, que cifra en 3.609 los casos activos actualmente. La guía aborda la cuestión de la perspectiva de género en la comunicación y aporta 10 claves concretas y claras para tratar adecuadamente la violencia de género en los medios.

La Plataforma Colombine participó, además, en la creación de la Red Estatal de Periodistas Feministas, de la que es parte activa. Murcia fue la sede de su encuentro en enero de 2020, que se celebró bajo el lema «Los retos de la comunicación y el periodismo desde la perspectiva de género». Es una red de apoyo e intercambio basada en la suma de sinergias, clave para el crecimiento de cada uno de los movimientos repartidos por el país.

Otro de los retos que nos planteamos desde Colombine, quizás más alejado del periodismo, es ser el nexo de unión del dividido movimiento feminista en nuestra Región (como en el resto del país). Creemos firmemente que debemos generar entre todas un núcleo feminista unido, masivo y fuerte, manteniendo y respetando las distintas opiniones, pero sin fisuras. Hemos participado en distintas reuniones con las asociaciones feministas de la región y nos hemos ofrecido a ser mediadoras dentro del conflicto para llegar a una solución que seguro encontraremos.

Hemos obtenido distintos reconocimientos: Murcianas del Año por el Periódico La Verdad en 2018; Premio Murcia en Igualdad, reconocimiento del Ayuntamiento de Murcia en 2020 y XVIII Premios a la Mujer Trabajadora de la Organización Las Trece Rosas 2022.

En cuanto a la situación de las mujeres periodistas en la Región de Murcia, a pesar de que la conciliación y la concienciación de la igualdad en las redacciones y en el mundo del periodismo en general se han

15] RTRM, *Claves para el tratamiento informativo de la violencia de género en los medios públicos de la Región de Murcia* (Radiotelevisión de la Región de Murcia: 2019), http://www.rtrm.es/doc/transparencia/guia_tratamiento_informativo_violencia_genero_RTRM.pdf

visto reforzadas en los últimos años, en nuestra región siguen dándose episodios desagradables focalizados en las compañeras periodistas. Seguimos teniendo casos de despidos por reclamar la reducción de jornada por cuidado de menor, o sufriendo la enorme falta de presencia femenina en puestos intermedios y superiores en los medios de comunicación murcianos.

Según datos del Ministerio de Trabajo, el 60% de los periodistas parados en la Región de Murcia son mujeres. Y no olvidemos que el salario medio que cobra un periodista al mes es de 1.300 euros: las mujeres cobran de media, según el INE, un 15.9% menos.

Por hacer un breve y aproximado repaso a la situación de la mujer en los principales medios de la comunidad murciana, todos con su correspondiente versión digital:

- Los dos diarios regionales, La Verdad y La Opinión, están dirigidos por hombres. La televisión autonómica y la mayoría de las radios y grupos audiovisuales más fuertes, más de lo mismo. Menos El Diario en la Región de Murcia, el único digital al 100%, que lo dirige una mujer.
- En los puestos intermedios en La Opinión cuentan con tres redactoras jefas (un 100% de ocupación femenina). En La Verdad, tres puestos de ocho en cargos intermedios son ocupados por mujeres.
- En la radio pública, Onda Regional, hay dos mujeres en jefaturas de programas e informativos y son seis de once en puestos directivos.
- En Onda Cero cuentan con una jefa de informativos. En La Ser o Cope Murcia, ninguna.

Según el Informe Anual de la Profesión periodística 2021¹⁶, elaborado por la Asociación de la Prensa de Madrid, en la Región de Murcia el año pasado había 104 mujeres periodistas paradas, 25 más que el año anterior, frente a los 69 hombres periodistas en paro.

Pero sabemos que la realidad es otra muy distinta, aunque no esté (todavía) avalada por cifras. De la facultad de periodismo de la Universidad

16] APM, *Informe anual de la Profesión Periodística* (Asociación de la Prensa de Madrid: 2021), https://www.apmadrid.es/wp-content/uploads/2022/10/Informe-anual-Profesion-Periodistica-2021_web_lite.pdf

de Murcia salen unos cien graduados al año, de las que aproximadamente 60 son mujeres (a las que habría que sumar unas 20 egresadas por la universidad privada de la región). En los últimos 10 años habrían salido al mercado laboral murciano 800 mujeres periodistas.

Pero, ¿dónde están estas mujeres? Desde luego, no están recogidas en las cifras. No aparecen en ningún informe oficial. Están trabajando en negro (el periodismo sumergido existe, sobre todo en el mundo digital) y facturan como falsas autónomas o se dedican a otras profesiones. Muchas de ellas han tenido que renunciar a trabajar en lo que querían por la precariedad en los contratos o por la exigencia de ser periodista multitarea (con el periodismo digital el redactor hace la foto, el vídeo, lo edita, lo mueve por redes, etc.)

Y encima, a pesar de exigirnos el grado en periodismo, en comunicación audiovisual, doctorado y máster, te ofrecen unas nóminas irrisorias o, cuando consigues un contrato decente, te das cuenta de que no puedes cumplirlo por la imposibilidad de conciliar la vida personal y familiar con esos horarios imposibles.

Compañeras, tenemos que defender nuestra profesión, los tiempos que necesita elaborar una buena información y exigir que se valore nuestro trabajo, que se respete.

Entre nuestras propuestas se encuentran:

- Realizar un mapa de la realidad de las profesionales periodistas de la Región de Murcia, donde se recojan realmente los datos más significativos del sector: cuántas periodistas somos, cuántas están en paro y qué tipo de contratos tenemos. Es importante que existan estadísticas que indiquen el porcentaje femenino dentro del periodismo y las condiciones en las que trabajamos. Ya que este trabajo no se realiza por parte de ninguna institución (ni FAPE, ni Colegios Profesionales, ni el Observatorio Regional), la Plataforma Colombine está en proceso de realizar este estudio.
- Queremos también crear una lista de mujeres profesionales y expertas en todos los ámbitos. El objetivo de este índice es poner al alcance de las y los profesionales de la información un listado de mujeres cualificadas que sean fuentes sólidas de información y opinión, para contribuir a una presencia paritaria de las mujeres en los medios, para visibilizar y generalizar la relevancia de las mujeres en todos los ámbitos del conocimiento y de la vida.

No en vano, si aspiramos a la igualdad es imprescindible que la sociedad tenga suficientes referentes femeninos de gran valía, para acabar con la sobrecarga de corbatas que domina encuentros, jornadas, conferencias, galardones, instituciones y diferentes espacios mediáticos.

Sin más, agradecer al Observatorio de Igualdad de RTVE haber contado con nosotras para este seminario y a todas las participantes, deciros que es maravillosa vuestra implicación. Sigamos luchando por nuestros derechos.

Referencias citadas:

APM, *Informe anual de la Profesión Periodística*. Asociación de la Prensa de Madrid: 2021. https://www.apmadrid.es/wp-content/uploads/2022/10/Informe-anual-Profesion-Periodistica-2021_web_lite.pdf

RTRM, *Claves para el tratamiento informativo de la violencia de género en los medios públicos de la Región de Murcia*. Radiotelevisión de la Región de Murcia: 2019. http://www.rtrm.es/doc/transparencia/guia_tratamiento_informativo_violencia_genero_RTRM.pdf

CAPÍTULO VI.

XORNALISTAS GALEGAS

‘No podemos permitirnos ni un paso atrás’

Claudine Monteil: ¡Simone, hemos ganado!

Simone de Beauvoir: Cierto, Claudine, hemos ganado, pero solo temporalmente. Bastará una crisis política, económica o religiosa para que los derechos de las mujeres, nuestros derechos, sean cuestionados. A lo largo de tu vida, debes permanecer vigilante.

Una y otra vez, esta conversación mantenida en 1974 entre Simone de Beauvoir y la ex diplomática y activista Claudine Monteil, entonces una de las firmantes más jóvenes del *Manifiesto de las 343 Mujeres*¹⁷, vuelve a ocupar la atención mediática. Se reproduce en artículos y libros, informes, estudios y publicaciones en redes sociales sin perder un ápice de vigencia. Así, en los últimos meses, la crisis económica que sobrevino a la pandemia, la compleja situación geopolítica que atraviesa Europa y las evidentes regresiones que el derecho al aborto está experimentando en Estados, donde se consideraba una conquista irrenunciable han motivado, o acusado, nuevos retrocesos y obstáculos a la igualdad que nos recuerdan aquellas palabras con renovado vigor.

17] J. Abdalleh, et al. *Manifeste des 343 salopes* (Nouvel Observateur, n° 334: 1971), <https://www.nouvelobs.com/societe/20071127.OBS7018/le-manifeste-des-343-salopes-paru-dans-le-nouvel-obs-en-1971.html>

Y es que hay muchas similitudes entre la labor de construir una sociedad igualitaria y el cuidado de la tierra. Ambas exigen persistencia y no permiten descansos. Ambas nos obligan a permanecer vigilantes.

Hace cuatro años, y sin duda motivadas por esta certeza, doscientas mujeres profesionales de distintos ámbitos de la comunicación en Galicia —periodistas, fotoperiodistas, comunicadoras, formadoras, técnicas audiovisuales y otras productoras de información— subscribíamos el manifiesto *Por un xornalismo feminista*¹⁸ y, con él, nos comprometíamos «con el articulado de un colectivo implicado en la incorporación de la perspectiva de género en su práctica profesional, tanto en lo relativo al tratamiento y la elaboración de contenidos informativos, como a las condiciones laborales en las que estos se generan». Nacía así la asociación Xornalistas Galegas, un colectivo surgido al amparo del movimiento Las Periodistas Paramos y de las numerosas movilizaciones del 8 de marzo de aquel año en el país.



Algunas de las periodistas firmantes del manifiesto *Por un xornalismo feminista*, tras la reunión fundacional de la asociación Xornalistas Galegas celebrada en la Facultade de Ciencias da Comunicación (Santiago de Compostela, julio de 2018)

Recogiendo el testigo de otras asociaciones y movimientos feministas precedentes en Galicia, como la Asociación Mulleres Galegas na Comunicación (MUGACOM), o iniciativas como la *Declaración de Compostela sobre*

18] Xornalistas Galegas, *Por un xornalismo feminista* (2018), https://xornalistas.gal/web/uploads/novas_adxuntos/adxunto/80d/5b45ec01b3-manifestoxornalismo-feminista.pdf

*Medios de Comunicación e Violencias de Xénero*¹⁹, formulada en 2004 por el Colexio de Xornalistas a través del Observatorio Galego dos Medios, que-
ríamos aprovechar el despertar de la conciencia social alrededor de las dis-
criminationes por cuestión de género, unir fuerzas y tejer una red que nos
permitiese introducir cambios de calado en el ámbito de la comunicación.

Los objetivos principales de la asociación se plasmaron en un decá-
logo de intenciones:

1. Visibilizar a las mujeres en los medios de comunicación, como especialistas, opinadoras y expertas en diferentes ámbitos, equi-
parando su presencia con la masculina.
2. Desestigmatizar la presencia de la mujer en la información a tra-
vés de la erradicación de ofensas de género, roles sexistas y este-
reotipos de género con la difusión de iniciativas que contribuyan
a la igualdad.
3. Instaurar el tratamiento especializado de la violencia de género
en los contenidos de los medios a través de la formación deonto-
lógica y la instalación de la perspectiva feminista en la edición
de contenidos.
4. Realizar una «vigilancia feminista» de los contenidos de los me-
dios y la denuncia pública y directa de las publicaciones machis-
tas o sexistas.
5. Promover iniciativas profesionales feministas que eduquen y ge-
neren conciencia social.
6. Incrementar la presencia de las mujeres en los puestos de res-
ponsabilidad de las empresas de comunicación y romper el techo
de cristal.
7. Controlar el cumplimiento real de las medidas de conciliación fa-
miliar y laboral, con especial atención a la particularidad de los
horarios de los medios de comunicación y tareas periodísticas en
general.
8. Evaluar y reorientar la situación laboral de la mujer en ámbitos
concretos de la producción periodística (fin a las temáticas fe-
meninas, atención a las periodistas deportivas, eliminación de
estigmas laborales de género, etc.).

19] Colexio de Xornalistas, *Declaración de Compostela sobre Medios de Comunicación e Violencias de Xénero* (Observatorio Galego dos Medios: 2004), <https://xornalistas-galegas.files.wordpress.com/2020/03/declaraciondecompostela1.pdf>

9. Procurar la integración de la asociación en las iniciativas de periodistas y comunicadoras feministas estatales vinculadas a la plataforma Las Periodistas Paramos, surgida a raíz de las movilizaciones del 8 de marzo de 2018.
10. Colaborar con otras iniciativas feministas y entidades del ámbito de la comunicación implicadas en la consecución de un periodismo con perspectiva de género.



Acto de presentación oficial de la asociación Xornalistas Galegas en noviembre de 2018 en la Facultade de Ciencias de Comunicación de la USC

En suma, la apuesta pasaba por el compromiso y por la exigencia de un periodismo crítico y de calidad bajo la máxima: «El periodismo será feminista o no será». Este lema presidió la presentación pública de la asociación en noviembre de 2018, en un acto celebrado en la Facultad de Ciencias da Comunicación de la Universidade de Santiago de Compostela. Margarita Ledo Andi3n, catedrática de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la USC y directora del Seminario Permanente de Comunicación e Xénero CO(M)XÉNERO de esta misma institución, y Rosa Cobo Bedía, investigadora y docente en Sociología de Género de la Universidade da Coruña, y directora del Centro de Estudos de Xénero e Feministas de dicha universidad, ejercieron de madrinas de la asociación en esta presentación. Esta contó también con la participación de expertas de distintos ámbitos, como la catedrática de Derecho Administrativo de la USC, Alba Nogueira; la investigadora del Instituto de Investigación Biomédica de la UDC, Joana Magalhães; la jueza especialista

en violencia de género, Paz Filgueira; la jugadora de rugby, Elena Roca; la socióloga, investigadora y docente Silvia Pérez Freire; y la periodista y escritora M^a Xosé Porteiro; además de congregar a representantes de diferentes instituciones, colectivos y numerosas personas interesadas.

Las patologías de un periodismo enfermo

En su artículo publicado en la revista *Luzes* con motivo del nacimiento de *Xornalistas Galegas*, María José Porteiro escogía la expresión *La patología del 10%*²⁰ para titular un texto que partía del escaso porcentaje de mujeres que asumen puestos directivos en el ámbito de la comunicación, para relacionar este déficit con la notoria carencia de reconocimiento que recibimos como profesionales en la mayor parte de los ámbitos de trabajo. «A ver cuándo aceptamos que es una patología democrática que quienes somos el 52% de la población estemos infra-representadas y sigamos teniendo una presencia residual en los consejos de administración, en los puestos directivos de empresas periodísticas y de las otras, en las organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, en los ateneos o en los sindicatos», escribía la periodista. Esta dolencia que tan bien designa Porteiro, y que también afecta a la presencia de mujeres referentes, de especialistas femeninas entre las voces citadas a la hora de elaborar las informaciones en los medios, fue uno de los males principales que detectamos en nuestra primera diagnosis de un periodismo que considerábamos enfermo. A ella se suman dos patologías más: en primer lugar, y sin duda en conexión con lo anterior, la reiterada presencia de informaciones construidas desde una perspectiva heteropatriarcal, con notorios prejuicios y sesgos de género que no hacían (y no hacen) sino perpetuar la discriminación de las mujeres. En segundo lugar, y atravesando todo lo anterior, una marcada carencia de estudios y estadísticas que nos permitan conocer en profundidad el estado de la cuestión en Galicia.

Frente a estas problemáticas, y siempre desde las limitaciones que supone ser una asociación pequeña, —con apenas un centenar de integrantes desde su constitución formal—, pusimos en marcha diferentes acciones para, al menos, cumplir con ese compromiso de permanecer vigilantes.

20] María Xosé Porteiro, *A patoloxía do 10%* (*Luzes*, Xornalismo que conta: 2018), <https://luzes.gal/11/11/2018/politica/a-patoloxia-do-10/>

Hacia un observatorio feminista de medios

Entre las medidas adoptadas para combatir las citadas patologías, la más constante y visible pasó por la conformación de un grupo de trabajo de vigilancia feminista que realiza un análisis crítico continuado de las informaciones presentes en los medios de comunicación gallegos o con difusión en Galicia, tanto impresos como audiovisuales, para evidenciar, denunciar y contrarrestar (en la medida de lo posible) tratamientos u ópticas machistas.

Esta labor presenta diferentes particularidades:

- Es continuada, pero no sistemática. El volumen de integrantes de Xornalistas Galegas y las características de la asociación no permitieron, por el momento, disponer de personal que pueda hacer un barrido exhaustivo y permanente de las noticias de los medios. En su lugar, pero sin perder de vista la intención de ampliar el alcance y la profundidad de este análisis, el trabajo de la asociación se centra en aquellas temáticas que ocupan la atención pública y en otros estudios dimensionados a partir de cortes y muestras representativas.
- Busca tendencias y no casos aislados. El objetivo, lejos de criticar actuaciones o voces concretas, es poner de relieve patrones existentes en la redacción y composición de noticias en los distintos medios que perpetúan la construcción sesgada del discurso y del imaginario público.
- Tiene carácter divulgativo. La crítica siempre se argumenta e incluso se acompaña de ejemplos o propuestas de tratamientos adecuados que evidencien dónde está el problema y el camino para ponerle solución.
- Sigue diferentes vías. La más visible es a través de las redes sociales de la asociación, fundamentalmente de sus cuentas de Twitter y Facebook. Otras no tan notorias, pero igualmente importantes, son la interpelación y contacto directo con los medios de comunicación y el traslado de la denuncia a través de vías oficiales a las instituciones encargadas de velar por el cumplimiento de las leyes en materia de igualdad y de los derechos de la audiencia en Galicia.

Esta tarea de vigilancia continuada se complementa con la compilación y divulgación constante de documentos y pautas para el ejercicio

de la comunicación con perspectiva de género elaborados por diferentes entidades, asociaciones y medios, —como guías para el uso de lenguaje inclusivo o manuales para el tratamiento de la violencia machista—, que se difunden a través de la página web de la asociación²¹, se incluyen y citan en las argumentaciones de denuncia de malas prácticas informativas y también se remiten, a modo de recordatorio, directamente a los medios de comunicación. El objetivo no es otro que aprovechar y difundir las recomendaciones existentes y el esfuerzo de quienes las desarrollaron, y no dejar que caigan en el olvido o en el silencio. Intentar garantizar, al menos, que no sea el desconocimiento el motivo que explique la persistencia de tratamientos machistas en los medios.

Frente al elefante rosa de las redacciones

La marcada ausencia de mujeres en cargos directivos y puestos de responsabilidad, e incluso como figuras expertas o voces autorizadas en las noticias, sea cual sea la temática de que se trate, es una de las problemáticas con las que nos encontramos diariamente en el ejercicio de nuestra profesión y uno de los tópicos recurrentes en los foros y debates que se acercan al periodismo desde una perspectiva de género.

En 2019, quisimos profundizar en el análisis de esa infrarrepresentación y elaboramos un informe sobre la presencia de autoras en las secciones de opinión de los diarios gallegos con mayor difusión según EGM. El barrido de las columnas publicadas a lo largo de 2018 en *La Voz de Galicia*, *Faro de Vigo*, *El Progreso*, *La Región*, *El Correo Gallego*, *Diario de Pontevedra* y *La Opinión A Coruña* devolvió una muestra de análisis de casi 27.000 piezas y resultados que no por esperados dejan de ser significativos:

- De esas casi 27.000 columnas y artículos de opinión, apenas el 15,5 % habían sido escritos por mujeres.
- Durante una tercera parte del año en estudio las firmas femeninas desaparecieron de las columnas incluidas en las secciones identificadas como 'Opinión'.

21] Xornalistas Galegas difunde las guías y cursos en la web <https://xornalistasgalegas.org/documentate/>

- Si contemplamos el total de secciones, sólo hubo 9 días en 2018 en el que el número de opinadoras fue equivalente al de opinadores.
- El porcentaje de voces femeninas fue algo superior en secciones como sociedad, salud, estilo y bienestar, aunque ni siquiera en ellas llegó a superar al de hombres. Su opinión fue minoritaria en las contraportadas, —con un 36,8 % de autoría femenina frente al 63,13 % de la masculina—, y casi inexistente en la sección de deportes —contabilizamos 66 artículos de opinión firmados por mujeres frente a 1.092 firmados por hombres.
- Se registró un incremento notable de las piezas firmadas por mujeres en el mes de marzo, en especial en los días cercanos al 8M, y en el de agosto, para subsanar el descanso estival de los opinadores.

En definitiva, el estudio evidenció que la opinión en los diarios gallegos es, fundamentalmente, cosa de hombres, y puso cifras a una situación de sesgo de género que necesita ser atajada cuanto antes. Una versión del informe fue publicada en el periódico digital *Praza Pública* bajo el título *As mulleres na opinión: un elefante rosa no medio das redaccións*²² y recibió el primer premio del certamen Comunicar en Igualdade, con el que la Secretaría Xeral de Igualdade de la Xunta de Galicia reconoce los trabajos periodísticos que contribuyen a la defensa y difusión de los valores de la igualdad entre mujeres y hombres, así como a la lucha contra la violencia de género.

Contra el techo de cristal, el suelo pegajoso y el síndrome de la impostora

En paralelo a la lectura crítica y divulgación de buenas prácticas, y a la realización y difusión de estudios que arrojen luz sobre la brecha de género en nuestra profesión, Xornalistas Galegas ha promovido (y promueve) otras acciones para favorecer una mayor presencia de las mujeres en los medios, algunas muy próximas a las comentadas por otras participantes en la mesa redonda sobre 'Asociaciones de mujeres

22] Xornalistas Galegas, *As mulleres na opinión: un elefante rosa no medio das redaccións* (Praza Pública: 2019), <https://praza.gal/movementos-sociais/as-mulleres-na-opinion-un-elefante-rosa-no-medio-das-redaccions>

periodistas, diagnóstico y propuestas’ de este II Seminario del Observatorio de Igualdad, ‘Mujeres y periodismo en el contexto digital’.

Así, uno de los proyectos en desarrollo de la asociación es configurar una agenda de expertas que podamos poner a disposición de los medios de comunicación para que, por lo menos, su ausencia no pueda ser atribuida al desconocimiento o la falta de acceso de mujeres referentes. En este sentido, consideramos fundamental que no solo incluya expertas científicas y profesionales de diferentes sectores, sino todo tipo de mujeres que pueden (y deberían) ejercer como fuentes de consulta. En su puesta en marcha, estamos topando atrancos de diferente calibre, que van desde la procura de fórmulas para que resulte sostenible, práctica y accesible para cualquier medio, a la implementación de mecanismos para hacerla segura y fiable o para integrarla con otras iniciativas existentes de cara a evitar la atomización de directorios diversos con el mismo objetivo.

Pero, sin duda, el obstáculo más pernicioso con el que chocamos procede de una disfunción de carácter estructural que amenaza con perpetuar este mal de la infrarrepresentación: el síndrome de la impostora. Tal y como acontece a la hora de buscar testimonios y fuentes en nuestro ejercicio diario, al tratar de configurar ese directorio de expertas son muchas las mujeres que se autocensuran, se auto silencian, por temor a aparecer en público, por no considerarse referentes en sus ámbitos de trabajo o por no estimarse, simplemente, dignas de consulta. Son muchas las que no quieren ser las primeras o las únicas y algunas las que están hartas de serlo. Frente a este impedimento basilar, tenemos por delante la gran tarea de diseñar escenarios, oportunidades y momentos que evidencien la necesidad de sus voces en nuestros discursos y nuestro imaginario, que involucren a la sociedad en demandarlas para poner fin a ese círculo vicioso que no hace sino empobrecernos.

Desde esa consciencia, la asociación Xornalistas Galegas busca la colaboración con diferentes entidades y colectivos —instituciones académicas y gubernamentales, asociaciones feministas, profesionales estudiantiles y agentes varios— en la procura y desarrollo de espacios y foros, informes y estudios, fórmulas y recursos con los que poner fin a la invisibilidad de las mujeres. Y en ese camino queremos agradecer la invitación que el Observatorio nos ha tendido para participar en el encuentro que recoge este volumen.

El camino por andar: la lucha constante

Las acciones emprendidas a lo largo de estos cuatro años de andadura de Xornalistas Galegas nos han servido, sobre todo, para detectar el ingente trabajo que tenemos por delante. En la mochila, para hacer frente a los problemas detectados, un puñado de propuestas que, a su vez, suscitan múltiples dudas e interrogantes a los que intentaremos responder en el futuro inmediato.

Creemos que los medios deben velar por que sus profesionales dispongan de las herramientas y conocimientos necesarios para ofrecer tratamientos libres de prejuicios y sesgos de género, por lo que requerimos formación sistematizada y obligatoria en tratamiento informativo con perspectiva de género. Pero, ¿quién debería impartirla? ¿Quién debería recibirla? ¿Cómo podemos garantizar que no se limite a una mera medida cosmética?

Demandamos la creación urgente de un departamento de género en los medios de comunicación en Galicia, una figura transversal para evitar la publicación de contenidos machistas, sexistas o que banalizan la violencia de género. De cara a su implementación, las dudas son muy similares: ¿cómo preservar la idoneidad de quien vaya a ejercer esa labor? ¿Cómo garantizamos que la creación de esta figura en los medios no se ciña a lo aparente? ¿Con qué herramientas la dotamos para que resulte efectiva?

Exigimos a las instituciones públicas evaluación del cumplimiento de los deberes específicos de los medios de comunicación que recogen las leyes relativas a la Igualdad (Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres²³ y la Ley 11/2007, de 27 de julio, gallega para la prevención y el tratamiento integral de la violencia de género²⁴). Así, llevaremos al Parlamento de Galicia una proposición no de ley de iniciativa popular solicitando el refuerzo del control en la aplicación de estas leyes, un reglamento sancionador y medidas coercitivas directas. Instaremos a la Xunta de Galicia a dar cuenta pública de

23] España, *Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de hombres y mujeres*, aprobada el 22 de marzo de 2007. <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2007-6115>

24] Comunidad autónoma de Galicia, *Ley 11/2007, de 27 de julio, gallega para la prevención y el tratamiento integral de la violencia de género*, aprobada el 27 de julio de 2007. <https://www.boe.es/buscar/pdf/2007/BOE-A-2007-16611-consolidado.pdf>

los apercebimientos remitidos a medios por la publicación de contenidos sexistas y a establecer los canales necesarios para integrar en los mecanismos de control las denuncias de los colectivos profesionales.

La conquista de estas iniciativas no será, desde luego, suficiente, pero, al menos, quizá sirva para seguir abriendo camino. Porque no podemos permitirnos ni un paso atrás y, junto a la certeza beauvoiriana de la imperante necesidad de mantenernos alerta, recibimos de Angela Davis la consciencia de que la libertad es una lucha constante, un desafío que sólo puede ser librado si lo emprendemos sin descanso, de forma sistemática y en colectivo.

Referencias citadas:

Abdalleh, J.; et al. *Manifeste des 343 salopes*. Nouvel Observateur, nº 334. 1971. <https://www.nouvelobs.com/societe/20071127.OBS7018/le-manifeste-des-343-salopes-paru-dans-le-nouvel-obs-en-1971.html>

Colexio de Xornalistas. *Declaración de Compostela sobre Medios de Comunicación e Violencias de Xénero*. Observatorio Galego dos Medios. 2004. <https://xornalistasgalegas.files.wordpress.com/2020/03/declaraciondecompostela1.pdf>

Comunidad autónoma de Galicia. *Ley 11/2007, de 27 de julio, gallega para la prevención y el tratamiento integral de la violencia de género*. Aprobada el 27 de julio de 2007. <https://www.boe.es/buscar/pdf/2007/BOE-A-2007-16611-consolidado.pdf>

España. *Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de hombres y mujeres*. Aprobada el 22 de marzo de 2007. <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2007-6115>

Porteiro, María Xosé. *A patoloxía do 10%*. Luzes, Xornalismo que conta. 2018. <https://luzes.gal/11/11/2018/politica/a-patoloxia-do-10/>

Xornalistas Galegas. *As mulleres na opinión: un elefante rosa no medio das redaccións*. Praza Pública. 2019. <https://praza.gal/movimentos-sociais/as-mulleres-na-opinion-un-elefante-rosa-no-medio-das-redaccions>

Xornalistas Galegas. *Por un xornalismo feminista*. 2018.
[https://xornalistas.gal/web/uploads/novas_adxuntos/
adxunto/80d/5b45ec01b3-manifestoxornalismofeminista.pdf](https://xornalistas.gal/web/uploads/novas_adxuntos/adxunto/80d/5b45ec01b3-manifestoxornalismofeminista.pdf)

CAPÍTULO VII.

COMUNICADORAS 8M

MARIAN ÁLVAREZ

Presidenta de Comunicadoras 8M

65



Comunicadoras 8M es una plataforma independiente de mujeres periodistas feministas y profesionales de la comunicación, en la que las profesionales del sector se han unido para defender un periodismo digno y feminista y las representaciones paritarias en los medios de comunicación. Surgió a raíz de las movilizaciones bajo el nombre de «las Periodistas Paramos» en la exitosa convocatoria feministas del 8 de marzo de 2018, en la que las comunicadoras de todo el país reivindicamos los problemas que teníamos en la profesión como mujeres y que nunca habíamos reivindicado.

Yo misma me había sorprendido siempre escribiendo y denunciando historias de mujeres, por ejemplo, de embarazadas a las que despedían de sus trabajos en empresas como El Corte Inglés, mientras nosotras mismas protagonizábamos historias similares en los medios en los que trabajábamos. Sin embargo, en nuestra profesión, nos lo callábamos «muy mucho» en aras de poder sobrevivir como trabajadoras en nuestras redacciones. Y creo sinceramente que todas en alguna ocasión hemos sufrido o conocido de cerca algún ejemplo.

Un grupo de compañeras, tras aquel emblemático 8 de marzo de 2018, decidimos unir nuestras fuerzas y fundar Comunicadoras 8M, con sede en Madrid, pero que agrupa a mujeres de todo el territorio nacional, y

muchas de ellas forman parte también de otras asociaciones similares en sus territorios, como es el caso de compañeras de Colombine de Murcia, o de la Asociación de Periodistas feministas de Granada, por poner un par de ejemplos.

En estos tres años hemos hecho públicos un par de manifiestos. El primero, el publicado por el movimiento «Las Periodistas Paramos» al que nos adscribimos totalmente, y que tratamos de recuperar en la mayoría de sus puntos cada año. Insistimos en reivindicaciones por todas las compañeras conocidas, pero quizá la actividad que hemos visto más necesaria es la que trata de frenar la intensa corriente misógina, extremadamente machista y violenta, que nos ataca a todas las mujeres en general, y a las mujeres de los medios de comunicación en particular, a través de las redes sociales (Twitter, Facebook, etc) y de nuestro trabajo en los medios en los que realizamos nuestra labor informadora.

Esa reacción misógina, y el simple machismo tradicional, se nota todavía en el lenguaje sexista que aparece en algunos medios de comunicación. Aunque bien es verdad que hemos avanzado mucho en utilizar el lenguaje no sexista en general, todavía hay cierta timidez a la hora de ser contundentes en ese sentido.

También seguimos luchando por la igualdad de salarios, de trato y de actitud en las redacciones, en nuestros trabajos. Igualmente, reivindicamos poder superar los techos de cristal, para poder tener mayor presencia en puestos directivos, y poder quitarnos el barro de los pies, que se nos queda pegado debido a los suelos pegajosos que nos impiden ascender en los escalafones laborales.

De la misma manera, continuamos denunciando la «imagen» banal o intrascendente que se ofrece a través de los medios de comunicación de las mujeres, la presencia unitaria de «señoros» en todo tipo de eventos, jornadas, congresos... y en mayor medida cuando hablan de cuestiones femeninas en foros en los que debaten sobre asuntos que en absoluto conocen desde su condición de varones.

La conciliación en nuestra profesión es otra de nuestras reivindicaciones, al igual que denunciar cómo, de entre las compañeras profesionales de la comunicación, las que aparecen habitualmente como reporteras y presentadoras son aquellas cuya imagen corresponde al ideal de

belleza femenina. En televisiones como La Sexta o Antena3, todas las profesionales en cámara son las que, en el imaginario masculino «están buenas». Quizá en Mediaset, debido al target al que se dirige, se da la aparición de compañeras con otros perfiles de peso y edad, pero también adolece de la elección de compañeras con aspectos físicos considerados casi perfectos. Las profesionales de la información en pantalla seguimos teniendo que estar buenísimas, ser monísimas, y a ser posible, dóciles.

Comunicadoras 8M pertenece a la Red Estatal de Comunicadoras Feministas, y juntas, todas las organizaciones, vamos a vigilar y contrarrestar el acoso que impera en las redes sociales contra compañeras profesionales de la información, fiel reflejo del que sufren la mayoría de las mujeres que manifiestan su opinión. El acoso afecta al 20% de las trabajadoras de todas las profesiones. En el caso de las mujeres periodistas, afecta a las conocidas y no tan conocidas, acosadas, insultadas y vilipendiadas en la red por machistas recalcitrantes, o seguidores y seguidoras de determinada ideología de extrema derecha. Recordemos que Cristina Fallarás tuvo que abandonar las redes, Marta Maldonado soportó un feroz acoso en un mitin de Vox mientras realizaba su labor informativa y, recientemente, Ana Pardo de Vera ha sufrido a través de Twitter un brutal acoso, por poner algunos ejemplos. Debemos frenar este acoso y hacerlo todas juntas. Y lo podemos hacer porque estamos todas en las redes sociales y tenemos las herramientas y los argumentos.

Además de luchar contra el machismo en los medios y las redes, luchamos contra el negacionismo de la violencia machista, que retuerce y manipula los escalofriantes datos para mentir sobre esa violencia estructural. Por ejemplo, según los negacionistas, parece que las mujeres estamos haciendo cola en las comisarías para realizar denuncias falsas contra los hombres. Como profesionales de la comunicación tenemos los datos, los registros y las fuentes y debemos hacerlos públicos y utilizarlos continuamente: el dato y la verdad son lo único que va a poder frenar la negación y mostrar la realidad.

Luchar desde las redes sociales

Así las cosas, este año 2022, desde Comunicadoras 8M hemos introducido el deseo de tener un 8M sin guerras, porque las guerras no las hacen las mujeres; ni Afganistán, ni Ucrania, ni ninguna. Y, por supuesto,

hemos incidido en la lucha contra las *fake news*. Nuestras herramientas, como se ha señalado con anterioridad, son las redes sociales. Nada más constituir la asociación, pusimos en marcha una cuenta de Facebook que siguen 1.089 personas, y una de Twitter que siguen 7.232 personas en la actualidad.

Somos aproximadamente unas 50 mujeres comunicadoras, «malcriadas y vagas» en opinión de Isabel Díaz Ayuso, es decir, feministas, que a través de nuestras denuncias hemos conseguido algunos hitos de los que nos orgullecemos.

- En su momento conseguimos que la Cadena SER rescindiera sus contratos con el humorista David Sánchez, quien hacía humor negro diciendo cosas como «El otro día me hicieron la mejor mamada de mi vida. El secreto fue que la chica usó muchas babas. Alguna ventaja tenía que tener el síndrome de Down».
- Un compañero de RTVE, que retrasmittía la información de San Fermín desde Pamplona, erró al indicar que era una pena que esas emblemáticas fiestas estuvieran ensombrecidas en 2019 por un «accidente por culpa del alcohol», en referencia a la violación múltiple ocurrida en julio de 2016 por los llamados «la manada» y juzgada en 2018. Nos hicimos notar exigiendo rectificación. Una violación es más grave que un mero accidente propiciado por el alcohol.
- A raíz de la participación de miles de mujeres en las manifestaciones feministas del 8M de 2020, no exenta de ciertos temores ya al inicio de la pandemia, en redes sociales y en medios de comunicación nos culparon de haber sido las propagadoras del virus. Llamaron «infectódromos» a las movilizaciones. Recopilamos y trabajamos con los datos y elaboramos un hilo de Twitter que repetimos y utilizamos como respuesta a cada ataque, hasta la saciedad. El texto del hilo recogía el número de personas que había acudido a misa ese mismo fin de semana del 8M, a los campos de fútbol y otros deportes, a congresos de partidos políticos como el celebrado por VOX, o a los cines y centros comerciales, etc. Tuvimos repercusión y tapamos algunas bocas.
- Donde más éxito hemos tenido es a la hora de señalar a los medios de comunicación cuando detectamos un titular o un texto claramente machista y tendencioso en contra de las mujeres, y

habitualmente proponemos cuál sería el titular adecuado y no machista. Tal y como indicamos en una de nuestras pancartas reivindicativas más conocidas: «Le sigo la pista a tu titular machista». «Cinco mujeres dan una paliza a un joven que agredió a una de ellas en un bar» vs «Un joven agrede a una mujer en un bar y cinco amigas la defienden». Titulares en los que nos culpabilizan de lo que nos pase siempre como «la novia del Cachopo abortó dos veces antes del crimen», queriendo dar a entender que se había ganado que la asesinaran por abortar. Siempre «morimos», no nos matan, y las hachas nos decapitan por sí mismas, como en «una mujer muere decapitada por un hacha» o «muere una mujer apuñalada 7 veces» ... Si te apuñalan siete veces, no mueres o te desvaneces: te han asesinado. Hay otros en los que las mujeres somos ciudadanas de segunda: se habla de «la madre de la vacuna contra la Covid-19» y no se dice su nombre; o eres Maribel Verdú y la noticia es tu cumpleaños, y que sigues casada con determinado señor con su nombre y dos apellidos, no lo importante que eres como actriz. Y también están los titulares en los que se nos cosifica, como «Julio Iglesias camina apoyado en dos ‘mulatas’», junto a una foto del individuo andando entre dos mujeres caribeñas.

Hay infinidad de ejemplos que darían para un seminario en sí mismo, con titulares y textos que se podrían clasificar en varias temáticas o mantras machistas. Por esa razón, hemos elaborado un proyecto para la creación de un Observatorio del Lenguaje Machista en los Medios de Comunicación, y nos reuniremos con instituciones y formaciones políticas para conseguir ponerlo en marcha para realizar estudios, informes, seguimientos y los oportunos señalamientos.

Y, por último, una reflexión y unos datos personales sobre el trabajo de las mujeres comunicadoras en el entorno digital. Yo tengo ahora 56 años, no llego a cobrar 1.000 euros mensuales, pero estoy feliz porque, como periodista especializada en tecnología, desde enero colaboro de manera continua con un grupo de medios de esa temática (con temas complicados como la ciberseguridad, la inteligencia artificial, el *machine learning*, Web3, metaverso, etc.). Como tengo ya una edad y mi inglés no es muy bueno, no me pueden contratar. Han contratado a dos compañeras junior. Y este es solo el último capítulo de mi historial laboral.

Yo llevo siendo precaria toda la vida. De los 33 años como profesional del periodismo, solo he tenido contrato fijo en la tecnológica BQ, donde llevaba la comunicación de soporte, el blog de la empresa, y las redes sociales. Esa situación duró tres años, hasta que la empresa realizó un ERE encubierto y luego cerró, cuando yo tenía 50 años.

Esa precariedad se produce en los medios de comunicación desde que somos estudiantes. Los másteres, como el de RTVE, el de El País, etc., son ahora casi el único camino para obtener luego un puesto de trabajo, pero frenan el ascensor social en esta profesión. Y precisamente las mujeres tenemos mayores dificultades para acceder a ellos, a nada que se te complique la vida privada, por ejemplo, con cuidados de mayores, embarazos o hijos, lo cual se repite a lo largo de toda nuestra vida laboral, por mucha experiencia que tengamos.

Y esa discriminación, la relacionada con los aspectos de la vida privada y cómo las jefaturas de los medios entienden que nos afecta a las compañeras comunicadoras en mayor medida que a los compañeros, la seguimos padeciendo durante toda nuestra vida profesional.

CAPÍTULO VIII.

ASOCIACIÓN DE MUJERES COMUNICADORAS 'CONTAMOS EL MUNDO' (ACM)

MAYTE CARRASCO

Fundadora y Coordinadora General de la ACM

71



ACM es una asociación registrada en el Ministerio del Interior desde septiembre de 2021, que cuenta con 222 socias con gran talento y proyección internacional. A lo largo de este tiempo, las componentes han reforzado su voluntad de seguir creciendo, creando redes entre ellas y con el exterior. Cuenta con una Coordinadora General, Secretaria General, Tesorera, Junta Directiva y órganos y mecanismos propios de decisión mediante Asamblea.

Las socias son profesionales de la comunicación, fotógrafas, profesoras o intelectuales presentes en Europa, Asia, África, Latinoamérica, Estados Unidos y Oriente Medio. Se trata de corresponsales españolas de todos los medios; enviadas especiales, reporteras de guerra y zonas de conflicto; cineastas, fotógrafas documentales y fotorreporteras, escritoras, académicas, analistas y responsables de prensa en fundaciones nacionales, organismos internacionales (ONU, OTAN y UE) o empresas multinacionales afincadas en España.

Tras un año de funcionamiento, nos hemos consolidado como uno de los *lobbies* con más peso en el panorama de las agrupaciones de mujeres en España, pues nuestras socias acumulan gran conocimiento, experiencia e influencia, al ser todas periodistas, comunicadoras, profesoras o intelectuales especializadas en el sector de la comunicación internacional; entre todas suman millones de lectores, espectadores y seguidores.

Fundé esta importante comunidad casi por casualidad en 2021. Soy mujer y reportera de guerra freelance y en 2015 me quedé embarazada, me echaron de un trabajo de guionista sin contrato y, tras una depresión por el vacío profesional y la precariedad consiguiente, en junio de 2021 decidí regresar a trabajar a Siria, conflicto que cubrí extensamente. Escribí varios mensajes a compañeros por Whastapp. Les pedía contactos actualizados para regresar, ayuda, pero no me respondió ninguno; esperé varios días y nada. Entonces se me ocurrió hacer un experimento y me dije, «voy a abrir un chat y meter a todos mis contactos de compañeras mujeres del sector internacional, a ver qué pasa». Y me respondieron... ¡y vaya cómo respondieron!

En el grupo enviaba el siguiente mensaje: «este es un grupo de *networking*, de intercambio de información, ayuda y apoyo a compañeras de internacional». Fue muy emocionante ver una cascada imparable de mensajes de compañeras. Se sumaban unas a otras, se saludaban entre sí, entusiasmadas y felices de encontrarse en un espacio común virtual. Y lo más importante es que no les pareció raro ni algo fuera de lugar. Era como si lo hubieran estado esperando, como un soplo de aire fresco y una ventana abierta, con luz y sol, al balcón de enfrente.

Más tarde comprobamos que todas lo necesitábamos, que era lo que estábamos buscando de algún modo desde hacía tiempo. «No fuimos fruto de un estudio de mercado, sino del instinto. Y resulta que había una legión esperando todo esto, sin saberlo», afirma Paloma García Ovejero, Secretaria General de ACM. «Había sed de comunidad, de *networking*, de relación e interconexión. Había soledad, aislamiento, invisibilidad e impotencia en muchas de nosotras».

Muchas de las que se sumaron son grandes referentes para nosotras. Carmen Sarmiento (RTVE), Rosa María Calaf (RTVE), Ángeles Espinosa (El País), María Dolores Masana, Teresa Aranguren, Cristina Morató, Cristina Gallach, Georgina Higuera, Pilar Requena, Lola Huete Machado, Ana Palacios, Pilar Aymerich, Sandra Balcells, Charo Izquierdo y muchas otras, crearon un encuentro intergeneracional muy interesante en el que se comparaba la situación de las mujeres del sector entonces y hoy. De ahí nacerían más tarde los encuentros intergeneracionales que hacemos de forma regular online. Se sumaron muchos grandes nombres que no caben en este artículo; nombrar a una y dejar a las demás es un ejercicio imposible.

La mayoría de ellas iban recomendadas unas por otras. Muchas viven en lugares remotos, alejadas de sus compañeros y compañeras de

sector y de la familia. Fuimos escuchándonos y conociéndonos en ese chat, que fue un lugar en el que se tomó el pulso a todas nosotras. Un experimento. Aprendimos a respetarnos; a alabarnos y felicitarnos unas a otras; a conocernos profesionalmente; a compartir anécdotas y experiencias comunes, o frases o situaciones machistas que nos decían o hacían a todas. Nos dimos cuenta de que no estábamos solas y la unión nos dio valentía.

Nos fijamos como objetivo principal promover la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres en el marco de la Información Internacional en todos sus ámbitos; promover la mejora y defensa de la visibilidad, el respeto, la dignidad profesional y la reputación de las socias, así como promover y mejorar la visibilidad, imagen y dignidad de las mujeres en el mundo de la comunicación como expertas/portavoces, entrevistadas, analistas, autoras, etc. en temas de interés informativo y de divulgación.

En ACM apostamos por un código ético para promover el respeto, el cariño y la admiración mutua. La denuncia es un puente hacia una solución, de forma constructiva. Se trata de crear nuestros propios caminos, abrir nuevas puertas, buscar nuestro espacio y entrar en el que nos corresponde y no estamos. Se trata de ser parte de jurados de premios para poder equilibrar los resultados, en negativo en materia de igualdad; estar más presentes en debates, en opinión en medios y en exposiciones, en certámenes del sector. Ayudarnos con consejos y contactos profesionales y apoyo moral. También queremos hacer oír nuestra propia voz y cambiar la narrativa sobre la visión de la mujer en la guerra o en los conflictos, donde aparece siempre como víctima débil, carente de voluntad e iniciativa.

Twitter y las redes fueron un modo de comenzar nuestra andadura. Un estudio de The Guardian²⁵ confirma que los periodistas masculinos dominan el debate político en las redes porque interactúan principalmente con otros hombres e ignoran a las mujeres en EEUU. Los hombres responden a otros periodistas masculinos el 91,5% de las veces, ignorando a las mujeres de la profesión. En España sucede lo mismo. Por eso hemos creado listas de Twitter, hemos hecho campañas en re-

25] Nikki Usher y Jesse Holcomb, *Twitter makes it worse: political journalists, gender echo chambers and the amplification of gender bias* (International Journal of Press / Politics: 2018), https://www.academia.edu/37120346/Twitter_Makes_It_Worse_Political_Journalists_Gendered_Echo_Chambers_and_the_Amplification_of_Gender_Bias

des para ayudarnos con problemas de reconocimiento, acuerdos extrajudiciales con medios, pago por imágenes o textos robados a las compañeras, pago de colaboraciones gracias a socias intermediarias anónimas.

Nuestras actividades han sido muchas y voluntarias. Hemos hecho cursos especializados online para socias; encuentros intergeneracionales con mentoras; organización de mesas redondas sobre asuntos de interés de la actualidad internacional con participación de nuestras socias como expertas; charlas internas y debates; intercambio de ideas, contactos, enlaces de interés u oportunidades de trabajo; además de debates en el chat interno y confidencial sobre diversos temas de interés para las socias.

Hemos organizado en 2022 el Ciclo online de nueve mesas redondas #Ellascuentanelmundo, en el canal Youtube de La Casa Encendida, centro cultural de Monte Madrid, sobre China, el terrorismo en el Sahel, el oficio de contar, el Populismo en Europa, las primaveras árabes, Fotografía y mujer, Ucrania, Latinoamérica, o los retos de los líderes de Europa; mentorías con varias socias veteranas, como Cristina Gallach, Rosa María Calaf, María Dolores Massana, entre otras.

También cursos sobre «Herramientas profesionales en Twitter» con Carmela Ríos; o «Cómo ser freelance y no morir en el intento», con Ethel Bonet, Esperanza Escribano, Alicia Hernández; o un taller de salud mental para reporteras de guerra con el DART CENTER de Nueva York, organizado por Rosa Meneses; además un curso para evitar el acoso en redes con las directivas de Twitter España.

En navidad se realizó la campaña: «Regala un libro de las socias ACM», y recientemente se pidió la una investigación independiente por el asesinato de la compañera Shireen Abu Akleh en una campaña institucional. En coordinación con la Academia de la Televisión se organizó el debate «Europa y los retos del futuro tras la invasión de Ucrania» en la sede de la Oficina del Parlamento Europeo en España. En la Feria del Libro de Madrid se celebró la mesa «La mujer y la guerra» con Lula Gómez, Natalia Sancha y Marifé Santiago Bolaños. Además, se han entablado conexiones de colaboración con otras redes de mujeres, como Global Women Leaders (GWL Voices), El Parlamento europeo, La Academia de Televisión, la Asociación de Mujeres Cineastas CIMA, El Ministerio de Exteriores y las mujeres diplomáticas o la Asociación de Periodistas de Málaga, entre otras.

Nuestra voluntad es seguir trabajando para conseguir conquistar los espacios donde faltamos, tener un reconocimiento justo y hablar

de lo que sabemos en foros públicos y privados. Aprovechar cualquier oportunidad para hablar bien de nosotras y nuestro currículum, hacernos crecer. Vernos como hermanas y no como competidoras. Conseguir superar las barreras del techo de cristal, de la precariedad para algunas, del reconocimiento del valor para otras. Un reto para el que estamos muy preparadas, como para todo lo demás.

Referencias citadas:

Usher, Nikki y Holcomb, Jesse; *Twitter makes it worse: political journalists, gender echo chambers and the amplification of gender bias* (International Journal of Press / Politics: 2018), https://www.academia.edu/37120346/Twitter_Makes_It_Worse_Political_Journalists_Gendered_Echo_Chambers_and_the_Amplification_of_Gender_Bias

CAPÍTULO IX.

RED DE PERIODISTAS RURALES

‘Las periodistas rurales en el laboratorio digital internacional’

MARÍA ANTONIA REINARES

Representante de la Red de Periodistas Rurales

77



En primer lugar, la Red de Periodistas Rurales agradece al Observatorio de Igualdad de RTVE la invitación al II Seminario ‘Mujeres y periodismo en el contexto digital’, porque es la primera vez que las periodistas rurales estamos representadas en un foro nacional de igualdad y no solo porque hasta ahora hayamos estado ausentes en los planes de igualdad y en las tablas reivindicativas sindicales o de asociaciones, sino porque, prácticamente, acabamos de ‘aterrizar’. Somos profesionales con características propias y dificultades específicas que, enfrascadas en la consolidación de nuestros proyectos y dispersas en los miles de kilómetros de la España rural, todavía no nos hemos constituido en colectivo.

Las periodistas rurales que vivimos en pueblos y comarcas porque nos sentimos comprometidas con nuestros territorios, desarrollamos la profesión, principalmente, como trabajadoras autónomas que hemos puesto en marcha nuestros propios proyectos periodísticos. Somos emprendedoras que pululamos en el ciberespacio creando medios hiperlocales y micromedios, una fórmula que se adapta perfectamente al medio sobre el que informamos.

Somos hijas de la profunda transformación vivida en los medios de comunicación y las consecuencias de la crisis económica del sector, que estamos sabiendo adaptarnos a los cambios tecnológicos y a las nuevas formas de consumo. «Durante las dos últimas décadas, el modelo mediático tradicional de la prensa local ha sufrido una profunda crisis que, unida a la económica, ha derivado en el cierre de cabeceras y recortes de personal. La creciente necesidad de una oferta informativa local veraz y la adversa realidad laboral en el sector comunicativo han motivado a muchos periodistas a fundar sus propios medios locales e hiperlocales al amparo de la red»²⁶. Es en este contexto en el que surgimos nosotras hace más de una década.

Las mujeres periodistas de los territorios rurales formamos parte de un gran laboratorio internacional generado en los últimos años, cuando se ha producido un crecimiento de los medios emergentes hiperlocales, que se encuentran actualmente en fase de experimentación, buscando fórmulas sostenibles en el tiempo y rentables económicamente. Estamos siendo protagonistas de la transformación de las áreas rurales hacia sociedades «con un creciente carácter post-agrario y con la aparición de diversas y enfrentadas maneras de entender y practicar la ruralidad»²⁷.

Nuestros medios son parte de las 1.210 cabeceras de cibermedios locales e hiperlocales activos en España, de temática generalista y enfoque periodístico, según el mapeo realizado por Cruz Negreira para su tesis doctoral 'Cibermedios locais e hiperlocais en España. Mapa, modelos e produción informativa 2020'²⁸ de la Universidad de Santiago de Compostela. En el mapa se catalogan 1.148 cibermedios locales con un alcance municipal, intermunicipal, comarca e Intercomarcal, y 62 cibermedios hiperlocales con un alcance de barrio o distrito.

La gran mayoría de las mujeres que nos hemos puesto al frente de nuestros propios medios hiperlocales rurales hemos hecho el camino inverso a la dinámica de la «huida ilustrada», que define y caracteriza

26] M. C. Negreira-Rey, X. López-García, y J. Vázquez-Herrero; *Mapa y características de los cibermedios locales e hiperlocales en España* (Revista de Comunicación: 2020, vol.19, N°2), <https://revistadecomunicacion.com/article/view/1947/1592>

27] Óscar Fernández Álvarez, *Reprogramar el campo. Migraciones de las mujeres al medio rural de España* (Ager, Revista de Estudios sobre Despoblación y Desarrollo Rural: 2022), http://ruralager.org/wp-content/uploads/34_FC_Ager_22-03_Fern%C3%A1ndez.pdf

28] María Cruz Negreira, *Cibermedios locais e hiperlocais en España. Mapa, modelos e produción informativa* (Universidade de Santiago de Compostela, 2020), <https://minerva.usc.es/xmlui/handle/10347/24117>

las migraciones masivas a la ciudad de gente con formación académica procedente de áreas rurales, un término acuñado en el informe monográfico 'Mujeres rurales emprendedoras y TIC' del Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades'²⁹.

Somos universitarias, hemos vivido en ciudades y nos hemos trasladado a entornos rurales para desarrollar nuestros proyectos vitales y profesionales. Y, en esta carrera de obstáculos, nos hemos encontrado una aliada: la tecnología. Una herramienta capital para el medio rural que a nosotras nos ha servido para desenvolvemos en el ámbito del teletrabajo y llevar a cabo nuestra tarea periodística. De esta manera, contribuimos a la sostenibilidad del medio rural, pues la reproducción social y biológica en estos espacios se dificulta debido a la ausencia de mujeres. Formamos parte de las repobladoras que ayudamos a mantener vivas nuestras comarcas, situadas en la España con retos demográficos.

Trabajamos donde un o una periodista (en su sano juicio) no desea estar, porque vivimos alejadas de los grandes temas internacionales y de los círculos de poder. Sin embargo, nuestros medios son mucho más influyentes en nuestros territorios que las principales cabeceras españolas. Somos especialistas de la información kilómetro cero y ponemos nerviosas a las direcciones de las cabeceras de referencia provinciales, porque les estamos 'comiendo la merienda' en nuestras comarcas, ya que somos más creíbles al no llevar en la mochila los intereses de grupos empresariales, y más rápidas en la toma de decisiones.

No somos periodistas que narramos lo que ocurre en territorios que languidecen o están en fase terminal, como se trasluce al leer y ver noticias de medios de comunicación que se acercan a los pueblos en busca de lo anecdótico, como si de reservas indias se tratase. Es cierto que existen pueblos sin posibilidad de recuperar población, principalmente en áreas de montaña lejanas de las cabeceras de comarca, pero existe otro mundo rural que está vivo y prueba de ello somos nosotras, mujeres que desde nuestros periódicos y plataformas web luchamos contra los imaginarios manidos y estereotipos sobre lo rural, porque somos parte importante de él y testigos de la transformación que está viviendo gracias, entre otras herramientas, a Internet.

29] María Izaguirre Vizcaya, *Mujeres rurales emprendedoras y TIC* (Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades, 2016), <https://cpage.mpr.gob.es/producto/mujeres-rurales-emprendedoras-y-tic/>

Brecha salarial y planes de igualdad

La Federación de Asociaciones de Prensa de España, la FAPE, viene reivindicando en sus comunicados del 8 de marzo, desde hace al menos una década, la urgencia por acabar con la brecha salarial. Por nuestra condición de autónomas, las periodistas rurales que estamos al frente de nuestros medios hiperlocales no jugamos en esa 'liga'. En nuestro caso el concepto salario está íntimamente ligado al de ingresos. Si ingresamos más, cobramos más, y si ingresamos menos, la precariedad se pasea por delante de nuestras puertas cada trimestre.

Nuestros ingresos dependen en gran medida, aunque no solo, de nuestra pericia como comerciales para lograr que se anuncien en nuestros medios ayuntamientos, comercios, hostelería y pymes de nuestros pueblos y cabeceras de comarcas. Sin embargo, no nos resignamos a nuestro derecho a participar de la publicidad institucional. Y en este punto tenemos que dar un contundente 'tirón de orejas' a los redactores de la ley de publicidad y sus fieles escuderos, los directores generales de Comunicación de los gobiernos autonómicos y nacional, que se parapetan detrás de las agencias publicitarias para repartir, como ellos dicen, «la tarta». Directores generales con nula sensibilidad por los retos demográficos, cuyas referencias del mundo rural son los cierres de las líneas deficitarias de Renfe, consultorios médicos o escuelas rurales.

La ley de publicidad necesita una revisión para dejar de utilizar la audiencia como único criterio objetivo para los medios digitales. La dictadura del *click* ha provocado que sean más las legiones de *bots* que los lectores reales quienes cada día pinchan en las webs de información. Creemos que la etapa de los medios de comunicación masivos como únicos transmisores de noticias ya es historia, por lo que reclamamos que dejen de controlar a los medios a través del reparto publicitario y comiencen a aplicar criterios como la dinamización y el servicio público que los medios hiperlocales prestamos los territorios rurales.

Como indica el ya mencionado Mapa y características de los cibermedios locales e hiperlocales en España, «a pesar de que la comunidad local no puede ser entendida como una entidad independiente limitada por las fronteras locales, sigue siendo el foco sobre el que trabajan los medios de proximidad y sus periodistas. Es aquí donde los medios locales desarrollan no solo una misión informativa, sino también social». Entre los roles que desempeñan los medios locales,

destaca «su labor informativa —que busca el equilibrio entre el interés público de las noticias y la implicación de la audiencia con lo que ocurre en el gobierno local—, su rol social activo —que pueden asumir en el impulso y apoyo de campañas sociales— y su función democrática —al visibilizar y representar múltiples puntos de vista, ser vigías del poder e integrar el contenido producido por los ciudadanos—. El valor de lo local, el interés que genera en la comunidad y la renovación de las funciones de los medios de proximidad nos sitúan en un contexto de transformación de los modelos informativos de los medios locales e hiperlocales en la red».

Desde el 7 de marzo de 2022 es obligatorio que las empresas periódicas de más de 50 trabajadores y trabajadoras cuenten con planes de igualdad. Las periodistas rurales que estamos al frente de micromedios tampoco encajamos en esa obligatoriedad, nuestros planes de igualdad se encuadran en las desigualdades que sufren los territorios donde vivimos para que podamos desarrollar nuestros trabajos. Reclamamos buenas conexiones a Internet, guarderías, centros de día y servicios de calidad para el cuidado de nuestros mayores, pedimos que se cubran todas las necesidades que nos mantienen, junto a nuestros vecinos, como ciudadanos de segunda pagando los mismos impuestos.

Creación de redes

Desde mi punto de vista, el futuro de nuestros medios hiperlocales pasa por crear redes que nos hagan fuertes para no ser tentadas a integrarnos en empresas y grupos que acaben con nuestra independencia.

En mi caso concreto, trabajo en red desde el comienzo de mi aventura como periodista rural hace una década en las comarcas próximas a Astorga, en la provincia de León. Mi periódico, Astorga RedAcción, se edita en la comarca de Maragatería, concretamente en Valdespino de Somoza, un pueblo que en invierno no llegamos a 50 vecinos. Primero creé Comarcas en Red con otras dos compañeras de micromedios de la provincia de León (Sahagún Digital y LeónSur Digital), después extendí la red a otros dos periódicos de la ciudad de León y la comarca de El Bierzo (iLeon e InfoBierzo). Y ahora, desde el mes de febrero, con mis compañeras de Comarcas en Red estamos trabajando para crear un entramado de micromedios y medios hiperlocales de toda la España despoblada. Nos hemos puesto en contacto con 48 medios de Galicia, Asturias, Cantabria, La Rioja, Aragón, Castilla La Mancha, Extremadura

y Castilla y León para crear una cabecera nacional con el objetivo de que seamos quienes vivimos en las áreas rurales quienes contemos lo que en ellas ocurre. Del casi medio centenar de medios contactados, el 60% están dirigidos por mujeres.

No cabe duda que el futuro de las áreas rurales está en manos de las mujeres.

Referencias citadas:

Fernández Álvarez, Óscar. *Reprogramar el campo. Migraciones de las mujeres al medio rural de España*. Ager, Revista de Estudios sobre Despoblación y Desarrollo Rural: 2022. http://ruralager.org/wp-content/uploads/34_FC_Ager_22-03_Fern%C3%A1ndez.pdf

Cruz Negueira, María. *Cibermedios locais e hiperlocais en España. Mapa, modelos e produción informativa*. Universidade de Santiago de Compostela, 2020. <https://minerva.usc.es/xmlui/handle/10347/24117>

Izaguirre Vizcaya, María. *Mujeres rurales emprendedoras y TIC*. Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades. 2016. <https://cpage.mpr.gob.es/producto/mujeres-rurales-emprendedoras-y-tic/>

Negreira-Rey, M. C., López-García, X. y Vázquez-Herrero, J. *Mapa y características de los cibermedios locales e hiperlocales en España*. Revista de Comunicación, 2020, vol. 19, N° 2. <https://revistadecomunicacion.com/article/view/1947/1592>

CAPÍTULO X.

REPORTEROS SIN FRONTERAS ESPAÑA

‘Mujeres periodistas en el mundo: plena igualdad, solo en la represión’

EDITH RODRÍGUEZ

Vicepresidenta de Reporteros Sin Fronteras España

83



Estamos en el ecuador de un año inédito en la forma de violencia más extrema contra las mujeres periodistas: el asesinato. En apenas cinco meses, hemos visto cómo han sido ejecutadas cinco reporteras, tres de ellas en México, donde el periodismo se desangra a un ritmo escalofriante: Lourdes Maldonado (Tijuana), Yesenia Mollinedo y Sheila Johana García (Veracruz). Poco tiempo después de estos crímenes, la chilena Francisca Sandoval, herida gravemente por bala en Chile mientras cubría las manifestaciones del 1 de mayo, acabó sucumbiendo a sus heridas. En Ucrania, donde la guerra ha acabado con la vida de ocho reporteros desde el inicio de la invasión, Oksana Baulina, periodista rusa de *The Insider*, crítica con el Kremlin, caía asesinada deliberadamente por un misil en Kiev. Finalmente, Shireen Abu Akleh, la veterana y admirada periodista de *Al Jazeera*, de nacionalidad palestina y estadounidense, fue ejecutada a sangre fría el 11 de mayo, presumiblemente por un francotirador israelí.

La inmensa mayoría de estos crímenes quedarán impunes, al menos en lo que respecta a la autoría intelectual. Es posible que algunos sicarios sean condenados en México o que un soldado israelí cargue, acaso

de forma extraoficial, con el asesinato de Shireen Abu Akleh, pero en casi todos estos casos prevalecerá la «segunda muerte» que afecta a los crímenes contra periodistas y a sus familiares: la impunidad de los autores intelectuales. Pues, al final, lo más importante es responder a la única gran pregunta: ¿quién ordena matar?

Si sumamos estos asesinatos a los de Daphne Caruana en Malta (2017), Lyra McKee en Irlanda del Norte (2019), o a la cruel ejecución (a finales de 2021) de tres trabajadoras de medios afganas, parece claro que las reporteras no solo no están dispuestas a renunciar a contar sus realidades en todo el mundo, sino que empiezan a sumar lo peor de los viejos y los nuevos paradigmas. Por una parte, son agredidas o asesinadas por los motivos machistas tradicionales y, a la vez, empiezan a ser blanco de las violencias más extremas. Han caído los muros de la condescendencia y el paternalismo que imperaban hasta hace poco, especialmente en países autoritarios, y que las protegían en la mente de los depredadores de la libertad de prensa. México es un claro ejemplo de esta tendencia al alza de la violencia física extrema contra mujeres periodistas: entre 2000 y 2022 han sido asesinados 153 reporteros, de los cuales 14 son mujeres. De esas 14, tres han sido ejecutadas este año.

Esta igualdad perversa en la represión, esta igualdad fruto del fin del paternalismo y de cierto afán de escarmiento, se observa claramente también en la evolución de los encarcelamientos: asistimos actualmente a un récord sin precedentes de periodistas en prisión del que no se privan las mujeres. De los casi 500 periodistas retenidos actualmente en cárceles de todo el mundo, cerca de 60 son mujeres; esta cifra representa un incremento del 33% en tan solo un año. En países como Bielorrusia, se ha dado por momentos la curiosidad de que haya más mujeres encarceladas que hombres, pues las periodistas han jugado un papel destacado en la cobertura de las manifestaciones que siguieron a la controvertida «reelección» de Aleksander Lukashenko en la presidencia del país, en el verano de 2021. Esta preponderancia femenina ha pillado a contrapié a la dictadura bielorrusa, que no ha dudado en detener a las periodistas, ensañarse con ellas y poner fin a ese manto protector patriarcal que aplicaba con ellas hasta ahora.

La misma persecución sin distinción de sexo a la hora de oprimir se ha dado en Afganistán, donde —según un informe realizado por Reporteros

Sin Fronteras³⁰— solo tres meses después de la llegada de los talibanes al poder, más del 80% de las mujeres periodistas ya había perdido su empleo. Cerca del 40% de los medios de comunicación del país han desaparecido y los pocos que mantienen a mujeres informando a la audiencia, están obligándolas a cubrirse para hacerlo. Según datos de otro estudio sobre sexismo en los medios realizado por RSF, el 24% de las periodistas tiene que adaptar su vestimenta para cubrir y difundir sus informaciones en todo el mundo. Reporteros Sin Fronteras España ha contribuido a la evacuación de más de 90 periodistas afganos (incluidos sus familiares), entre los cuales se encuentran varias mujeres como Khadija Amin, una de las primeras que llegaron a España a finales del verano pasado, que tuvo que añadir al dolor del destierro el de la decisión no consensuada de su marido de quedarse en Kabul con sus dos hijos pequeños. Actualmente, sigue desarrollándose y formándose profesionalmente en Salamanca.

Todos estos datos nos confirman que la igualdad ha llegado al cerebro de los opresores de la libertad de prensa y de los derechos de las mujeres, pero solo ahí. En cuestión de años, las mujeres periodistas han pasado de pelear duramente por atreverse a soñar con la igualdad en numerosas partes del mundo a encontrarse con la realidad de una igualdad plena... solo en la represión. Y cuando se habla de forma generalizada sobre la represión contra las mujeres, las periodistas no son ninguna excepción: todas las detenidas, amenazadas, acosadas, hostigadas o agredidas pagan las violencias físicas y psicológicas con su cuerpo. Una mujer periodista retenida, ya sea media hora o 10 años, en el 75% de los países del mundo donde no hay libertad de prensa, sabe que su sexo puede formar parte de la condena a cumplir, como el sexo de las mujeres siempre forma parte del botín en cualquier guerra.

El año pasado, coincidiendo con el 8 de marzo, RSF publicó un informe a nivel mundial sobre sexismo y periodismo³¹, basado en una encuesta realizada a nuestras y nuestros corresponsales en 112 países, así como a periodistas especializadas en género. Todos los expertos consultados, in-

30] RSF, *Afganistán. Más del 40% de los medios ha cerrado y el 80% de las mujeres periodistas se ha quedado en paro desde la llegada al poder de los talibanes* (Reporteros Sin Fronteras: 2021), <https://www.rsf-es.org/18757-2/>

31] RSF, *El periodismo frente al sexismo* (Reporteros Sin Fronteras: 2021), <https://www.rsf-es.org/wp-content/uploads/2021/03/RSF-INFORME-PERIODISMO-FRENTE-AL-SEXISMO-8-3-2021.pdf>

dependientemente de su lugar de origen, coincidieron en una respuesta: el lugar más peligroso del mundo para informar, según el 73% de las personas encuestadas es... Internet.

Dado que el seminario planteado por el Observatorio de Igualdad de la Corporación RTVE lleva como título «Mujeres y periodismo en el contexto digital» es importante que tomemos conciencia de la universalidad del acoso en Internet como fenómeno global de agresión a las mujeres periodistas. Y es, además, importante que tomemos conciencia de que no es «privilegio» de los países más desarrollados, más bien al contrario. Todo acoso empieza siempre en las redes sociales y se ceba más con las mujeres que informan sobre mujeres (un tema que le costó la vida, por ejemplo, a la mexicana Miroslava Breach, que investigaba los feminicidios en Ciudad Juárez), sobre derechos humanos, sobre migración, sobre derechos LGTBI o sobre cualquier otro tema «molesto», pues forma parte del machismo estructural del sector mediático que las mujeres informen más «de ciertos temas», a la sazón, asuntos de interés social y humano.

Internet es siempre el primer escalón en la trayectoria ascendente de las violencias contra las periodistas, no solo en Occidente. Las reporteras no veladas en países musulmanes reciben linchamientos digitales sin precedentes, como en Irán, o son detenidas algunas horas con el único fin de confiscar su teléfono móvil o su ordenador para desvelar sus datos personales e intimidades y humillarlas, siempre en relación con su comportamiento y con la moral imperante, como sucede en Marruecos.

Las periodistas especializadas en política, especialmente si son incisivas (una cualidad apreciada en los hombres y constitutiva de misoginia con las mujeres), o en deportes son víctimas de un odio especial en Internet, que pasa sistemáticamente por las amenazas de agresión sexual e, incluso, de muerte. En el Brasil de Jair Bolsonaro, que ha hecho de la persecución a algunas reporteras su obsesión personal y la de sus familiares, 50 periodistas deportivas tuvieron que promover el movimiento #DeixaElaTrabalhar contra los besos forzados, una práctica vejatoria que sufren en casi todos los países del mundo las periodistas deportivas que cubren eventos sobre el terreno.

Según el informe ya mencionado sobre sexismo y periodismo de RSF, el 80% de las periodistas que sufren hostigamientos y linchamientos en las redes sociales manifiestan síntomas de estrés, angustia, pérdida de autoes-

tima y miedo a perder el empleo. Como resultado de todo ello, cerca de la mitad de ellas (el 48%) asegura imponerse prácticas de autocensura y el 22% confiesa haber llegado a cerrar sus cuentas en redes sociales e, incluso, haber abandonado su especialidad profesional para librarse del ciberacoso.

La mayoría de las mujeres periodistas admite que no ha denunciado estas prácticas intimidatorias porque cree que las autoridades competentes no tomarían en serio su situación, o que una denuncia sería costosa en términos de tiempo, desgaste emocional y recursos, para obtener en compensación pocos o nulos resultados. La realidad, al menos en España, demuestra que no siempre es así y que, tras un arranque tardío del sistema, las denuncias por acoso en redes empiezan a dar sus frutos. No obstante, ante la tentación de «dejar estar», algunos países de la Unión Europea han puesto en marcha teléfonos de asistencia al ciberacoso para periodistas que se están revelando eficaces para combatir ese impulso disuasorio, ofreciendo inmediatamente asesoramiento psicológico y legal, sobre los pasos a seguir. Es una iniciativa que las organizaciones profesionales en España podrían plantearse proponer a las autoridades.

La ola represiva que recorre el mundo nos obliga a estar más prevenidas que nunca y más dispuestas a la resistencia y la sororidad con las compañeras de todo el planeta, haciéndonos, siempre que podamos, eco de sus casos y de sus causas. Toda mujer periodista reconoce inmediatamente la lucha de otra mujer periodista: asistí, hace unos meses, al encuentro en Madrid entre una reportera mexicana víctima de amenazas y de secuestro con una joven promesa de la televisión afgana, recién llegada a pedir asilo en nuestro país. Ni siquiera hizo falta que usasen su inglés rudimentario para entenderse y fundirse en un abrazo en tierra extraña. Ambas se dijeron todo con la mirada y los gestos. Mujeres, madres, periodistas, refugiadas: poco más que añadir.

Desde el primer peldaño de la persecución a mujeres periodistas, en el espacio digital, al último de las violencias más extremas, sobre el terreno, todos están marcados por un movimiento reaccionario contra los impulsos de libertad y sororidad que se han producido durante los últimos años. Coincide este movimiento reaccionario con el auge de los dictadores y los autócratas en el mundo, algunos de los cuales han transformado a mujeres periodistas en sus blancos favoritos. Lo hizo Donald Trump humillando a reporteras en las escasas comparecencias que ofreció en la Casa Blanca. Lo hace Jair Bolsonaro con Patricia Campos Mello, que ganó

una demanda por daños morales al hijo del presidente brasileño, después de que la acusase de obtener información sobre sus finanzas a través del sexo. Lo hace Vladimir Putin con Oksana Baulina, asesinada por un misil en Kiev, como ya lo hiciera hace 15 años con Anna Poliktovskaya, asesinada a tiros el día del cumpleaños del líder ruso. Lo lleva haciendo seis años Rodrigo Duterte, ensañándose con Maria Ressa, galardonada este año junto al ruso Dmitri Muratov —compañero de Poliktovskaya— con el Premio Nobel de la Paz. A propósito: ¿estamos celebrando lo suficiente el hito histórico de que una mujer periodista sea Premio Nobel de la Paz?

Todos ellos, todos estos depredadores de la igualdad y de la libertad de prensa no solo se expanden por el mundo, sino que arrastran en sus redes de odio y venganza contra los aires de libertad y unión de años anteriores a legiones de misóginos de siempre y de nuevos misóginos y misóginas, que encuentran en las periodistas su saco de boxeo. La purga contra «las listillas» de una sociedad que, cuando progresa en favor de las mujeres, encuentra siempre resistencias tan titánicas como descorazonadoras. Todos ellos, todos estos depredadores de los derechos de las mujeres y de la libertad de prensa no solo han dejado caer sus mantos protectores de paternalismo para con las reporteras, sino que han instaurado la igualdad en el único lugar en el que creen que la mujer la merece: la represión. Todos ellos, todos estos depredadores de los derechos de las mujeres y de la libertad de prensa, que se expanden como la pólvora por todo el mundo, parecen querer decir a golpe de opresión: «¿queríais igualdad? ¡Pues tomad igualdad!».

Lo dicho: todas prevenidas, todas unidas.

Referencias citadas:

RSF. *Afganistán. Más del 40% de los medios ha cerrado y el 80% de las mujeres periodistas se ha quedado en paro desde la llegada al poder de los talibanes*. Reporteros Sin Fronteras. 2021. <https://www.rsf-es.org/18757-2/>

RSF. *El periodismo frente al sexismo*. Reporteros Sin Fronteras. 2021. <https://www.rsf-es.org/wp-content/uploads/2021/03/RSF-INFORME-PERIODISMO-FRENTE-AL-SEXISMO-8-3-2021.pdf>

CAPÍTULO XI.

ASOCIACIÓN DE LA PRENSA DE MADRID

‘Voz y foto’

CRISTINA DE ALZAGA

Vocal de la Junta Directiva de la Asociación de la Prensa de Madrid

89



Asistí al II Seminario del Observatorio de Igualdad de la Corporación RTVE, *Mujeres y periodismo en el contexto digital*, no solo como miembro de la Junta Directiva de la Asociación de la Prensa de Madrid (en adelante, APM) sino también como mujer y periodista en un contexto digital, al trabajar para MagasIN del diario nativo digital EL ESPAÑOL.

Como miembro de la Junta Directiva de la APM, creo que es prioritario decir, antes que nada, que de los 23 miembros que componen la actual Junta Directiva de la APM 13 son mujeres, es decir, no solo somos mayoría, sino que se trata de la Junta Directiva con mayor presencia de mujeres en la historia de la APM. Asimismo, una de las primeras decisiones que la actual Junta Directiva tomó, tras tomar posesión, fue crear la primera Comisión de Igualdad, a petición de nuestra compañera Mayte Antona, que es quien la preside.

De los 4.595 asociados y asociadas a la APM en el momento de dar esta charla, a comienzos de junio de 2022, 2.218 eran mujeres, es decir, casi la mitad. Por añadir otro dato, en las universidades españolas, entre quienes se gradúan cada año en Periodismo en los últimos años, el número de alumnas es casi el doble que el de alumnos.

En 2020, la APM cumplió 125 años y, desde 1895, protege los derechos de las y los periodistas, denuncia agresiones, ataques y señalamientos, ofrece amparo y solidaridad, promueve los valores del periodismo y defiende la libertad de prensa y de expresión.

Al participar en la última mesa de ponentes, bajo el título *Una mirada al presente y futuro de las mujeres periodistas*, y sin pretender invadir el espacio de Concepción Cascajosa, Presidenta del Observatorio de Igualdad de la CRTVE, que nos moderaba y que luego hizo un resumen de lo allí expuesto, puedo decir que en el seminario se dijeron muchas cosas y muy importantes.

Una de ellas, la importancia de la Educación. En este sentido, podemos decir con orgullo que la APM desarrolla unos talleres de fomento de lectura de prensa en la escuela en los que, desde 2009, han participado 82 colegios e institutos y 20.000 alumnos de la ESO y de Bachillerato de toda la Comunidad de Madrid. En ellos, **entre otras cosas, se fomenta la lectura de prensa** como herramienta para combatir la desinformación y promover un consumo responsable de los medios de comunicación para formar espíritu crítico.

A los alumnos y alumnas se les facilitan herramientas y recursos que les permitan discernir una información veraz y contrastada de una falsa o un bulo. A través de ejercicios prácticos y didácticos, periodistas de la APM (entre los que hay hombres y mujeres) se encargan de fomentar entre los alumnos la reflexión sobre la actualidad informativa, explicando qué es una noticia, cómo funcionan los distintos medios de comunicación, qué intereses intervienen en la elaboración de la información, la influencia de las redes sociales o cómo distinguir lo que es información de lo que es opinión, publicidad o entretenimiento.

Estos talleres recibieron el Premio Nacional al Fomento de la Lectura 2020. Entre los muchos criterios a tener en cuenta, a la hora de valorar si un medio, además de ser fiel a los valores que sustentan el periodismo, promueve la igualdad real, está por ejemplo el comprobar cuántos artículos aparecen firmados por redactoras y en cuántos las mujeres son las protagonistas de las historias.

Estos son solo algunos ejemplos de lo que la APM lleva a cabo en su objetivo de promover una igualdad real, y, dada la brevedad exigida a nuestra intervención y a este texto, resulta imposible extenderme.

Porque, además, nuestra misión, como pedía el título de la mesa, era hacer un diagnóstico del presente y el futuro de las mujeres periodistas.

Para ello, hay que comparar las redacciones de hoy con las que había hace 20 años. Y, en este sentido, yo soy optimista, pero no con un optimismo ingenuo sino basado en lo que veo. Es verdad que, como se expuso durante el seminario, queda mucho por hacer y no podemos comparar la situación de las mujeres periodistas en medios públicos y privados, ni tampoco la de las que llevan a cabo su trabajo en poblaciones rurales y las que lo hacen en grandes capitales.

Pero es una realidad que hoy vemos muchas más mujeres trabajando como corresponsales de guerra o en campos de fútbol, canchas de baloncesto y otras competiciones deportivas, de tal forma que, lo que antaño eran excepciones, hoy ya no lo son.

Hablando de redacciones yo tengo que poner el ejemplo de la mía, de las ocho personas que forman la redacción de las secciones de MagasIN y Enclave ODS, siete somos mujeres y, tanto la editora, Cruz Sánchez de Lara, como las responsables de cada sección, somos mujeres. Y, por último, entre los lectores de EL ESPAÑOL, casi la mitad son también mujeres.

MagasIN es además el primer portal nativo digital de información para la mujer. Su nombre no viene de la palabra *magazine* (en inglés, revista) sino de la palabra «magas» (mujeres que hacen magia, en el sentido más amplio de la palabra: aquellas que llevan a cabo una actividad extraordinaria) y la preposición «in», que en inglés significa «en» o «dentro».

En nuestra sección se da prioridad a las noticias sobre mujeres que hacen cosas relevantes e interesantes, que son líderes en empresas y organizaciones de todo tipo, especialmente en sectores tradicionalmente más masculinos (como la automoción o los seguros) y aquellas que destacan en profesiones hasta hace muy poco reservadas para hombres, desde las que pilotan un avión de combate a las veterinarias especializadas en reproducción equina.

También contamos las historias de mujeres, a veces completamente desconocidas, que entraron en territorios que les estaban vedados y abrieron el camino a aquellas otras que ahora se empeñan en romper techos de cristal. Filósofas, matemáticas, tenistas, arqueólogas... que hicieron magia al saltar barreras aparentemente insalvables y que no son tan conocidas como lo es, por ejemplo, Clara Campoamor.

A ellas, en MagasIN, les damos voz y foto. Sí, ha leído usted bien, ahora que ya disfrutamos del sufragio universal, lo que debemos conquistar es el derecho a salir en la foto. Y no me refiero solo a la iniciativa de Nadia Calviño, que el pasado mes de febrero, durante un encuentro de H+K en el que se habló de Economía, ya advirtió: «No voy a volver a hacerme una foto en la que sea la única mujer. No voy a volver a participar en un debate en el que sea la única mujer. Tenemos que tomarnos este tema muy en serio».

La vicepresidenta primera y ministra de Asuntos Económicos y Transformación Digital lamentó entonces que «son muchos los eventos en los que soy la única mujer, porque soy la ministra, y no podemos seguir considerando normal que no esté presente el 50% de nuestra población». Unos meses después, en mayo, asistió al evento *Madrid Leaders Forum*, y se negó a posar para una fotografía, junto a los organizadores, por ser la única mujer, aunque finalmente accedió a ser retratada cuando se incorporó al *photocall* la secretaria general de CEIM, Sara Molero.

Hubo entonces quien dijo que el tema de la foto «no era importante», que era simplemente un gesto sin más trascendencia, cuando las Ciencias Sociales y del Comportamiento, la Historia y los estudios de comunicación no verbal están llenos de ejemplos en los que, con un simple gesto, se lograron importantes avances. Según el artículo *El gesto y su historia*³²: «El gesto puede ser el campo de batalla en el que se libran las visiones divergentes del orden social y político». Como ejemplo, y por paradójico que pueda parecernos ahora, las mujeres conquistaron antes el derecho al voto que el «derecho» a llevar pantalones.

Así lo cuenta en su libro de 2012, *Historia política del pantalón*³³, la investigadora francesa Christine Bard, para quien dicha prenda es un símbolo en la lucha contra la discriminación y a favor de la igualdad de géneros. En 2013 se derogó una ley, vigente desde 1800, por la que se prohibía a las mujeres francesas llevar pantalones. Aunque, que sepamos, desde el siglo XX no se aplicaba (o Coco Chanel no habría podido poner de moda los pantalones), seguía siendo norma de ciertas

32] Anacleto Pons, *El gesto y su historia* (Protocolo&Etiqueta: 2021), <https://www.protocolo.org/social/usos-sociales/el-gesto-y-su-historia.html>

33] Christine Bard, *Historia política del pantalón* (Tusquets: 2012).

instituciones oficiales, entre ellas, el Parlamento. En 1972, a Michèle Alliot-Marie, consejera del entonces ministro francés de Asuntos Sociales, Edgar Faure, le fue impedida la entrada al hemiciclo galo por llevar pantalones y solo la dejaron pasar cuando amenazó con quitárselos. El ujier que tan escrupulosamente seguía las normas no podía imaginar que esa joven, que solo quería entregarle un mensaje a su jefe, llegaría a ser la primera mujer que ostentó en su país los cargos de ministra de Interior y de ministra de Defensa, y en dirigir un partido político mayoritario. Fue también ministra de Justicia y de Asuntos Exteriores.

El pasado mes de mayo, conocíamos las nuevas regulaciones que el gobierno ha impuesto, a las mujeres y las niñas de Afganistán, sobre el uso del hiyab y el burka, y poco después, las presentadoras y periodistas de televisión afganas eran obligadas a cubrirse la cara frente a las cámaras, para acatar la medida del Ministerio para la Promoción de la Virtud y Prevención del Vicio. Se trata de un nuevo paso atrás para los derechos y libertades de las mujeres en Afganistán.

El derecho a votar y el derecho a vestir como nos dé la gana pueden no ser, según los expertos, comparables. Pero, si tenemos en cuenta que, por ejemplo, votamos cada cuatro años y llevamos pantalones todos los días, los gestos con los que reclamamos estos derechos cotidianos son un arma poderosa al alcance de cualquier persona. Incluso el lenguaje recoge la expresión «quién lleva los pantalones», equiparando el liderazgo al hecho de vestirlos (cuando estaban reservados a los hombres y «mal vistos» en las mujeres, aunque no se prohibiera su uso).

El derecho a salir en la foto o en la imagen, tiene más implicaciones de las que quisiéramos: todavía hoy son muchos los programas de televisión en los que las presentadoras, además de un trabajo impecable, deben ajustar su imagen a ciertos cánones de belleza entre los que se incluyen una determinada talla y una determinada edad, exaltando la juventud como un valor superior a la experiencia.

Y quiero aquí recordar un tema que salió varias veces durante el seminario, como uno de los más preocupantes y a tener en cuenta de cara al futuro: la edad. Todas las personas mayores de 50 años afrontan desde hace años las consecuencias de la crisis económica, recientemente agravada por el coronavirus y la guerra de Ucrania. Pero las mujeres

soportan una carga adicional, pues el *edadismo*, o discriminación por razón de la edad, se ceba todavía más en ellas. Así lo contaban en 2019 las cinco autoras del libro *Imbatibles. La edad de las mujeres*³⁴. Ester Pujol, María Rosa Benedicto, Sara Berbel, Maribel Cárdenas y Estrella Montolio denunciaban cómo la edad vuelve invisibles a las mujeres mayores de 45 años.

Para el mercado laboral, los responsables de Recursos Humanos de muchas empresas, reclutadores y agencias de captación de talento, los hombres maduran y las *mujeres* envejecen. Y aunque en muchas charlas y artículos aseguran valorar el talento senior, *silver* o experimentado, en la práctica no deja de ser una de las muchas buenas intenciones o lo que los jóvenes llaman «postureo», es decir, un *bla, bla, bla*, para quedar bien.

En el caso de las mujeres periodistas, el diagnóstico sobre el *edadismo* es, si cabe, más dramático. Aquí se han contado casos de muchas que, para no ser arrinconadas ni engrosar las listas del paro, se ven obligadas a colaborar para agencias de creación de contenidos que pagan cantidades ridículas.

La APM denuncia cada vez más ofertas de trabajo sin retribución económica alguna o con salarios ínfimos, para lo que se creó la campaña #GratisNoTrabajo contra la precariedad laboral, los abusos empresariales y en defensa de contratos justos y salarios dignos. Estos casos se denuncian públicamente y, sin embargo, siguen apareciendo más y más. La APM ofrece, asimismo, a todos sus asociados, un servicio jurídico gratuito en procedimientos laborales.

Se ha mencionado en el seminario cómo varias de las presentes se han reinventado como emprendedoras y han montado sus propias pequeñas empresas o medios. También cómo algunas hemos hecho los cursos (*online* y presenciales, gratuitos o a precios reducidos) que ofrece el departamento de formación de la APM sobre herramientas digitales, SEO, Google Analytics, marketing digital, inglés, visualización de datos, relaciones internacionales, comunicación emocional, etc.

34] María Rosa Benedicto, Sara Berbel, Maribel Cárdenas, Estrella Montolio y Ester Pujol; *Imbatibles. La edad de las mujeres* (Editorial Calambur: 2019)

También se ofrecen ofertas y descuentos especiales en cursos y talleres de organismos internacionales, universidades, empresas de comunicación, escuelas de idiomas y asociaciones, para ayudar a la reinserción laboral de quienes se encuentran en la encrucijada de volver a empezar.

Cada año, además, la APM publica el *Informe de la Profesión Periodística*³⁵, la principal publicación en España con datos sobre el estado del sector: mediante una encuesta a 1.200 periodistas y entrevistas a 800 ciudadanos, constituye una radiografía anual de la profesión en España y su impacto en la sociedad. En él se analizan las condiciones laborales de los periodistas y se actualizan las estadísticas de la industria de los medios. Gabriel García Márquez dijo que «ser periodista es tener el privilegio de cambiar algo todos los días». Desde la Asociación de la Prensa de Madrid y desde EL ESPAÑOL, hombres y mujeres trabajamos juntos para lograrlo.

La escritora estadounidense Harriet Beecher Stowe, escribió *La cabaña del tío Tom* publicándola primero por capítulos, entre 1851 y 1852, en un medio abolicionista. Cuentan que, en 1862, durante la Guerra Civil de su país, se encontró con el presidente Abraham Lincoln, quien la saludó con estas palabras: «So you're the little woman who wrote the book that started this great war!» ('¡Así que usted es la pequeña mujer que escribió el libro que inició esta gran guerra!'). Harriet medía alrededor de 1,50 m y tenía 51 años. No necesitó ni estatura, ni juventud, para prender una mecha que acabaría con la esclavitud en su país, ni para convertirse en un ejemplo para otras mujeres abolicionistas y feministas, que iniciarían la lucha por otros derechos de las mujeres. El sufragio universal femenino en Estados Unidos se logró en todos los estados en 1920. En esa década, los llamados «locos años 20», las mujeres conocidas como *flappers* impondrían también una moda más cómoda y, por supuesto, su derecho a llevar los pantalones.

Más de cien años después, el futuro es ahora.

35] APM, *Informe anual de la Profesión Periodística* (Asociación de la Prensa de Madrid: 2021), https://www.apmadrid.es/wp-content/uploads/2022/10/Informe-anual-Profesion-Periodistica-2021_web_lite.pdf

Referencias citadas:

APM, *Informe anual de la Profesión Periodística*. Asociación de la Prensa de Madrid: 2021. https://www.apmadrid.es/wp-content/uploads/2022/10/Informe-anual-Profesion-Periodistica-2021_web_lite.pdf

Bard, Christine. *Historia política del pantalón*. Tusquets: 2012.

Benedicto, María Rosa; Berbel, Sara; Cárdenas, Maribel; Montolio, Estrella y Pujol, Ester. *Imbatibles. La edad de las mujeres*. Editorial Calambur: 2019.

Pons, Anaclet. *El gesto y su historia*. Protocolo&Etiqueta, 2021. <https://www.protocolo.org/social/usos-sociales/el-gesto-y-su-historia.html>

CAPÍTULO XII.

FEDERACIÓN DE SINDICATOS DE PERIODISTAS (FESP)

‘Una mirada al presente y futuro de las mujeres periodistas’

97

CLARA AURRECOECHEA

Representante de la Federación de Sindicatos de Periodistas



Mi mirada inicial, intuitiva diría, nada más leer el título de la mesa redonda en la que he sido invitada, me brota como respondiendo al principio de acción y reacción; y solo sale de mi mente y de mis labios una única palabra: negro, negro, negro... muy negro, veo el presente y futuro de las mujeres periodistas.

Son muchos los datos en los que me sustento para ofrecer esta visión tan negativa del presente y futuro del periodismo, en general, y de las mujeres periodistas, en particular. Los medios de comunicación no han levantado cabeza desde la crisis financiera de 2008. Una crisis que ha dejado un panorama desolador en los medios de comunicación tradicionales, tanto públicos como privados, con cientos de cabeceras y medios audiovisuales cerrados y más de 13.000 periodistas en el paro, según los datos del Servicio Público de Empleo Estatal (SPEE) reflejados en el Informe Anual de la Profesión Periodística 2012³⁶. La crisis

36] APM, *Informe Anual de la profesión periodística 2012* (Asociación de la Prensa de Madrid: https://www.apmadrid.es/wp-content/uploads/2016/07/InformeAnual_APM-2012.pdf)

redujo a la mínima expresión la inversión publicitaria, siendo el sector de los medios de comunicación el segundo sector que más pérdida de empleo experimentó, tras el de la construcción. Inversión publicitaria que también se ha visto afectada de nuevo por la crisis de la Covid-19³⁷.

Lo que está ocurriendo con el empleo en Canal Sur, radio televisión pública de Andalucía en la que yo trabajo y realizo mi labor sindical como delegada sindical del Sindicato de Periodistas de Andalucía (SPA), sindicato integrado en la Federación de Sindicatos de Periodistas (FeSP), es un claro ejemplo del deterioro de las condiciones laborales en los medios de comunicación. Si bien es cierto que no se realizó un ERE como en Telemadrid, ni se cerró la empresa como ocurrió en Valencia con Canal Nou; lo cierto es que las reducciones presupuestarias aprobadas desde 2012 han afectado directamente a la composición de la plantilla³⁸, llevando a cabo un ERE silencioso y encubierto. Si la plantilla media estaba compuesta por 1.699 personas a 31 de diciembre de 2008 (según datos del primer diagnóstico de situación de la igualdad que realizamos), en marzo de 2022 ha quedado reducida a 1.371 personas.

Los recortes han sido drásticos, desde julio de 2012 y hasta este mes de junio de 2022, no se ha autorizado ni un sólo contrato de sustitución ni de cobertura de ninguna vacante³⁹. Sólo se levantó la veda en 2017 para contratos de relevistas de jubilados parciales, contratos en su mayoría de mujeres (un 57%) a un 75% o 50% de la jornada y con salarios más reducidos, sobre todo en el apartado de complementos (la Junta no autorizó ningún relevo hasta que el complemento de disponibilidad se redujo a la mitad para estos contratos). Una última muestra de precarización de las condiciones laborales son los 8 contratos de un mes para redactores que se han realizado para las recientes elecciones autonómicas (los primeros para elecciones en 10 años), ya que la Junta ha auto-

37] Redacción Prnoticias, *Los medios cifran entre un 70 y un 80% las pérdidas de ingresos de publicidad por la crisis* (Prnoticias: 2020), <https://prnoticias.com/2020/04/02/medios-perdidas-ingresos-publicidad/>

38] SPA, *La situación de la plantilla en datos* (Sindicato de Periodistas de Andalucía: 2021), <https://spandalucia.com/spacanalur/la-situacion-de-la-plantilla-en-datos/>

39] SPA, *Canal Sur pelagra por la falta de personal y contrataciones* (Sindicato de Periodistas de Andalucía: 2021), <https://spandalucia.com/spacanalur/canal-sur-pelagra-por-la-falta-de-personal-y-contrataciones/>

rizado esos contratos con salario base sin ningún tipo de complemento salarial, donde los contratados eran siete mujeres y un hombre.

Estas reducciones presupuestarias tuvieron y tienen todavía su efecto en el capítulo de aprovisionamientos de las radiotelevisiones públicas, es decir, en los presupuestos destinados a programas de producción ajena que venían realizando productoras audiovisuales⁴⁰. En concreto, el presupuesto que tiene para la parrilla Canal Sur se ha visto reducido en la última década en dos tercios, por lo que estas empresas han despedido a muchas personas en el mejor de los casos⁴¹, mientras devaluaban los salarios y las condiciones laborales del resto, y en el peor se han visto obligadas a cerrar sus puertas.

Otro efecto de la reducción de la plantilla ha sido el aumento de las colaboraciones. Los trabajadores y trabajadoras autónomas, que colaboran en uno o varios programas tanto de radio como de televisión, se han multiplicado por dos. Esto, a la postre, supone un deterioro absoluto de las condiciones laborales, ya que, aunque algunas personas trabajen en otro medio y tengan una colaboración puntual, la mayoría están dados de alta como autónomos, por lo que están fuera del Convenio colectivo que asiste a la plantilla de Canal Sur. Mención aparte merece decir que dichas colaboraciones se eligen de forma discrecional y arbitraria⁴², ya que no existe una bolsa de trabajo para ello, sino que son designadas por los propios editores o directores de los programas.

No podemos olvidar, además, que la crisis financiera de 2008 llegó en un momento en el que la aparición de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación puso contra las cuerdas a la prensa de papel. También se están teniendo que adaptar a ellas los medios audiovisuales. Nuevas tecnologías que han desdibujado y tumbado las

40] EFE Sevilla, *Las productoras andaluzas salen en defensa de Canal Sur y achacan su baja calidad a los recortes* (El Mundo Andalucía: 2018), <https://www.elmundo.es/andalucia/2018/12/13/5c129003fc6c839c3e8b465f.html>

41] Francisco Javier Recio, *Despedidos de productoras piden el fin de los recortes en Canal Sur* (El Mundo Andalucía: 2015), <https://www.elmundo.es/andalucia/2015/01/02/54a678e8ca4741e1398b456d.html>

42] La Voz del Sur, *PP y Cs crean una redacción paralela en Canal Sur con cientos de colaboradores* (La Voz del Sur: 2022), https://www.lavozdelsur.es/actualidad/politica/pp-cs-crean-redaccion-paralela-en-canal-sur-con-cientos-colaboradores_274206_102.html

barreras para publicar, ya que cualquier persona puede colgar en la red sus opiniones, informaciones e imágenes y difundirlas a través de las redes sociales. Además, han cambiado los hábitos de consumo de la información. En España, el acceso a internet está ya en el 95% de los hogares, según datos del INE de 2020.

Los grandes grupos de comunicación están muy tocados, ya no son fuente de empleo y los nativos digitales tienen economías muy precarias. Y si hablamos del audiovisual, podemos ver que también se han visto profundamente afectados, como queda de manifiesto en trabajos como el de Olga Heredero Díaz y Francisco Reyes Sánchez sobre *Los efectos profesionales de la crisis de la televisión pública española: el creador audiovisual low cost y las nuevas tecnologías*⁴³. En él, señalan cómo «el cambio de modelo que ha transformado TVE en una entidad financiada con recursos públicos, sin publicidad comercial y con una política de programas a coste cero, junto con la renovación tecnológica, la democratización de la difusión de contenidos de elaboración propia y el abaratamiento de costes, es el día a día de los nuevos creadores low cost, que deben adaptarse a los efectos profesionales de la crisis de la radiotelevisión pública para no quedarse fuera de un mercado cada vez más competitivo e incierto».

El sector no había levantado cabeza desde la crisis de 2008, cuando llegó la crisis de la Covid-19. Sobre cómo ha afectado a las mujeres periodistas esta última crisis hay dos informes muy interesantes realizados por el Sindicato de Periodistas de Andalucía (SPA) y por la Federación Internacional de Periodistas (FIP), tras sendas encuestas realizadas durante la primera oleada, en 2020.

El informe del SPA⁴⁴ revela que más de la mitad (el 52,3%) de los y las profesionales de la comunicación de Andalucía tiene una situación

43] Olga Heredero y Francisco Reyes Sánchez, *Los efectos profesionales de la crisis de la televisión pública española, el creador audiovisual lowcost y las nuevas tecnologías* (adComunica, revista científica de estrategias, tendencias e innovación en comunicación, nº 11: 2016), <http://www.e-revistas.uji.es/index.php/adcomunica/article/view/4891/5031>

44] SPA, *Covid-19. Informe de urgencia sobre el impacto en el trabajo de las y los profesionales del periodismo y la comunicación en Andalucía* (Sindicato de Periodistas de Andalucía: 2020), <https://www.spandalucia.com/covid-19-informe-de-urgencia-sobre-el-impacto-en-el-trabajo-de-las-y-los-profesionales-del-periodismo-y-la-comunicacion-en-andalucia/>

laboral precaria o inestable; y que el 83% de las solicitudes de reducción de jornada y medidas de conciliación durante la primera oleada, entre los meses de marzo y mayo, fueron realizadas por mujeres. El cuestionario fue realizado por 217 profesionales durante la primera oleada de la pandemia y reflejaba una radiografía del sector preocupante: constataba que esta afectó muy negativamente a la calidad de la información, así lo consideraba el 57,2% de los encuestados. La encuesta realizada por la FIP⁴⁵ llamaba la atención sobre el hecho de que más de la mitad de las mujeres periodistas habían experimentado un aumento de las desigualdades de género debido a la Covid-19.

Hoy en día, los medios de comunicación no solo no son fuente de empleo, sino que, además, el que ofrecen es, en su mayor parte, precario. En su mayoría ofrecen colaboraciones a la pieza con la condición, además, de estar dado de alta como autónomo y trabajar en exclusividad, lo que convierte a la mayoría de esas trabajadoras en falsas autónomas. Pero no es mucho mejor para aquellas personas que están en plantilla, así el Informe anual de la profesión periodística 2018⁴⁶ señalaba que el 61% de los contratados en periodismo y el 58% de los contratados en comunicación dedican más de 40 horas semanales a su trabajo.

Y están dando una nueva vuelta de tuerca más, ya que la externalización, que está a la orden del día en los medios audiovisuales públicos y privados, ha comenzado en algunas redacciones de prensa escrita subcontratando algunas funciones de las redacciones. Recientemente hemos conocido la protesta de los comités de empresa del grupo Prisa⁴⁷ por los planes de subrogación de los trabajadores de vídeo a Lacoproductora, pero en el caso del grupo Joly se da la circunstancia de que se ha subcontratado el volcado de los textos al papel, tras la decisión de

45] APM, *La pandemia ha aumentado las desigualdades de género en los medios de comunicación* (Asociación de la Prensa de Madrid: 2020), <https://www.apmadrid.es/la-pandemia-ha-aumentado-las-desigualdades-de-genero-en-los-medios/>

46] APM, *Informe anual de la Profesión Periodística* (Asociación de la Prensa de Madrid: 2018), https://www.apmadrid.es/wp-content/uploads/2019/07/Informe-profesi%C3%B3n-2018_baja.pdf

47] Redacción Pnnoticias, *La cúpula de Prisa desoye las alternativas para salvar al 3,5% de la plantilla de El País* (Pnnoticias: 2022), <https://pnoticias.com/2022/06/15/cupula-prisa-desoye-alternativas-plantilla-el-pais/>

que las redacciones de sus distintas cabeceras andaluzas solo se dediquen a trabajar en digital.

Ante este panorama, si queremos avanzar en derechos laborales es necesaria la organización y la lucha. Para ello, las mujeres tenemos que ser más proactivas, sindicándonos e implicándonos más en los sindicatos y en sus estructuras directivas, puesto que en sus directivas ocurre lo mismo que en los equipos directivos de los medios de comunicación: la presencia de las mujeres, aunque se ha incrementado, todavía es escasa.

Cierto es que las listas de candidatos en las elecciones sindicales de las empresas son paritarias, pero luego entre las personas que dedican el 100% de su jornada al trabajo sindical nos encontramos a pocas mujeres. Por ejemplo, en Canal Sur: de 15 personas que dedican el 100% de su jornada laboral al trabajo sindical, sólo hay tres mujeres; y tres mujeres combinan el trabajo sindical con el audiovisual en su jornada laboral, frente a un único hombre.

Y digo esto porque los únicos que están legitimados para negociar las condiciones laborales, los convenios en las empresas y los convenios estatales de prensa diaria y no diaria son los sindicatos, y es en esas negociaciones donde las mujeres tenemos que estar para poder poner nuestra mirada y tratar de conseguir reducir esa precariedad galopante, que afecta a todos los sectores y que amenaza la posibilidad de hacer un periodismo libre y digno.

A este respecto, me gustaría señalar que la Federación de Sindicatos de Periodistas (FeSP), a la que represento en este II Seminario del Observatorio de Igualdad, acaba de constituir el sindicato de ámbito nacional Unión de Profesionales de la Comunicación (UPC-FeSP) para integrar a las y los profesionales del periodismo y la comunicación de las comunidades autónomas donde no existe un sindicato que forme parte de la federación. Con él, se pretenden atender las demandas de afiliación y asesoramiento que llegan desde esas comunidades a la FeSP y extender esta Federación a nuevos territorios. También podrán afiliarse como adheridos los y las estudiantes de los dos últimos cursos de Periodismo, Comunicación Audiovisual o estudios equivalentes, siempre que estén relacionados con el periodismo y la comunicación.

En el Sindicato de Periodistas de Andalucía (SPA), el sindicato en el que milito desde su creación en diciembre de 1999, las mujeres siempre hemos estado muy presentes: su primera secretaria general fue una mujer, Lola Fernández Palenzuela⁴⁸, y lo fue durante 18 años; y en sus directivas siempre ha habido una presencia mayoritaria de mujeres. Es más, en nuestro último congreso, que se celebró el pasado 25 de junio en Motril, la nueva junta directiva elegida está compuesta por 12 personas, de las que 8 somos mujeres. Quizá por eso siempre hemos denunciado la precariedad que vive la profesión⁴⁹: «Mi precariedad es tu desinformación» fue uno de nuestros primeros eslóganes cuando empezamos a funcionar, y eso que entonces la precariedad no era tan acusada como la que vivimos en la actualidad.

Y quizá por eso tampoco hemos podido evitar que la precariedad fuera de nuevo uno de los temas de los que hemos hablado en nuestro último Congreso, donde hemos conocido de la mano del secretario general de la Federación Europea de Sindicatos de Periodistas (FEP), Ricardo Gutiérrez, algunas iniciativas que está llevando a cabo la Federación europea con la Comisión Europea para dar respuesta al deterioro de las condiciones laborales en muchos países europeos, donde una tercera parte de las personas que trabajan en los medios de comunicación tienen la condición de autónomos. En concreto, indicó que los sindicatos europeos de periodismo y comunicación que forman la FEP acogen a 300.000 profesionales, de los que 100.000 son autónomos, y que se está en conversaciones con la Comisión Europea para la implantación de medidas para dar cobertura social a los y las periodistas a la pieza y freelance⁵⁰.

Confiemos en que esas conversaciones obtengan buenos frutos y que la próxima vez que tengamos que hablar del presente y futuro de las

48] June Fernández, *Lola Fernández Palenzuela, obrera de palabra* (Pikara Magazine: 2020), <https://www.pikaramagazine.com/2020/05/lola-fernandez-palenzuela-obrera-la-palabra/>

49] SPA, «*La precariedad es el peor enemigo del Periodismo*» (Sindicato de Periodistas de Andalucía: 2022), <https://www.spandalucia.com/la-precari-idad-es-el-peor-enemigo-del-periodismo/>

50] FeSP, *La FEP pide a la UE que inste a sus miembros a dar cobertura social a periodistas a la pieza y 'freelance'* (Federación de Sindicatos de Periodistas: 2022), <https://fesperiodistas.org/la-fep-pide-a-la-ue-que-inste-a-sus-miembros-a-dar-cobertura-social-a-periodistas-a-la-pieza-y-freelance/>

mujeres periodistas sea para celebrar que, por fin, se ha establecido un marco legal en el que las y los periodistas puedan ejercer su profesión con dignidad. No podrá haber periodismo independiente, libre y digno si los salarios y las condiciones laborales de las y los profesionales de la información y la comunicación, imprescindibles en toda sociedad democrática, no son dignas.

Referencias citadas:

APM. *Informe Anual de la profesión periodística 2012*. Asociación de la Prensa de Madrid: 2012. https://www.apmadrid.es/wp-content/uploads/2016/07/InformeAnual_APM-2012.pdf

Redacción Pnoticias. *Los medios cifran entre un 70 y un 80% las pérdidas de ingresos de publicidad por la crisis*. Pnoticias: 2020. <https://pnoticias.com/2020/04/02/medios-perdidas-ingresos-publicidad/>

SPA. *La situación de la plantilla en datos*. Sindicato de Periodistas de Andalucía: 2021. <https://spandalucia.com/spacanalur/la-situacion-de-la-plantilla-en-datos/>

SPA. *Canal Sur peligra por la falta de personal y contrataciones*. Sindicato de Periodistas de Andalucía: 2021. <https://spandalucia.com/spacanalur/canal-sur-peligra-por-la-falta-de-personal-y-contrataciones/>

EFE Sevilla. *Las productoras andaluzas salen en defensa de Canal Sur y achacan su baja calidad a los recortes*. El Mundo Andalucía: 2018. <https://www.elmundo.es/andalucia/2018/12/13/5c129003fc6c839c3e8b465f.html>

Recio, Francisco Javier. *Despedidos de productoras piden el fin de los recortes en Canal Sur*. El Mundo Andalucía: 2015. <https://www.elmundo.es/andalucia/2015/01/02/54a678e8ca4741e1398b456d.html>

La Voz del Sur. *PP y Cs crean una redacción paralela en Canal Sur con cientos de colaboradores*. La Voz del Sur: 2022. https://www.lavozdelsur.es/actualidad/politica/pp-cs-crean-redaccion-paralela-en-canal-sur-con-cientos-colaboradores_274206_102.html

Herederó, Olga y Reyes Sánchez, Francisco. Los efectos profesionales de la crisis de la televisión pública española, el creador audiovisual lowcost y las nuevas tecnologías. *adComunica*, revista científica de estrategias, tendencias e innovación en comunicación, nº 11: 2016. <http://www.e-revistas.uji.es/index.php/adcomunica/article/view/4891/5031>

SPA. *Covid-19. Informe de urgencia sobre el impacto en el trabajo de las y los profesionales del periodismo y la comunicación en Andalucía*. Sindicato de Periodistas de Andalucía: 2020. <https://www.spandalucia.com/covid-19-informe-de-urgencia-sobre-el-impacto-en-el-trabajo-de-las-y-los-profesionales-del-periodismo-y-la-comunicacion-en-andalucia/>

APM. *La pandemia ha aumentado las desigualdades de género en los medios de comunicación*. Asociación de la Prensa de Madrid: 2020. <https://www.apmadrid.es/la-pandemia-ha-aumentado-las-desigualdades-de-genero-en-los-medios/>

APM. *Informe anual de la Profesión Periodística*. Asociación de la Prensa de Madrid: 2018. https://www.apmadrid.es/wp-content/uploads/2019/07/Informe-profesi%C3%B3n-2018_baja.pdf

Redacción Prnoticias. *La cúpula de Prisa desoye las alternativas para salvar al 3,5% de la plantilla de El País*. Prnoticias: 2022. <https://prnoticias.com/2022/06/15/cupula-prisa-desoye-alternativas-plantilla-el-pais/>

Fernández, June. *Lola Fernández Palenzuela, obrera de palabra*. Pikara Magazine: 2020. <https://www.pikaramagazine.com/2020/05/lola-fernandez-palenzuela-obrera-la-palabra/>

SPA. *«La precariedad es el peor enemigo del Periodismo»*. Sindicato de Periodistas de Andalucía: 2022. <https://www.spandalucia.com/la-precari-idad-es-el-peor-enemigo-del-periodismo/>

FeSP. *La FEP pide a la UE que inste a sus miembros a dar cobertura social a periodistas a la pieza y 'freelance'*. Federación de Sindicatos de Periodistas: 2022. <https://fesperiodistas.org/la-fep-pide-a-la-ue-que-inste-a-sus-miembros-a-dar-cobertura-social-a-periodistas-a-la-pieza-y-freelance/>

CAPÍTULO XIII.

FEDERACIÓN EUROPEA DE PERIODISTAS

MARTA BARCENILLA

Vicepresidenta de la Federación Europea de Periodistas (EFJ)

Responsable de la Agrupación de Periodistas de FSC-CC00

107



Mis conversaciones sobre el futuro de las mujeres en el periodismo en la vida real suelen empezar así: «dime qué puedo hacer para poder estar sin trabajar hasta que mis hijos puedan volver al colegio, porque no puedo volver a estar tres días intentando trabajar con mis ellos en casa».

Este es el día a día de las mujeres en el periodismo. En este caso, como consecuencia del hijo positivo en Covid-19 de una compañera, que le recordaba la situación a la que tuvo que hacer frente durante el estado de alarma como consecuencia de la pandemia, que hacía pensar a esta periodista, redactora jefa en un medio de comunicación de provincias, que si tenía que volver a pasar por aquella situación no estaba segura de cómo podría sobrevivir.

Estas situaciones, tan habituales que no sorprenden a nadie, nos hacen pensar que, tanto en España como en el resto de Europa, a pesar de estar trabajando, de hacernos cada día más visibles y de haber conseguido normalizar los 'temas de género', seguimos siendo, por desgracia, las protagonistas de alguno de los espacios más precarios del mundo de la comunicación, como el de los *freelance*- que normalmente solo son falsos autónomos ante la amenaza de que es esto o nada porque hay mil esperando-; o el de las medias jornadas.

También somos mayoritarias en los espacios de la prensa local y regional, donde nos quedamos no porque nos falte ninguno de los atributos periodísticos de nuestros compañeros, sino para poder ocuparnos de nuestras familias, desde hijos a padres. O nos asignan por nuestro género la información social y cultural, que no tiene importancia suficiente para los grandes nombres de la profesión.

El futuro es hoy, tiene que empezar cada día y tiene que partir de la toma de conciencia de cuáles son nuestros problemas.

Hablamos mucho de sororidad, que desde mi punto de vista es un tema que se nos queda en la punta de los labios, ya que demasiadas veces somos las peores compañeras de viaje para nosotras mismas. Sororidad es aceptar la decisión que cada una tome, sea la que tú tomarías o la que no, y, sobre todo, acompañar en el proceso. Esa será la pieza, la base, que nos ayude a construir un espacio en el que entremos todas.

Participo en este seminario desde el congreso de la Federación Internacional de Periodistas (IFJ) en Omán, donde, por desgracia, todavía estamos luchando por que algo tan sagrado como dotar de presupuesto al Comité de Género o introducir cuotas que obliguen a la mayoría de las organizaciones a tener una representación mínima de mujeres es sus delegaciones.

Este Comité de Género fue mi primer espacio de trabajo en el ámbito de la igualdad en los medios de comunicación. En él hablábamos de quién hacía las noticias y por qué en algunos espacios no había rastro de mujeres⁵¹, o de por qué al hablar de problemas de género no teníamos ningún compañero interesado en ayudarnos a recuperar los espacios que nunca debimos perder.

Desde 2008, todavía hoy no hemos conseguido que este comité tenga un presupuesto propio que le permita trabajar con proyectos y objetivos con sus propios recursos, sin quedar al albur de que sobre dinero de otra partida, sin que la presidenta de este comité tenga que estar

51] Global Media Monitoring Project, *Who Makes The News?* (2020), https://whomakesthenews.org/wp-content/uploads/2021/07/GMMP2020.ENG_.FINAL20210713.pdf

pendiente del dinero que sobra del presupuesto general para poder hacer «esas cosas que hacemos las mujeres». Aún no sé bien qué son esas cosas, porque creo que son las mismas que los hombres y, como dice el presidente de la Federación Europea —Mogens B. Bjerregard—, normalmente el doble. Esta situación, lamentablemente se repite en demasiados espacios.

Seguimos ocupando espacios, a pesar de todo, y después del congreso de IZMIR de junio de 2022, la Federación Europea de Periodistas tendrá por primera vez una presidenta⁵². Pero lo que para mí es casi impresionante es que en el año 2022 consideremos como un triunfo que la presidenta de la federación vaya a ser una mujer, sin tener en cuenta si es la candidata idónea. Nos conformamos solamente con que sea mujer. En este caso, como en la mayoría porque a las mujeres se nos sigue exigiendo mucho más para llegar a determinados puestos, tenemos mucha suerte y se juntan todos los requisitos: Maja Server es la periodista más cualificada que hay en la dirección de las asociaciones miembros de la EFJ ahora mismo para asumir esa presidencia, y sus valores y su compromiso hacen que su elección sea algo que tendremos que celebrar.

La experiencia del congreso de la IFJ en Omán mejor no la incluiremos en este encuentro. Aunque es uno de los países más abiertos de esta zona, el contraste con el mundo del que venimos hace que siga siendo demasiado impresionante bajarse del avión y encontrarse con 10 compañeras del Sindicato de Periodistas Omaní metidas en su ‘traje oficial de trabajo’: una túnica negra que va hasta los pies, con un calor de 45° en la calle y un pañuelo en la cabeza, que dicen que se ponen porque quieren.

Es complicado de asumir, y más complicado no luchar contra ello, así que termino mi intervención señalando mi pequeña venganza, atreverme a lucir una camiseta con el símbolo del libro *‘El cuento de la criada’*, de Margaret Atwood, en la que se puede leer «No deberían habernos dado uniformes si no querían que nos convirtiéramos en un ejército».

52] La periodista croata Maja Sever fue elegida presidenta de la Federación Europea de Periodistas en junio de 2022, días después de la celebración del II Seminario del Observatorio de Igualdad de CRTVE.

Nos queda muchísimo trabajo por hacer y todas las manos seremos pocas. Espero que nos sigamos encontrando en el camino.

Referencias citadas:

Global Media Monitoring Project, *Who Makes The News?* 2020.
https://whomakesthenews.org/wp-content/uploads/2021/07/GMMP2020.ENG_.FINAL20210713.pdf

instituto **rtve**



instituto
rtve



MUJERES Y PERIODISMO EN EL CONTEXTO DIGITAL

LA PRESENTE PUBLICACIÓN SURGE DE LA CELEBRACIÓN DE UN SEMINARIO EL 2 DE JUNIO DE 2022 EN EL AUDITORIO DE PRADO DEL REY (MADRID). UN ENCUENTRO QUE SUPUSO UN ESPACIO DE DEBATE SOBRE EL PAPEL DE LAS MUJERES EN EL PERIODISMO Y LAS DIFICULTADES A LAS QUE SE ENFRENTAN.

ENTRE LAS ASOCIACIONES PARTICIPANTES EN EL SEMINARIO, QUE CUENTAN CON UN CAPÍTULO EN ESTE LIBRO, ESTÁN LA ACADEMIA DE TELEVISIÓN, LA ASSOCIACIÓ DE DONES PERIODISTES DE CATALUNYA, COMUNICADORAS GRANADA, PERIODISTAS FEMINISTAS DE CASTILLA Y LEÓN, LA PLATAFORMA COLOMBINE, XORNALISTAS GALEGAS, COMUNICADORAS 8M, LA ASOCIACIÓN DE MUJERES COMUNICADORAS 'CONTAMOS EL MUNDO', LA RED DE PERIODISTAS RURALES, REPORTEROS SIN FRONTERAS ESPAÑA, LA ASOCIACIÓN DE LA PRENSA DE MADRID, LA FEDERACIÓN DE SINDICATOS DE PERIODISTAS (FESP) Y LA FEDERACIÓN EUROPEA DE PERIODISTAS (EFJ).

ENTRE LAS CONCLUSIONES DERIVADAS DE ESTE CONJUNTO DE ARTÍCULOS DESTACAN LA NECESIDAD DE ROMPER CON LA BRECHA SALARIAL Y LOS TECHOS DE CRISTAL EN EL ÁMBITO DE LA INFORMACIÓN, DE TRABAJAR POR UN CORRECTO TRATAMIENTO DE LA VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES EN LOS MEDIOS, DE ABORDAR LA VIOLENCIA QUE SUFREN LAS MUJERES QUE CUBREN CONFLICTOS Y DE ENFRENTAR EL ACOSO EN REDES CONTRA LAS MUJERES PERIODISTAS.



9 788494 836138