

Lo que las profesionales de los medios de comunicación no cuentan

Lo personal es político.
Lema feminista.

Sucedió que un día lancé un mensaje al aire. Al 'aire' lo llamaré a partir de ahora las redes sociales, porque no hay ningún canal de comunicación que haya construido el ser humano tan omnipresente como el ágora de Internet, capaz de difundir entidades discursivas con significado y amplificar el alcance de su contenido hasta límites insospechados, superando cualquier limitación espacial. Buscaba compañeras en los medios de comunicación que hubieran sufrido algún tipo de acoso o violencia a cuenta y cobro de su sexo en el ejercicio de su trabajo. Y cuando digo compañeras no me refiero exclusivamente a las periodistas, reporteras y presentadoras de programas, las caras visibles del oficio. Detrás de un producto mediático, da igual el formato y soporte, hay un universo femenino extraordinario: editoras, fotógrafas, productoras, diseñadoras gráficas... La invitación venía acompañada de una promesa que no pienso romper: bajo ningún concepto se difundirían los nombres reales de las mujeres que me compartieran sus historias ni cualquier referencia al medio o a las personas que ejercieron el acoso y/o la violencia contra ellas.

En apenas tres días, acudieron al llamado cerca de 50 mujeres de diversas nacionalidades, todas circunscritas al territorio geográfico simbólico de Iberoamérica, donde yo he desarrollado mi trayectoria profesional y de donde son la mayoría de mis colegas de profesión, necesariamente. Al cuarto día, cerré la ventana para que el aire dejara de circular y con él, el mensaje. El motivo detrás de esa decisión descansa en que nunca pretendí que este trabajo fuera una investigación empírica con todas las de la ley, sino un intento de confirmar unos presentimientos –hipótesis si se prefiere– que desde hace años vengo comentando entre bambalinas con mis homólogas y estas con las suyas y todas con todas. El primero es que los medios todavía son espacios donde el hombre continúa siendo el sujeto de referencia, lo que favorece el mantenimiento de una cultura sexista hegemónica y dominante. El segundo es que en la mayoría persiste una organización social jerarquizada de los sexos, reafirmando el esquema estructural de las relaciones de poder y los estereotipos asociados al género. Finalmente, que el acoso laboral por razón de sexo (donde se incluye el acoso sexual y violencias de diversa tipología) es un fenómeno extendido, tanto dentro de las redacciones, como cuando toca salir a la calle a recabar información y relacionarse con las fuentes. Esta última sospecha sería inconcebible sin la concurrencia de las otras dos condiciones.

Aunque cada legislación establece un marco normativo propio para tipificar el acoso laboral por razón de sexo, en una primera y muy sencilla aproximación, la Organización Internacional del Trabajo (OIT) designa este tipo de conductas como *“la violencia y el acoso que van dirigidos contra las personas por razón de su sexo o género, y que afectan de manera desproporcionada a personas de un*

*sexo o género determinado, e incluye el acoso sexual*¹. Respecto a esto último, la OIT y la Convención sobre la Eliminación de toda forma de Discriminación contra la Mujer (CEDAW) identifica esta forma específica de violencia, que también se define como ‘hostigamiento’, como una violación de los derechos fundamentales de los trabajadores y una manifestación directa de la discriminación de género. “*Engloba comportamientos de naturaleza sexual y carácter desagradable, ofensivo y no deseado, a la vez que crea un ambiente de trabajo intimidatorio, hostil o humillante para quien los recibe*”². Así pues, el acoso por razón de sexo en el lugar de trabajo puede abarcar desde las interacciones verbales de contenido sexual, los acercamientos no consentidos, tocamientos, insinuaciones y violaciones, pasando por la intimidación, la denegación de permisos de maternidad, asignar responsabilidades inferiores a la categoría profesional, ejecutar conductas discriminatorias, utilizar formas denigrantes para dirigirse a las personas o sabotear la labor profesional y el acceso a unos medios mínimos para la realización del trabajo. Es decir: si bien el acoso sexual es la dimensión, quizá, más evidente que se contempla dentro del acoso laboral, la categorización del acoso acoge múltiples fórmulas y no tiene por qué entrañar violencia física.

En occidente, las mujeres comenzaron a incorporarse a las salas de redacción “formalmente” a comienzos del siglo XX, doscientos años después de que empezaran a circular los primeros periódicos diarios en el continente europeo, vinculados a las élites cultas masculinas y blancas. En otras palabras: tarde. De todos modos, seguían siendo casos excepcionales, a cuentagotas: mujeres que se atrevieron a desafiar lo establecido y transitaron del ámbito privado, al que se nos ha relegado históricamente, a los espacios públicos de sociabilización puramente androcéntricos en esa época (la academia, el mercado laboral, salones y tertulias)³. En pleno siglo XXI, cuando se ven progresos en temas como la inclusión del enfoque de género en los contenidos periodísticos, las carreras de periodismo y comunicación están a rebosar de estudiantes mujeres, se percibe una mayor intervención de las profesionales en la producción de los productos informativos y se ven cada vez más jefas liderando procesos de dirección, cabe preguntarse cuánto se ha avanzado en realidad por garantizar el libre ejercicio profesional de las mujeres en el periodismo.

Mi deseo es proponer una reflexión, desde una perspectiva sociológica, sobre los factores que perpetúan el acoso laboral contra las mujeres dentro de las empresas mediáticas y en el ejercicio de su labor fuera de las redacciones, valiéndome para ello de los testimonios de las profesionales de los medios de comunicación a los que tuve acceso. Parto de la base de que las mujeres no

¹ Organización Internacional del Trabajo, OIT (2019), *C190 - Convenio sobre la violencia y el acoso (núm. 190), Convenio sobre la eliminación de la violencia y el acoso en el mundo del trabajo*, Ginebra, entrada en vigor: 25 junio 2021.

² Organización Internacional del Trabajo, OIT, (2013), *El hostigamiento o acoso sexual*. Género, salud y seguridad en el trabajo. Hoja informativa.

³ Angulo Egea, M. (2017), *Las mujeres podrán libremente consagrarse al periodismo*, Revista Jot Down, España.

constituimos un grupo uniforme, a pesar de la tendencia predominante a representarnos como un colectivo homogéneo con historias de vida análogas, algo que no sucede con el “colectivo hombres”. Como señala María Isabel Menéndez Menéndez, representamos una pluralidad (2007, pp. 106). Tenemos identidades, inquietudes, problemáticas y formas de codificar la realidad propias. Esta es la primera lección que extraigo y vale la pena subrayar porque incide directamente en la forma en la que cada una de las profesionales se enfrenta a su profesión y a los tipos de acoso de los que son objeto que, por momentos, algunas tratan de racionalizar, otras justificar y otras sobrellevar como bien pueden. Lo llamativo es que las historias se repiten una y otra vez con otros protagonistas, pero mismo fondo. Desde aquí quiero agradecer la generosidad de quienes secundaron esta convocatoria informal y trasladarles toda mi admiración. A ellas, pedirles que me perdonen por no poder incluir todas sus historias (ni difundirlas de forma íntegra) con el objetivo de seguir reflexionando a través de sus voces sobre las dificultades que enfrentan las profesionales de los medios de comunicación en el ámbito laboral.

Esquema androcentrista de los medios

“Los enfoques de las noticias se debaten mayoritariamente entre hombres. La proporción en los consejos de redacción de mi periódico es, por cada siete hombres, unas dos mujeres. Ellos son los que deciden el contenido del periódico”.

Periodista económica.

“Las narrativas son completamente masculinas. En la elección de las fotos, en términos editoriales, las que muestran a mujeres atractivas tienen mayor posibilidad de publicarse. Si toda la narrativa es masculina, eso permea la estructura interna del medio, el cómo nos relacionamos, nos hablamos”.

Fotógrafa de un periódico generalista.

“Cuando me ascendieron a editora, un periodista de mi equipo, que antes había sido mi compañero, me hizo la vida imposible desde el principio. Cuestionaba todas mis decisiones editoriales: me tachaba de muy emocional o muy autoritaria y me atacaba diciendo que yo era una feminista, que no sabía nada”.

Editora digital.

Como se ha argumentado más arriba, desde sus comienzos, los medios de comunicación se han configuraron como entornos masculinos y, aunque son innegables los avances en términos de paridad e igualdad de oportunidades, las profesionales de los medios siguen percibiendo una resistencia más o menos sutil a que se les garantice una participación igualitaria en los procesos de toma de decisión al mismo nivel que sus compañeros, al margen del status o rango dentro de la empresa. No se puede caer en la trampa de creer que una mayor presencia de mujeres implica necesariamente una mayor participación si no se tienen en cuenta sus opiniones. Para Teresa, periodista de un portal de noticias internacional, los medios son todavía espacios muy machistas, aunque la mayoría de redactoras sean mujeres. *“Basta un hombre que tome decisiones*

para armar un club de machitos o para que asigne los temas grandes a los hombres de la redacción". Cuenta Paula, periodista de una revista impresa de alcance nacional, que la lógica en su empresa cuando se trata del cubrimiento de acontecimientos en zonas de conflicto o contextos inseguros, es no enviar a las mujeres *"así ellas hayan estado trabajando ese tema desde hace tiempo. El argumento de los editores es que es más seguro enviar a un hombre. Es cierto que las dinámicas de la guerra se ensañan más contra el sexo femenino, pero ni siquiera les dan la opción a las periodistas de elegir"*. De acuerdo con la última encuesta realizada por Reporteros Sin Fronteras sobre una muestra de mujeres periodistas de 112 nacionalidades, el 45 por ciento de las encuestadas aseguró haberse topado con la negativa por parte de sus superiores de enviarlas a zonas contempladas como "de riesgo". *"Se considera con demasiada frecuencia que 'el terreno' es todavía 'cosa de hombres"*, apunta el documento (2020, pp. 7)⁴.

Incorporar puntos de vista diferentes al hegemónico implica en esencia romper con la atribución diferencial de prácticas según el sexo, basado en la creencia de que los procesos de decisión planificada y reflexiva pertenecen al ámbito de lo masculino (Callejo, J., 1996, pp.28). De esta premisa no se puede concluir que las visiones y decisiones de las mujeres vayan a ser mejores ni peores, más acertadas o menos, simplemente diferentes. Lo que sí está claro es que, al incluirnos y visibilizarnos, quedará reflejada la diversidad que caracteriza nuestras sociedades. Puesto que la población no está conformada exclusivamente por varones, la presencia y concurrencia plena de las mujeres en la distribución interna de las empresas es una cuestión de justicia social. No parece desacertado afirmar que el hecho de contar con las capacidades, inteligencias, habilidades y destrezas de la "otra" mitad de la población en las salas de redacción incidiría positivamente en la consecución de un producto mediático más plural y una sociedad, al menos, más democrática. *"Cada vez se ven más mujeres y el tema de nuestros derechos va avanzando. Es evidente que a los hombres le ha tocado rebajar ciertas prácticas y comentarios ofensivos, salidos de tono, sexuales, etc. Hace unos años, los periodistas no podían ver llegar una mujer nueva a la redacción porque se le tiraban encima. Pero así se vean muchas mujeres, si no dicen nada, si se sigue siendo permisivo con ciertas actitudes, es igual que estén o no estén"*, opina Mariana, diseñadora gráfica en un periódico de tirada nacional.

En 1995, se adoptó la Declaración y la Plataforma de Acción de Beijing, integrada por 12 capítulos entre los que se incluye el Capítulo J, referido a las mujeres y los medios de comunicación. El documento promovido por Naciones Unidas supuso un punto de inflexión y compromiso histórico que convoca a los 189 países firmantes a redirigir sus esfuerzos hacia el fortalecimiento de un periodismo que reconozca la importancia de las mujeres como productoras de información, así como aumentar su presencia en los órganos directivos, y la necesidad de promover una imagen equilibrada y no estereotipada de las

⁴ Reporteros sin Fronteras (2020), *El periodismo frente al sexismo*. Recuperado de: <https://www.rsf-es.org/wp-content/uploads/2021/03/RSF-INFORME-PERIODISMO-FRENTE-AL-SEXISMO-8-3-2021.pdf>

múltiples realidades de las mujeres, tanto de las que trabajan en los medios, como de las que participan como sujeto informativo (Menéndez Menéndez, M. I., 2007, pp. 151). Es evidente que existen marcos internacionales que podrían guiar las prácticas de los empresarios mediáticos, en tanto equilibrar las estructuras de poder al interior de sus empresas, pero se percibe una falta de voluntad para aumentar el nivel de consenso interno, por lo menos, al ritmo que se necesitaría y demandan las trabajadoras. Finalmente, los medios de comunicación, como parte del entramado político, social y cultural vigente, reproducen en mayor o menor medida las relaciones asimétricas de las sociedades en las que se inscriben, caracterizadas, a su vez, por una concepción masculina casi exclusiva del mundo. Cristina, periodista especializada en temas sociales, asegura que nunca va a olvidar esas *“reuniones de editores en la oficina de uno de ellos, en la que se reunían a despotricar y hablar mal sobre las mujeres. Hablaban de una forma super despectiva de las periodistas de la redacción y de compañeras que habían pasado por el periódico. Era constante que se refirieran a ellas como ‘incapaces’ y en términos sexuales. Siempre sentí un profundo desequilibrio en las relaciones de poder, muy masculinizadas”*.

El peligro de esta especie de inmovilismo o evolución lenta, valga el eufemismo, en la elección de mujeres al frente de los procesos de toma de decisión, más allá de ir en contra del desarrollo personal y profesional de las trabajadoras, tiene que ver con el poder simbólico de los medios de comunicación como agentes activos en los procesos de construcción de la realidad. Y claro que hay hombres concienciados con la igualdad y los derechos de las mujeres. Y claro que hay hombres feministas. Pero si asumimos que las problemáticas que se desprenden del mantenimiento de los estereotipos sexistas y roles de género afectan mayoritariamente a las mujeres, es probable que, sin su participación directa en las decisiones que afectan al tratamiento informativo de los contenidos que se difunden, se seguirán perpetuando los modelos representacionales de los sexos incrustados en el imaginario colectivo⁵. La visión de Amanda, subdirectora de un periódico económico nacional, es que los medios son espacios verticales *“donde las mujeres sufrimos discriminación por salarios, barreras a la hora de escalar... Un ambiente casposo y lleno de comentarios machistas”*. Se pregunta Irina, periodista de un periódico digital de alcance nacional: *“Las estrellas informativas de los medios son en su mayoría hombres, ‘casualmente’. ¿Acaso ellos hacen mejores artículos? ¿Dan mejores opiniones en las tertulias?”*. Así, el relato incompleto y uniforme de la realidad se convierte en el único relato posible de la realidad.

Garantizar diferentes narrativas y enfoques sobre los acontecimientos que preocupan a la opinión pública pasa por asegurar una pluralidad de emisores, con capacidad idéntica de influir en la elaboración de la agenda mediática a partir

⁵ Sobre los estereotipos y dimensión ideológica de los medios, recomiendo Quin, R., (2003b), *Enfoques sobre el estudio de los medios de comunicación: la enseñanza de los temas de representación de estereotipos*, en Aparici, R. (coord.) (2003), *Comunicación educativa en la sociedad de la información*, UNED, Madrid.

de la cual operan y actúan los ciudadanos. Esta inclusión de voces y perspectivas múltiples, evitando el sesgo y la distorsión que se traduce de fomentar una única visión masculinizada del mundo, se vincula directamente con la libertad de expresión, bajo el supuesto de que todo individuo tiene derecho a difundir información e ideas sin interferencias de ningún tipo, menos por razón del sexo⁶.

Ellas son ‘las otras’

“Cuando una mujer asciende siempre sobrevuelan los cuestionamientos sobre si se ha acostado con alguien y se hacen chistes sobre qué habrá hecho para llegar hasta ahí”.

Productora de televisión.

“Me fui a investigar sola a una zona problemática de la ciudad y varios hombres empezaron a acosarme e intimidarme. Uno de ellos me agarró, pero conseguí escaparme y salir corriendo. Denuncié el hecho en las redes y recibí muchos comentarios del tipo ‘La niña periodista tonta que no sabe que esa zona es peligrosa’. En otros me decían que agradeciera que no me hubieran violado por fea. Parece que cuando algo así le sucede a un hombre no se cuestiona su presencia en el lugar ni se recurre al descalificativo, pero como que nosotras no tenemos derecho a estar ahí haciendo nuestro trabajo”.

Redactora, periódico de alcance nacional.

“Mis compañeros me hacían comentarios sexuales todo el rato. Tuve que dejar claro en más de una ocasión que tenía pareja y cuidarme mucho de no dar pie a que nada se malinterpretara. Los comentarios sexistas de macho alfa siempre estaban, hasta que me volví igual que ellos y empecé a hacerles bromas pesadas. Fue la única manera de frenar la situación: poniéndome a su altura”.

Productora/redactora de una radio nacional.

“Estaba en la redacción charlando con un periodista de mi empresa muy reconocido y que me dobla la edad. De la nada, entre risas, me dijo que yo era muy buena, pero que si quería ser alguien en la profesión debía acostarme con él. Hagas lo que hagas, parece que nunca es suficiente y te valoran por otras cuestiones que nada tienen que ver con tu trabajo”.

Redactora, periódico impreso.

Durante nuestras charlas, muchas de las profesionales de los medios se remitieron a esta idea de que, para lograr el respeto en la profesión, “hay que trabajar el doble” y “demostrar que tenemos derecho a estar ahí”, que “somos igual de válidas”. Hay, asimismo, una alusión permanente a que se pueda poner en duda su trabajo por la forma en la que se relacionan con sus colegas varones. “Yo solía irme a beber mucho con los compañeros y el jefe después del trabajo, pero empecé a ver que eso daba mucho pie para que pudieran malinterpretarse

⁶ Oficina del Alto Comisionado, (1996), *Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, artículo 19*. Organización de las Naciones Unidas. Nueva York.

las cosas. Dejé de ir. Yo no quería que la gente pensara que yo he conseguido lo que he conseguido en mi trabajo por haber tenido algo con alguien", narra Laura, fotógrafa en un periódico de tirada nacional.

Elena es corresponsal freelance para varios canales de televisión. Dice que las dinámicas sexistas que se generan en terreno, sobre todo en zonas de riesgo, son especialmente notorias: *"Aquello suele ser un mundo en el que abundan los hombres y escasean las mujeres, aunque cada vez hay más. Te tratan con paternalismo, como si ellos no corrieran el mismo riesgo que tú, como si no supieras qué haces ahí. Pero las bombas no entienden de sexos, matan igual caigan a quien caigan. Otro hándicap es que, a los daños que pueden sufrir los hombres (muerte, herido, amputación...), en nuestro caso, se añade la agresión sexual, la violación, que se emplea como arma de guerra, una señal de conquista de un territorio: el cuerpo de la mujer"*. Clara, otra periodista especializada en conflictos armados, explica que cuando una mujer progresa, siempre se dejan caer insinuaciones sobre cómo lo ha logrado, *"sobre todo si tienes el apoyo de un editor o director, que es lo que me pasó a mí. Entonces menosprecian tu trabajo insinuando que tuviste sexo con esa persona para lograr el éxito"*.

Si el hombre es el sujeto de referencia histórico en los medios de comunicación y estos se han configurado alrededor de esa superioridad masculina, la aparición paulatina de la mujer no puede más que entenderse como una intromisión. Es el agente externo, 'la otra, y le harán sentir como tal y se sentirá como tal. *"Párate a pensar en la idea romántica del periodismo: un hombre fumando, haciendo la investigación que cambiará el curso de la historia. En cambio, las mujeres periodistas seguimos siendo vistas como las que hacen todo alrededor para que el campeón pueda trabajar sin interrupciones"*, dice Teresa (periodista de un portal de noticias internacional).

La incorporación tardía de las mujeres en las empresas mediáticas entraña un tránsito simbólico de fuera hacia dentro, entendiendo ese 'dentro' como la cultura hegemónica –patriarcal-, con marcos de referencia asentados en el imaginario colectivo que reproduce roles y desigualdades de género. Y no es de extrañar: al fin y al cabo, nuestras sociedades occidentales se han configurado a partir de esa marcada división social por razón del sexo biológico. Irina (periodista de un periódico digital nacional) relata que hace unos años, en un viaje de prensa a un país del centro de Europa, al terminar una de las cenas, el resto de compañeros de otros medios -todos hombres- plantearon irse a tomar algo con el director de la firma. *"No recuerdo muy bien sus palabras, pero me dejaron caer que no me iba a interesar ir con ellos porque se iban a un prostíbulo. Así, con toda la naturalidad del caso, me mandaron directa al hotel"*. Robyn Quin habla de la 'conciencia inconsciente' y lo explica de la siguiente manera: *"aunque las cosas se hagan sin pensar en sus motivos, aun así, implican una posición ideológica"*⁷. Las estructuras mentales que se desprenden de esa 'conciencia inconsciente' hacen parte de nuestro bagaje cultural de conformidad con nuestro entorno, un

⁷ Quin, R., (2010), *Ideología y medios de comunicación*, en Aparici, R. (coord.): *La construcción de la realidad en los medios de comunicación*, UNED, Madrid.

orden normativo desde el que, de forma inconsciente⁸, damos sentido al mundo en el que nos desenvolvemos. Cabe resaltar que estos repertorios culturales machistas no son una proyección exclusiva de los hombres, sino también de muchas mujeres, porque romper con tanto creencia arraigada e inercia secular lleva su tiempo. Cuenta Elsa, coordinadora de contenidos en una revista, que la directora de la publicación siempre le reprobaba por su apariencia: *“Me decía que si quería que me tomaran en serio y que la gente creyera en mi trabajo, me tenía que maquillar sutilmente y no usar faldas, botas, ni nada que me hiciera parecer, en sus palabras, ordinaria o disponible”*.

Si la cultura hegemónica se asienta en la división social de los sexos, es de suponer que los valores, idearios, mitos, representaciones, significados y creencias que se construyen socialmente concuerden con esa ideología dominante (Swidler, A., 1996). Este repertorio cultural inculcado será asumido y transmitido por una gran mayoría de individuos, en menor o mayor grado, aunque solo sea por asegurarse la aceptación del grupo. Bajo esta premisa, se perpetúa la estratificación de los géneros, la división sexual del trabajo y la subordinación de un sexo respecto al otro. Es un proceso de refuerzo y reproducción constante que también prevé una resistencia al cambio: los beneficiarios tradicionales y “legítimos” de esas estructuras sociales basadas en la dominación masculina se exculparán los unos a los otros o justificarán ciertos comportamientos, normalizados por todos nosotros a estas alturas del partido. A este respecto, Belén, diseñadora de infografías en una empresa mediática de alcance nacional, cuenta el siguiente episodio: *“Me di cuenta que mi jefe robaba mis diseños y se los vendía al mismo medio donde nosotros trabajábamos como si fuera un proveedor externo. Le enfrenté y me lo confirmó. Fui entonces a nuestro jefe de departamento a mostrarle las pruebas. Me tachó de loca y le defendió. Insinuó que como jefe podía hacer lo que le daba la gana. Quién sabe si tendrían algo entre manos. Mi siguiente paso fue ir a denunciar el hecho a recursos humanos. Tras varias reuniones, trajeron a una abogada que me hizo firmar mi renuncia. Mi jefe siguió trabajando ahí”*.

Las normas y sanciones de género también forman parte de este repertorio cultural –sexista- y son aceptadas, compartidas y reforzadas colectivamente. Actúan como etiquetas uniformadoras porque establecen modelos fijos de feminidad y masculinidad (Gallego Ayala, J., 2007). Como cuando aseguramos que las mujeres somos más sensibles y los hombres menos emocionales, por poner un ejemplo. Bourdieu plantea que es la sociedad quien establece roles diferenciadores entre los sexos, no nacen por arte de magia (2000). Es a partir de estas normas rígidas que las mismas sociedades determinan lo que cabría esperarse de cada uno de nosotros de acuerdo con nuestro sexo, primero, y, luego, bajo la etiqueta del género (lo que se asume socialmente a partir del sexo biológico).

⁸ Louis Althusser (2003, *Ideología y aparatos Ideológicos de estado. Freud y Lacan*) plantea el concepto de ‘ideología dominante’, compartida por la mayoría de la sociedad y compuesta por creencias y valores coincidentes que trasciende la consciencia de los individuos.

Todo lo argumentado hasta ahora sirve a su vez para explicar por qué las mujeres consultadas perciben la carrera profesional en el periodismo como un recorrido asimétrico que entraña dificultades desiguales dependiendo del sexo. En el caso de las primeras, la vara de medir el desempeño laboral añade unas valoraciones, como la actitud o la apariencia, que poco o nada tienen que ver con las cualidades profesionales, sino con la identidad de género. O, si se quiere, por su pertenencia al colectivo 'mujer'. *“Soy la primera editora en la historia de mi empresa y desde que estoy en el cargo he tenido problemas con el diseñador. Cuando le he pedido cambios en los diseños de la revista me ha llegado a responder que lo hago por capricho, porque ‘solo a las mujeres nos importan esas nimiedades’.* Otra vez le dije que cambiara unos colores porque impedían la legibilidad y su contestación fue que mi decisión no estaba fundamentada en la experiencia y conocimientos profesionales, sino en caprichos femeninos”, relata Andrea. De hecho, es más probable que a ellos se les evalúe individualmente por la calidad de su trabajo y a ellas en calidad de mujeres, en relación con el atributo -lo que son, no lo que hacen-, adheridas a un escrutinio permanente (Gallego Ayala, J., 2007, pp. 59). Sara, editora de un periódico de tirada nacional, relata que constantemente se enfrenta a que otros trabajadores varones, al margen de su escalafón, le traten con condescendencia, como si su capacidad de comprensión y raciocinio fuera inferior por el hecho de ser mujer. *“Se refieren a ti con sarna como ‘jefecita’, pero si eres hombre eres ‘jefe’. O cuando vas con una decisión tomada, no falta el que te dice: ‘Voy a esperar a ver qué opina fulano’ o ‘¿ya sabe él de esta decisión?’. Es una o varias batallas cada día”,* añade.

¿Por qué nos cuesta llamar al acoso laboral por su nombre?

“Buf, son tantas situaciones... Me acuerdo de un candidato a la presidencia que se presentó dándome dos besos en la comisura de los labios cuando fui a entrevistarle y no paró de hacer comentarios sobre lo guapa que era. O un embajador que consiguió mi teléfono y me escribía mensajes subidos de tono e insistía en que cenara con él hasta que le dije que me dejara tranquila y me retiró el saludo. O el director general de mi medio, que me ponía la mano sobre la pierna, me agarraba de la cintura o me rozaba el pecho cada vez que gesticulaba...”.

Editora revista impresa

“En la redacción siempre tienen comentarios machistas, ofensivos, súper incómodos. O te dan juicios de valor sobre cómo vas vestida. Notas que te miran, te evalúan, te morbosean... La sensación es que pasas a ser un objeto, te cosifican y sexualizan. No te puedes poner nada porque, en seguida, como que les atraes y vuelta a empezar”.

Periodista política

“Un jefe de la cadena se quiso pasar de listo -tengo guardadas las conversaciones de WhatsApp-. Nunca lo hice público porque nunca trascendió

de ese chat incómodo, donde él básicamente me decía que me ayudaba 'si yo lo ayudaba'. Fue muy incómodo. Desde ese momento trato de guardar mis distancias y ser muy seria”.

Periodista canal de televisión nacional

Simone de Beauvoir defendía que la conceptualización simbólica de la mujer como ‘la otra’, tras siglos y siglos de dominación masculina, ha provocado que la identidad femenina sea percibida respecto a la del hombre, como una extensión o atributo de este (1998, pp. 23). La otredad femenina, vista desde el prisma de los sistemas de tradición patriarcal, supone concebir a la mujer como un ser diferente al varón, pero en inferioridad de condiciones. En tanto el ideal de lo humano se interpreta desde una mirada masculina, el imaginario colectivo tiende a asociar los conceptos ‘hombre’ y ‘ser humano’ como análogos o sinónimos, y la mujer como atributo de los primeros. Es la principal consecuencia de la infrarrepresentación histórica de la mujer en los entornos de sociabilización, los espacios públicos y como sujeto pleno de derechos civiles y políticos.

Esto explicaría por qué a muchas mujeres les resulta a veces tan complejo desnaturalizar los comportamientos y actitudes sexistas que practican sus compañeros de trabajo, a pesar de ser conscientes de que atentan directamente contra su dignidad e integridad como profesionales. Sucedió algo paradójico durante mis conversaciones: en un primer momento, muchas negaron haber sido acosadas en su lugar de trabajo. Mostraron una tendencia a vincular el acoso con tipologías de violencia más “irrefutables”, como un tocamiento o una violación.

Tras exponerles las múltiples formas en las que se manifiesta el acoso laboral (por no decir el sexismo), muchas reconocieron haber experimentado episodios de esta naturaleza en más de una ocasión. *“No recuerdo una situación en concreto en la que me haya sentido acosada dentro del ejercicio periodístico. Pero, por otro lado, son tantas, tan frecuentes, tan de todos los días, que también siento que terminamos normalizando estos comportamientos. Oye, ¿pero sabes qué? Pensándolo bien sí existe una relación de poder muy fea...”*, apunta Luisa, quien fuera correctora de estilo en una revista de tirada nacional. *“No recuerdo ningún caso, he tenido la suerte de contar con buenos equipos. Bueno, sí recuerdo comentarios inapropiados de algunos jefes, pero no les di importancia porque no sucedieron dentro de la empresa”*, añade Lina, periodista digital. La detección del acoso puede fallar estrepitosamente cuando la acción se materializa a partir del uso de ciertos elementos lingüísticos y líneas argumentativas, así como expresiones y tópicos de género, que, de tanto repetirse, forman parte de lo socialmente aceptado y se asumen tácitamente como algo inevitable (la frase *“es lo que hay”* a la que se refieren muchas entrevistadas resume bastante bien el sentimiento compartido). De esta forma, la intimidación y el trato vejatorio se enmascara bajo un uso intencional del lenguaje, de manera invisible, sin que levante muchas sospechas. Mónica, editora de contenido del área digital de un canal de televisión nacional, cuenta que la relación con su jefe era especialmente tensa por la forma en la que cada uno entendía cómo se debía enfocar la labor. Cuando este se fue de vacaciones,

ella quedó encargada del departamento y empezó a tener más relación con uno de los ejecutivos del canal que, en sus palabras, “*me daba pautas sobre cómo se debía hacer el trabajo y apoyaba mis decisiones*”. A su vuelta, el jefe de Mónica empezó a increparla e intimidarla por su relación con el ejecutivo. Esta situación duró unos cinco meses, hasta que un día, “*me encerró en la cafetería y me amenazó con que no iba a permitir más faltas de respeto mías, que todas las cosas debían pasar por él. Entonces me dijo ‘Me dijeron que te vieron con él un domingo por la noche en un hotel. Deja tu vida personal por fuera’. Me quedé helada porque no era cierto*”. La editora denunció el caso -y todo lo acontecido en los cinco meses anteriores- en recursos humanos. Poco después, la responsable del departamento forzó una reunión cara a cara con su jefe para que este se disculpara. “*Porque se disculpó, eliminaron el proceso contra él. También me dijeron que, como yo no había utilizado el término ‘acoso laboral’ en mi testimonio, no se podía hacer nada. Yo tuve que trabajar con él unos cuatro meses más hasta que le echaron por no cumplir las metas de venta*”.

El peligro de la no categorización de estas prácticas como acoso termina por invisibilizar el fenómeno y minimizar su dimensión, porque aquello que no se cuenta no existe. El acoso laboral que no involucra vejaciones directas, coerción moral o violencia física se encuadra en lo que Bourdieu definió como ‘violencia simbólica’: “*que arranca sumisiones que ni siquiera se perciben como tales apoyándose en unas ‘expectativas colectivas’, en unas creencias socialmente inculcadas y se ejerce esencialmente a través de los caminos puramente simbólicos de la comunicación*”⁹. El esquema androcéntrico que impera en la mayoría de salas de redacción favorece el mantenimiento de estas violencias simbólicas y escuda un tipo de relacionamiento entre sexos discriminatorio y tremendamente desfavorable para las profesionales de los medios. El resultado es un continuo cuestionamiento sobre su derecho legítimo a desempeñar sus funciones al mismo nivel de reconocimiento que el que reciben sus compañeros varones. Finalmente, el sexo referente se convierte en el sujeto impositivo de las reglas del juego de la comunicación y marca la pauta de lo que es aceptable decir y también “soportar”. En caso contrario, esto es: en caso de queja o desafío a la narrativa y discursos dominantes, la mujer será increpada, ridiculizada y desacreditada (Gallego Ayala, J., 2005). “*Muchas veces pienso si vale la pena enfrentar al personaje y parar esas situaciones o me cuestiono si es para tanto, a lo mejor el problema lo tengo yo. Además, si dices algo, te responden como: ‘Ay, qué exagerada’ o ‘qué amargada’. Te planteas si arriesgarte a que el ambiente sea aun peor*”, explica Mariana (diseñadora). De la misma opinión es Oriana, periodista y productora en un periódico digital: “*Los comentarios hirientes y el acoso sexual se convierten en el día a día de las redacciones y refuerzan los estereotipos y los imaginarios. Pero si confrontas, te marginan o viene la*

⁹ Bourdieu, P. (2000), en Aparici, R. y Barbas A., (2010), *Estereotipos, ideologías y representación mediática en la construcción de los relatos*; Aparici, R. (coord.), ‘*La construcción de la realidad en los medios de comunicación*’, UNED, Madrid, pp. 54.

agresión directa que si eres una feminista, que eres una exagerada, que no aguantas nada...”.

En el caso particular de las periodistas, los episodios de acoso también se repiten con bastante asiduidad en la relación periodista-fuentes. Para entender este fenómeno hay que acudir una vez más al endrocentrismo que reproducen los medios, que no solo permea la redacción, sino que se proyecta más allá de esta. Si, como he expuesto anteriormente, las empresas mediáticas tienden a fomentar una organización social jerarquizada de los sexos, con el hombre en el centro al que, además, se asocian unas cualidades superiores en términos de pensamiento crítico y racionalidad, parece lógico que la mayoría de fuentes a las que se recurre para la elaboración de los contenidos también sean varones¹⁰. Siguiendo con mi hipótesis, a mayor contacto con fuentes masculinas, mayor posibilidad de que las periodistas se topen con personajes que reproducen los repertorios culturales sexistas en los que se asientan nuestras sociedades occidentales. Es mera probabilística. La preferencia por las voces masculinas no siempre responde a unas motivaciones machistas. El sesgo es estructural: el techo de cristal y la infrarrepresentación femenina opera en prácticamente todos los ámbitos de la vida (público y privado) y a todos los niveles (social político, judicial, económico, empresarial...). Ya sea por comodidad o facilismo, lo cierto es que resulta más sencillo recurrir a fuentes masculinas ya identificadas y es complejo salir de ese círculo vicioso -en el periodismo opera mucho el ‘boca a boca’ entre compañeros, incluso de diferentes medios, y es muy usual que se compartan los contactos, de ahí que una misma fuente se repita una y otra vez.

Para Lucía, editora económica de un portal digital, las periodistas están sujetas a una mayor vulnerabilidad cuando el acoso lo practican las fuentes: *“En la empresa existen mecanismos que, mal o bien, nos protegen. Con las fuentes no. Algunos hombres no diferencian las relaciones profesionales y las llevan al plano personal, para luego ejercer presión sobre nosotras. En un evento, le pedí a un señor ‘importante’ unas declaraciones para un artículo, algo muy sencillo. Después de eso, me empezó a saludar todos los días con mensajes, a ligar, etc. Al principio yo le contestaba por decencia, hasta que me cansé y le dije que yo no quería nada con él. Cuando le dije eso, terminó diciéndome que conocía a mi jefe, que eran amigos y me amenazó con que me iba a hacer quedar mal con él”*. Entre los varios episodios que Alicia, periodista de una revista política impresa, es capaz de relatar, recuerda uno en particular, porque supuso un punto de inflexión para su carrera: de ahí en adelante se negó a cubrir acontecimientos en zonas remotas sin la compañía de un fotógrafo/a o algún otro compañero.

¹⁰ A modo de ejemplo, el periódico británico *Financial Times*, en un ejercicio para verificar el nivel de diversidad de sus fuentes, analizó todas sus publicaciones desde su fundación en 1888 y concluyó que, en 130 años de historia (el estudio se llevó a cabo en 2018), solo el 21 por ciento de las citas eran de voces femeninas. Con los resultados en mano, los responsables del diario decidieron desarrollar una herramienta tecnológica basada en algoritmos para advertir de forma automática a sus periodistas si están citando a demasiados hombres en sus textos (Waterson, J., 2018).

“Me fui a cubrir en exclusiva la puesta en marcha de un proyecto de cooperación por parte de una organización internacional. El grupo estaba conformado por varios presidentes territoriales del organismo que me doblaban la edad y diferentes fixers, todos hombres. Bueno, durante cuatro días soporté de forma ininterrumpida comentario del tipo ‘no me gusta el tabaco, pero si te fumaras un cigarro después de tener tú y yo sexo, no me importaría’ o ‘porque no duermes en mi habitación, nos lo pasaremos bien’ o ‘si hubiera sabido que dejabas la puerta de la habitación abierta (estábamos en una comunidad rural donde no llegaba la luz), hubiera entrado a hacerte de todo’. Tuve miedo, auténtico terror de que me pasara algo. Desde entonces no viajo por trabajo sola. No puse una queja formal ni nada por el estilo porque hubiera sido mi palabra contra la de ellos, que eran gente importante. Además, ¿quién iba a creer que hombres que se dedican a la cooperación pudieran hacer eso?”.

En relación con la detección del acoso, lo paradójico es que, si bien percibí muchas reticencias a la hora de considerarlo como tal cuando quien lo pone en práctica son compañeros o jefes, no sucedió lo mismo a la hora de señalar a las fuentes. Puede ser, y esto es mera especulación, que mentalmente sea más complicado reconocer que alguien de nuestro entorno profesional, con el que probablemente nos sintamos identificamos -aunque solo sea por compartir el mismo oficio-, nos está haciendo la vida imposible, que señalar ese mismo patrón de comportamiento en otro alguien externo como son las fuentes.

El caso particular del acoso sexual en el periodismo

“Una compañera y yo teníamos la intención de viajar a una zona rural controlada por la guerrilla para hacer un reportaje. Hablamos con un responsable de un organismo internacional y nos recomendó no ir. Nos dijo que un guerrillero no necesitaba la orden de un comandante para violarnos en 10-15 minutos. Me sentí extremadamente vulnerable. El mismo ambiente te hace entender que es distinto si eres hombre o mujer”.

Periodista.

“Yo era becaria en un periódico. El editor de opinión se acercaba todos los días a mi puesto de trabajo y me preguntaba cosas como: ‘¿te puedo tocar las tetas?’, o ‘¿te gusta mamarlo?’”.

Periodista, periódico impreso de tirada nacional.

“A mí me violaron hace muchos años cuando estaba haciendo prácticas en un canal de televisión local, muy pequeño. Estábamos yo, el director/productor del programa y un cámara. En un momento, el director me dio un vaso de agua y ya no recuerdo nada más. Me violaron los dos y grabaron todo con sus cámaras. Yo vi el material después y fue muy duro. Sanar fue muy difícil. Todavía tengo flashazos de ese momento”.

Productora de un canal de televisión.

En el citado informe *El periodismo frente al sexismo* (2020), Reporteros Sin Fronteras señaló el acoso sexual como el principal tipo de violencia de género al

que se enfrentan las periodistas en el desempeño de su profesión. Fue referido en un 84 por ciento por parte de las entrevistadas procedentes de 112 países. El 30 por ciento de ellas apuntó la agresión sexual como el segundo fenómeno más extendido; el 27 por ciento, las amenazas de violación, y el 7 por ciento, la violación (pp. 6). En cuanto a los espacios donde se cometen este tipo de actos violentos y agresiones machistas, en un 73 por ciento tuvieron lugar a través de internet (ciberacoso); el 58 por ciento, físicamente, en el lugar de trabajo; el 47 por ciento, por teléfono, y el 36 por ciento, físicamente en la calle mientras desarrollaban su trabajo (pp. 9). Sobre los perpetradores, en un 51 por ciento de las ocasiones, las participantes señalaron a los superiores; en un 50 por ciento a diferentes autoridades (miembros del gobierno, de instituciones estatales o de las fuerzas policiales y militares); un 46 por ciento fue a parar a los colegas; otro 46 por ciento a militantes o dirigentes de partidos políticos, y un 35 por ciento a demás personas entrevistadas (pp. 11). Las cifras que maneja la organización reflejan que el acoso sexual no es algo puntual ni tampoco extraordinario que suceda una vez en la vida y entonces ya podemos pasar página. De ahí que los porcentajes para cada apartado en ningún caso sumen el cien por cien: una misma profesional es capaz de señalar varios episodios.

Sucede, además, que muchas mujeres no denuncian. Por ejemplo, Alejandra, la productora a la que violaron dos compañeros, jamás lo hizo y ni siquiera se lo contó a sus padres. Parece que existe cierto consenso sobre la ineficacia que rodea el mismo acto de denunciar: “*no sirve para nada*”, explica Matilde, fotoperiodista; o bien, “*empeora las cosas*”, añade Laila, correctora de estilo en un portal digital de noticias, o bien “*te revictimiza*”, apunta de nuevo Alejandra. El problema de interiorizar y reforzar este tipo de narrativas sobre la falta de garantías en los procesos de denuncia es que acaba por asumirse como verdadero en cualquier caso¹¹. Una vez estos discursos pasan a formar parte del imaginario colectivo del conjunto de trabajadoras, lo más probable es que muchas ni se planteen si quiera reconocer de forma pública que están siendo acosadas. Qué decir de atreverse a poner una denuncia formal valiéndose de los mecanismos internos de la empresa. Esta negativa a hablar se agrava cuando el acosador forma parte de la élite del medio.

Parte de la base de que las mujeres en las redacciones hablan entre ellas o con colegas allegados sobre lo que les sucede –probablemente, disminuyendo la gravedad de los hechos por los motivos que ya se han argumentado en párrafos anteriores-. Son charlas de pasillo, entre bambalinas. Este silencio cómplice en las redacciones favorece un tipo de prácticas y narrativas propias de lo que James C. Scott definió como *infrapolítica* (1990). Se trata de un conjunto de conductas, expresiones, discursos, etc. que se manifiestan de forma disimulada y, aunque suponen un cuestionamiento a la dominación de la cultura hegemónica, entendiéndola esta como la forma “normalizada y normativa” de entender las relaciones de poder, no se evidencian de forma pública. Por

¹¹ Aparici, R., (2010), *La construcción de la verdad en los informativos de televisión*, en Aparici, R. (coord.), *La construcción de la realidad en los medios de comunicación*, UNED, Madrid, pp. 124.

supuesto, siempre está la excepción que pareciera confirma la regla, como el caso particular de Lorena, productora de investigación de un canal de televisión nacional. Ella sí decidió acudir a los conductos regulares de su medio para denunciar la agresión sexual que sufrió por parte de un gerente. Sin embargo, su proceso nunca llegó a buen término porque hubiera supuesto reconocer, por parte de la empresa, que, efectivamente, existen jerarquías de poder basadas en la dominación masculina. *“Este señor me llamó a su despacho para una reunión. Quería felicitar me por mi trabajo. Al terminar me dijo si podía darme un abrazo de enhorabuena y yo, ingenua de mí, le dije que sí. Entonces me agarró fuerte los brazos y trató de besarme. Empezamos a forcejear. No sé por qué no grité, pero no grité. Pensé que la que llevaba las de perder era yo, con apenas cinco meses en la empresa y él con una trayectoria de 10 años en el canal. Le dije una y otra vez que me soltara. Sentí esos minutos eternos. De repente alguien llamó a la puerta y él inmediatamente me soltó. Yo salí de ahí corriendo”*, recuerda. Pasados unos días, Lorena fue a recursos humanos a contar el acoso. Le dijeron que lo investigarían, pero lo que sucedió a continuación es que a ella le cambiaron de área y a él no le tocaron.

Otro factor que explicaría por qué a las mujeres les resulta tan difícil denunciar el acoso sexual –en realidad, cualquier acoso-, tiene que ver con el miedo a perder su trabajo. Dejando a un lado las explicaciones lógicas que se desprenden de tal enunciado –asumiendo que las personas necesitamos trabajar para vivir-, mi hipótesis se apoya en la definición que hace de ‘periodista’ Javier Callejo: *“es periodista quien trabaja en el medio de comunicación”* (1996, pp. 7). Efectivamente, el profesional de los medios de comunicación carece de poder sin una estructura mediática que le avale y le de visibilidad pública. Asociar su nombre al de una u otra empresa le da prestigio y refuerza su posición privilegiada en la sociedad como representante del ‘cuarto poder’ y mediador en los procesos de comunicación política. Nuestra profesión es un oficio de naturaleza autorreferencial porque, más allá del hecho de ejercerlo, nos convencemos de que forma parte de nuestro ADN: *“Nacimos para ser periodistas”* es un clásico en las conversaciones entre colegas. Somos intocables en tanto formamos parte de esta industria y dejamos de serlo sin su patrocinio. Nos solemos describir como *“contadores de historias”*, que es otra fuente de legitimación simbólica y autorreferencial a la que recurrimos como un mantra. Si nosotras nos erigimos como portavoces de la voz de los otros, parece lógico que se nos complique la tarea de poner nuestra historia en el centro del ojo público, más cuando el hecho de señalar el abuso puede suponer perder nuestra seña identitaria, lo que somos: *“somos periodistas”*.

CONCLUSIONES

Hasta aquí, todo lo que precede, ha sido un intento por abordar desde una perspectiva sociológica algunos de los factores que perpetúan el acoso laboral contra las profesionales de los medios de comunicación, siendo el acoso sexual la manifestación más evidente y miserable del mantenimiento de la cultura hegemónica dentro de la industria mediática fundada en la división de los sexos. De esta breve aproximación al fenómeno del acoso en el ejercicio de la función

periodística, esa es la primera conclusión que se debe extraer: se trata de un fenómeno que sienta sus bases en el tipo de relacionamiento que estamos promoviendo entre los sexos. No son casos puntuales, no son invenciones “niñitas exageradas”, no son episodios ocasionales. Es un fenómeno y se manifiesta de forma reiterada.

Nadie a quien se pueda tomar en serio puede negar los avances en términos de paridad y reconocimiento de derechos de la mujer que se han generado al interior de las empresas mediáticas. Nuestra incursión en los medios de comunicación es evidente, como también lo es, a tenor de lo expuesto, que todavía falta mucho, demasiado, por recorrer para romper con las estructuras machistas y excluyentes que mantienen en plena vigencia la desigualdad de género. Nadie a quien se pueda tomar en serio defenderá, asimismo, que este progreso parte de la inherente buena voluntad de los responsables de los medios por afianzar instancias de poder más asimétricas e igualitarias, lo que supone romper con la visión endocentrista que históricamente ha atravesado todos los campos sociales. El mérito es exclusivo de la movilización política de las mujeres, luego viene todo lo demás. La reivindicación sostenida de derechos y demandas a lo largo del tiempo, fundadas en algo tan primordial como la justicia social, ha logrado que, poco a poco, ciertas prácticas sexistas sean mal vistas y censuradas socialmente. Pero no podemos caer en la trampa de creer que una mayor presencia física femenina asegura el reconocimiento tácito de nuestro derecho a estar ahí, de participar, de desarrollarnos como profesionales, de realizarnos como seres humanos plenos.

Los medios continúan siendo principal foco reproductor de estereotipos asociados al género y de una visión casi exclusivamente masculina del mundo. Las empresas mediáticas legitiman la ideología dominante en su organización interna sin que haya un verdadero cuestionamiento del sistema. No basta con permitir la incorporación femenina si no se nos permite formar parte de los procesos de toma de decisiones, si no hay garantías para incluir las voces de la “otra” mitad de la población.

La conquista de derechos paulatina genera esperanza. Dice el refrán que “donde hay vida, hay esperanza”. En lo que concierne a nuestros derechos como profesionales de los medios, prefiero remitirme a esta otra frase de la periodista y escritora Leila Guerriero: “donde hay esperanza, hay voluntad”.

Bibliografía

Althusser, L. (2003), *Ideología y aparatos Ideológicos de estado. Freud y Lacan*, Nueva Visión, Buenos Aires.

Recuperado de: https://www.terceridad.net/STR/semestre_2017-1/libros_completos_opcional/Althusser,%20L.Ideologia-y-Aparatos-Ideologicos-de-Estado-Louis-Althusser.pdf

Angulo Egea, M., (2017). *Las mujeres podrán libremente consagrarse al periodismo*, revista Jot Down. Recuperado de: <https://www.jotdown.es/2017/02/las-mujeres-podran-libremente-consagrarse-al-periodismo/>

Aparici, R., (2010), *La construcción de la realidad*, en Aparici, R. (coord.), *La construcción de la realidad en los medios de comunicación*, UNED, Madrid.

Aparici, R., (2010), *La construcción de la verdad en los informativos de televisión*, en Aparici, R. (coord.), *La construcción de la realidad en los medios de comunicación*, UNED, Madrid,

Aparici, R. y Barbas A., (2010), *Estereotipos, ideologías y representación mediática en la construcción de los relatos*, en Aparici, R. (coord.), *La construcción de la realidad en los medios de comunicación*, UNED, Madrid.

Beauvoir, S., (1998), *El segundo sexo*. Cátedra, Madrid.

Bourdieu, P. (2000). *La dominación masculina*, Anagrama, Barcelona.

Recuperado de: <http://www.nomasviolenciaconmujeres.cl/wp-content/uploads/2015/09/Bondui-Pierre-la-dominacion-masculina.pdf>

Callejo, J. (1996), *Medios, género y poder*, en García de Cortázar, M., García de León, M.A., (eds), *Profesionales del periodismo. Hombres y mujeres en los medios de comunicación*. Centro de investigaciones Sociológicas. Madrid.

Gallego Ayala, J., (2007), *Lenguaje periodístico y discriminación de género*, en Plaza, J y Delgado, C. (Eds), *Género y Comunicación*, Fundamentos, Madrid.

Gallego Ayala, J., (2005), “El hace. Ella es. Representación de hombres y mujeres en los medios de comunicación”, Revista AMECO, nº7. Recuperado de: https://ameco.org.es/IMG/pdf/textos_7_ok.pdf

Giménez, P. y Berganza, M. R., (2009), *Género y Medios de Comunicación. Un análisis desde la Objetividad y la Teoría del Framing*, Editorial Fragua.

Menéndez Menéndes, M. I., (2007), *Claves prácticas para la elaboración y revisión de textos periodísticos desde la perspectiva de género*, en Plaza, J y Delgado, C. (Eds), *Género y Comunicación*, Fundamentos, Madrid.

Oficina del Alto Comisionado, (1996), *Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, artículo 19*. Organización de las Naciones Unidas. Recuperado de: <https://www.ohchr.org/sp/professionalinterest/pages/ccpr.aspx>

Organización Internacional del Trabajo, OIT, (2013), *El hostigamiento o acoso sexual. Género, salud y seguridad en el trabajo. Hoja informativa*. Recuperado de: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---sro-san_jose/documents/publication/wcms_227404.pdf

Organización Internacional del Trabajo, OIT, (2019), *C190 - Convenio sobre la violencia y el acoso (núm. 190), Convenio sobre la eliminación de la violencia y el acoso en el mundo del trabajo*, Ginebra, entrada en vigor: 25 junio 2021. Recuperado de: https://www.ilo.org/dyn/normlex/es/f?p=NORMLEXPUB:12100:0::NO::P12100_1LO_CODE:C190

Quin, R., (2003b), *Enfoques sobre el estudio de los medios de comunicación: la enseñanza de los temas de representación de estereotipos*, en Aparici, R. (coord.) (2003), *Comunicación educativa en la sociedad de la información*, UNED, Madrid.

Quin, R., (2010), *Ideología y medios de comunicación*, en Aparici, R. (coord.): *La construcción de la realidad en los medios de comunicación*, UNED, Madrid.

Reporteros sin Fronteras (2020), *El periodismo frente al sexismo*. Recuperado de: <https://www.rsf-es.org/wp-content/uploads/2021/03/RSF-INFORME-PERIODISMO-FRENTE-AL-SEXISMO-8-3-2021.pdf>

Scott, C., J. (1990). *Domination and the Arts of Resistance: Hidden Transcripts*. Yale University Press. Recuperado de: <http://abahlali.org/files/Scott.pdf>

Swidler, A. (1996). *La cultura en acción: símbolos y estrategias*. 'Revista Zona Abierta' 77/78, p. 127-162.

Waterson, J., (2018), *Financial Times tool warns if articles quote too many men*, The Guardian, Reino Unido. Recuperado de: <https://www.theguardian.com/media/2018/nov/14/financial-times-tool-warns-if-articles-quote-too-many-men>