

## Periodismo feminista: prácticas organizativas, dinámicas periodísticas y agenda setting

### Feminist Journalism: organisational practices, journalistic dynamics and agenda setting

**Dra. Ruth de Frutos**

[ruth.defrutos@uma.es](mailto:ruth.defrutos@uma.es)

Universidad de Málaga

**Dra. Antonia Ceballos**

[antonia.ceballos@uca.es](mailto:antonia.ceballos@uca.es)

Universidad de Cádiz

#### Resumen

El avance de la cuarta ola feminista, unido al desarrollo de las nuevas tecnologías e internet y el afán de contar mejor la realidad de las profesionales de la información, ha promovido el auge del periodismo feminista en la actualidad. En este contexto, el presente artículo estudia los elementos necesarios para que el periodismo sea considerado feminista, a través de las prácticas organizativas que lo distinguen, las dinámicas profesionales que lo caracterizan y los contenidos que aborda. Para ello, se muestran los principales resultados de nueve entrevistas en profundidad realizadas de manera no estructurada a informantes vinculadas tanto con el mundo académico como con el profesional, elaboradas como parte del proyecto “Periodismo feminista: la importancia de la comunicación con perspectiva de género”, financiado por el Plan Propio de la Universidad de Málaga, que cuenta con el apoyo de numerosas organizaciones del ámbito profesional. En conclusión, la necesidad de incorporar en la elaboración y difusión de contenidos informativos una mirada holística e interseccional, que incluya a toda la ciudadanía y preste atención a las condiciones de trabajo y responsabilidad, tanto dentro del denominado trabajo productivo como reproductivo, son aspectos fundamentales para la consideración de un periodismo feminista.

#### Palabras clave

Periodismo feminista, Periodismo, Feminismos, Interseccionalidad, Globalización

#### Abstract

The advance of the fourth feminist wave, together with the development of new technologies and the Internet and the desire to better tell the reality of information professionals, has promoted the rise of feminist journalism today. In this context, this article analyzes the necessary elements for journalism to be considered feminist, through the organizational practices that distinguish it, the professional dynamics that characterize it and the contents it addresses. To this end, we show the main results of nine in-depth interviews conducted in an unstructured manner with informants linked to both the academic and professional world, prepared as part of the project “Feminist journalism: the importance of communication with a gender perspective”, financed by the University of Malaga's Own Plan, which has the support of numerous organizations in the professional field. In conclusion, the need to incorporate a holistic and intersectional view in the development and dissemination of informative content, which includes all citizens, and pays attention to the working conditions and responsibility, both within the so-called productive and reproductive work, are fundamental aspects for the consideration of feminist journalism.

#### Keywords

political communication, streamers, Twitch, Just Chatting, user generated content, Spain, Spanish

Recibido: 28/01/2014 Aceptado: 24/06/2024

**Cómo citar:** de Frutos, R. & Ceballos, A. (2024). Periodismo feminista: prácticas organizativas, dinámicas periodísticas y agenda setting. *Dígitos. Revista de Comunicación Digital*, 10: 74-93. DOI: 10.7203/drdcd.v0i10.292



## Periodismo feminista: prácticas organizativas, dinámicas periodísticas y agenda setting

### 1. Introducción

Los medios de comunicación fueron considerados una de las doce áreas de especial interés en la IV Conferencia Mundial de la Mujer de Beijing (1995). Incluso el Comité de Ministerios del Consejo de Europa hace referencia directa a la igualdad de género y los medios en diversas resoluciones. Con todo, el desarrollo del marco normativo sigue estando alejado del mundo profesional, como destaca María Grijelmo García en su libro *Claves para un periodismo feminista*:

El trabajo del periodismo feminista recoge unas cuantas palancas para acelerar el proceso. Preguntas que debemos hacernos, ejemplos que nos pueden ayudar a entender. Y todo ello ordenado en distintas materias y secciones, que conforman el pilar desde el que se construye el trabajo periodístico. La idea es que cada periodista sienta que en el menor tiempo posible pueda adquirir herramientas con las cuales mejorar su trabajo haciéndolo más igualitario. Porque toda la profesión sabe que lo que no le sobra, precisamente, es tiempo. (Grijelmo García, 2023, p. 22)

En este sentido, este artículo tiene como objetivo principal analizar las prácticas organizativas, las dinámicas periodísticas y los contenidos que definen al periodismo feminista a través de las experiencias de las propias profesionales de la información. Los resultados que se presentan forman parte de un proyecto de investigación más amplio, que se interesa por el rol de los medios de comunicación feministas en la internacionalización del movimiento a partir de 2015, promoviendo la investigación académica en uno de los grandes motores de cambio del periodismo actual.

La importancia del periodismo feminista como engranaje de las reivindicaciones de las mujeres en el mundo urge un estudio pormenorizado de su categorización, así como de sus prácticas profesionales y estructuras organizativas, mediante la perspectiva de análisis fruto de la larga trayectoria del movimiento feminista y también de la teoría crítica feminista (Ana De Miguel, 2015).

El surgimiento de #NiUnaMenos en Argentina dio lugar a la aparición de la cuarta ola del feminismo, caracterizada por la interseccionalidad y la globalización de las demandas de igualdad entre hombres y mujeres, lo cual permeó a otros Estados como el español, cuyo principal exponente fue el 8M de 2018.

A este respecto, las 22 investigadoras que participan en el proyecto “Periodismo feminista: la importancia de la comunicación con perspectiva de género”, financiado por el Plan Propio de la Universidad de Málaga, diseñaron una metodología multimétodo en cuatro fases concatenadas que comenzó con la revisión bibliográfica; continuó con un cuestionario con la ayuda de la Red Internacional de Periodistas con Visión de Género (RIPVG), MedFemiNiswiya, Asociación Nosotras Contamos el Mundo, Reporteros Sin Fronteras - España (RSF), Asociación de Periodistas Feministas de Castilla y León y el Sindicato de Periodistas de Andalucía (SPA); avanzó en una tercera fase de entrevistas en profundidad a periodistas de medios de comunicación, y finalizó en una etapa de observación participante en redacciones de España, Palestina y Corea del Sur para examinar las prácticas de producción del periodismo feminista en territorios diversos, observando sus particularidades. En el presente artículo se presentan los resultados parciales que corresponden a la tercera fase del proyecto: la de las entrevistas en profundidad a profesionales y académicas de distintos ámbitos y épocas.

## 2. Estado de la cuestión

El feminismo es aquella corriente de acción que plantea la igualdad de derechos para hombres y mujeres en todos los ámbitos, tanto en la vida pública como en la privada (Celia Amorós, 2001). La historiografía occidental de las reivindicaciones feministas ha sido tradicionalmente dividida en fases u olas que, desde el siglo XVIII hasta la actualidad, han permitido categorizar las principales características de la infinidad de propuestas, programas y formulaciones locales en su desarrollo, más allá de la inexorable búsqueda de la equidad de sexo.

Por su parte, el periodismo es un pilar básico para la democracia en tanto contribuye a generar una opinión pública y mantener a la ciudadanía informada sobre asuntos de interés general (Unesco, 2020), lo cual es aún más importante en un contexto de desigualdad estructural causado por el patriarcado. Este papel protagónico se observó desde el origen del periodismo decimonónico, pero la globalización, la masificación de las comunicaciones y el desarrollo de las tecnologías en los siglos XX y XXI han promovido una democratización considerable, contribuyendo al fortalecimiento de la libertad de expresión en el mundo (Xosé Soengas-Pérez, 2018; Hester Baer, 2016; Paola Bonavitta *et al*, 2015; Manuel Castells, 2009).

La literatura relativa a la cuarta ola feminista ahonda en las ventajas de internet para la globalización del movimiento feminista en general y de la unión de profesionales de la información en particular. Al estar la red constituida por nodos iguales y ser así horizontal, se convierte en un espacio en el que no existen jerarquías ni cadenas de mando. Por ende, las mujeres pueden conformar estructuras capaces no solo de transmitir información, sino también de movilizar, organizar y construir (Emelina Galarza *et al*, 2019; Montserrat Boix, 2015).

En contraposición a estas ventajas derivadas de la globalización y las tecnologías, en los medios tradicionales solo el 15% de las mujeres escriben noticias en los diarios o presentan informativos en televisión o radio, según el Proyecto de Monitoreo Global de Medios (GMMP), coordinado en España por la profesora Teresa Vera (VV.AA., 2020). Las mujeres tampoco son fuente de información. Ello provoca estereotipos, que tampoco se deconstruyen en el periodismo hegemónico, ya que el 4% de las coberturas informativas cuestionan los estereotipos, según el GMMP.

El diagnóstico sobre la representación de las mujeres en los medios, como agentes tanto activos como pasivos de la información en los distintos países, parte de la designación del año de la Mujer en 1975 y del Decenio de la Mujer (1976-1986), que promovía distintos estudios en todo el mundo (Mieke Ceulemans y Guido Fauconnier, 1979, Gallagher, 2014). Posteriormente, fue la Plataforma de Acción de Beijing (1995) la que, al incorporar la sección de “mujer y medios”, incluyó este ámbito entre uno de los doce para conseguir la igualdad de mujeres y hombres (ONU, 1995), celebrándose este año el 25º aniversario de este compromiso.

Diversos autores han realizado una aproximación a la conceptualización de periodismo con perspectiva de género o periodismo feminista. De acuerdo con la *theory of gendered journalism* (Foss y Foss, 1989), posee las siguientes características básicas: en primer lugar, las piezas informativas deben explicar cómo la realidad afecta a hombres y mujeres de manera sistémica y en particular. En segundo término, se debe considerar la *paradigm paralysis* que afecta a los estudios de Periodismo al no analizar las conexiones entre la estructura social de la profesión y los patrones laborales de las personas que trabajan en ella.

Por tanto, una comunicación con perspectiva de género debe profundizar en el comportamiento de los y las periodistas, ya que algunas sufren discriminación y otros poseen ventaja competitiva relacionada con el sexo en una profesión fuertemente precarizada. Los estudios feministas y de la comunicación se han preocupado tradicionalmente por cómo las organizaciones reproducen relaciones de poder en las que el heteropatriarcado muestra un privilegio, ayudado por la construcción social del género. Ese proceso normaliza y legitima, a través de prácticas sociales, el *habitus* o las “formas aprendidas de vivir” de las que hablaba Pierre Bourdieu (1985). Los medios, en el contexto de la “violencia simbólica”, descrita por este autor, son una herramienta de los dominantes:

las clases dominadas no hablan, son habladas. Las dominantes tienen, entre otros privilegios, el de controlar su propia objetivación y la producción de su propia imagen: no solo porque tienen un poder más o menos absoluto sobre quienes contribuyen directamente a este trabajo de objetivación (pintores, escritores, periodistas, etc.); sino también porque tienen los medios para prefigurar su propia objetivación a través de todo un trabajo de representación, (...), es decir, por una teatralización y una estetización de su persona y de su conducta que pretenden manifestar su condición social y sobre todo imponer su representación (Bourdieu, cit. en Lemoine, 2020, p. 164; traducción propia)

Siguiendo a Roland Barthes (1977), el significado de género en el ámbito profesional se debe estudiar en tres niveles diferentes: como sistema de clasificación, como estructurador de la estructura y como ideología. Teniendo en cuenta el sistema de clasificación (*classifying system*), el género es utilizado para asignar un estatus social en las redacciones o los medios de comunicación, como se manifiesta en los puestos de trabajo ejercidos por hombres y mujeres en los medios de comunicación tradicionales. Como estructurador de la estructura (*structuring structure*), el género posee consecuencias de comportamiento que se manifiestan en el lugar de trabajo y también en las formas en que las periodistas actúan en su medio de trabajo. Por último, como ideología (*ideology*), las nociones de género permean las prácticas periodísticas, lo que puede influir en los estilos para redactar, locutar o realizar una pieza informativa para televisión de hombres y mujeres (Gertrude Robinson, 2005, pp. 179-188). El análisis de la raza, el género y la clase (Butler, 1999) es fundamental, pero el cuestionamiento de las relaciones de poder y de cómo se articulan esos privilegios desde la interseccionalidad (Platero Méndez, 2014) en el ámbito periodístico genera la necesidad de estudiar aquellas prácticas de periodismo feminista que permitan observar qué características tienen los medios de comunicación considerados como tales, cómo se organizan y cuáles son sus prácticas periodísticas para articular una respuesta frente al periodismo tradicional y hegemónico.

Esta perspectiva de análisis es fruto de la larga trayectoria no solo del movimiento feminista, sino también de la teoría crítica feminista. Como afirma De Miguel (2015, p. 11): “saber cómo hemos logrado llegar hasta aquí nos lleva a estudiar el feminismo como movimiento social, una teoría y una forma de vivir la vida” que debe tener en cuenta “la teoría clásica y la investigación en el campo de los movimientos sociales y la sociología política, que han ignorado, en gran medida, la influencia del género en la protesta social” (Verta Taylor, 1999, p. 10).

El rol de algunos medios de comunicación tradicionales y hegemónicos en la cobertura de los principales hitos de la cuarta ola urgieron a crear nuevos espacios periodísticos (Rosa Cobo, 2019; Prudence Chamberlain, 2017, Pauline Cullen 2014; Kira Cochrane, 2013) basados en lenguajes diversos e inclusivos que, mediante la creación de nuevas narrativas y prácticas profesionales, fuesen capaces de denunciar las vulneraciones que sufrían las personas por su sexo, identidad de género, diversidad afectivo-sexual o cuerpos no normativos (Magdalena Piñeyro, 2016, Jonathan Dean y Kristin Aune, 2015).

En España, el primer medio nativo digital, *eldiario.es*, fue uno de los primeros en contar con una sección dedicada a género y dirigida por la periodista Ana Requena, actual Jefa de Género del periódico. *Público* fue el primero en contar con un decálogo para el tratamiento de la violencia de género y ya manifestó su compromiso feminista en la etapa en papel. En 2010, el medio de comunicación online *Pikara Magazine* crea un nuevo paradigma de revista digital autogestionada feminista, que en la actualidad sigue siendo considerada la primera de estas características en el Estado español y de la que beben otras iniciativas como la revista de feminismo andaluz *La Poderío*, creada en 2017 y que añade a su mirada la territorialidad al entender que en Andalucía operan las lógicas centro-periferia con un fuerte impacto en las vidas de las mujeres.

### 3. Objetivos y propuesta metodológica

El objetivo principal de la investigación es analizar el papel del periodismo en la consolidación de la cuarta ola del feminismo, acorde con Beijing +15. Para ello, se realizan nueve entrevistas en profundidad a especialistas tanto del mundo profesional como académico, a quienes se pregunta por la definición de periodismo feminista y se examinan las prácticas organizativas, las dinámicas periodísticas y los contenidos de dicho periodismo. En este sentido, la investigación posee tres objetivos específicos:

1. Examinar las prácticas organizativas de los principales medios de comunicación feministas en diferentes contextos.
2. Estudiar las prácticas periodísticas de los medios feministas después de la eclosión de la cuarta ola.
3. Analizar el enfoque de género en los contenidos periodísticos de los medios.

Como se ha adelantado, para dar respuesta a estas preguntas se han realizado nueve entrevistas semiestructuradas divididas en cuatro grandes bloques: definición del periodismo feminista, prácticas organizativas feministas, dinámicas periodísticas feministas y contenidos feministas. Este diseño se ha hecho teniendo en cuenta la investigación-acción como herramienta de estudio, y planteando las 5W del periodismo feminista (Leila Mesyngier *et al.*, 2019), basándonos en la hipótesis de Roberto Herrscher, que hace referencia a la importancia de conocer cuáles son, profundizarlas y complejizarlas para entender desde dónde se articula el periodismo. Es decir, el artículo se preocupa por:

1. Qué. Cuáles son los temas que integran la agenda de los medios feministas.
2. Quién. Quiénes son las personas que protagonizan las historias, las leen o las escriben.
3. Cómo. Cómo se vinculan las profesionales de la información con las fuentes, las audiencias o la difusión de la propia información.
4. Cuándo. En qué momento se publica y cómo son los procesos de publicación.
5. Dónde. De qué modo se publica y, dentro de las informaciones, desde qué posición se sitúa la periodista.
6. Por qué. Qué razones llevan a estas prácticas profesionales y/u organizativas.

#### 3.1. Diseño experimental

El artículo explota los datos de la tercera fase de investigación del aludido proyecto sobre periodismo feminista de la Universidad de Málaga, en el que se profundiza en el contenido de las entrevistas en profundidad realizadas entre abril y septiembre de 2023 a especialistas en la

materia. Esta etapa forma parte de un diseño metodológico deductivo más amplio, basado en la pluralidad metodológica de cuatro fases de investigación, de manera que la primera sirve como base para la segunda y así sucesivamente. A continuación, se explican los estadios metodológicos que han llevado a la realización de entrevistas en profundidad contando, hasta el momento de redacción de este artículo, con una muestra de nueve informantes.

En primer lugar, se elaboró una revisión bibliográfica sobre periodismo feminista, feminismo con perspectiva de género y periodismo con enfoque en derechos humanos basado en género. Dada la experiencia del equipo de investigación, este trabajo fue abordado desde una perspectiva transversal y multiinstitucional, al elaborarse desde las aportaciones del feminismo académico, pero también del periodismo feminista. Con los principales resultados preliminares de la revisión bibliográfica se planteó un cuestionario online con la colaboración de las siguientes entidades (Tabla 1):

**Tabla 1.** Entidades que colaboraron en la investigación

Entidad	Justificación
Red Internacional de Periodistas con Visión de Género (RIPVG)	Presencia en 36 países. Se puede pertenecer de forma individual o colectiva, independientemente del género. Su objetivo es promover el periodismo con perspectiva de género, evidenciar en los medios la situación de la mujer y promover cambios en la sociedad. Fundada en Morelia, Michoacán (México), en 2005.
MedFemiNiswiya	Red Feminista de Mujeres Periodistas que trabajan en el Mediterráneo, abraza a la vez la diversidad y la solidaridad entre estas mujeres periodistas y les proporciona recursos para producir sus contenidos, sostenerse y organizarse.
Asociación Nosotras Contamos el Mundo	Agrupación a mujeres comunicadoras del área de Internacional. El objetivo es crear red y ser juntas más fuertes.
Reporteros Sin Fronteras - España (RSF)	Promueve y defiende la libertad de información como base de la democracia. Considera que el primero de los derechos humanos es el artículo 19 de la Declaración Universal de Derechos Humanos.
Asociación de Periodistas Feministas de Castilla y León	Organización de mujeres periodistas que trabajan en Castilla y León. Defienden el periodismo y el feminismo como forma de cambiar el mundo y su objetivo es promover la perspectiva de género en los medios.
Sindicato de Periodistas de Andalucía (SPA)	Nace en 1999. Aúna la defensa de los derechos laborales de los y las periodistas y la defensa del derecho a la información. En su ejecutiva hay una vocalía de feminismos. Forma parte de la Federación Española de Sindicatos de Periodistas (FeSP), de la Federación Europea de Periodistas (FEP) y de la Federación Internacional de Periodistas (FIP).

Fuente: elaboración propia

El objetivo de esta segunda etapa de la investigación es definir los resultados preliminares basados en las hipótesis de la investigación y los objetivos de la misma, que tienen que ver con cuatro ejes:

1. Definición de periodismo feminista a través de sus características básicas.
2. Análisis de las prácticas organizativas que hacen a las periodistas para constatar que son parte de medios feministas.
3. Estudio de las dinámicas periodísticas que llevan a cabo las redactoras en estos medios
4. Examen de qué deben tener los contenidos para poseer un profundo enfoque de género.

Una vez realizado el cuestionario, se llevaron a cabo una serie de entrevistas en profundidad con el objetivo de observar cómo las profesionales de la información que ocupan distintos cargos jerárquicos en estructuras definidas como medios feministas articulan sus prácticas profesionales (Tabla 2). Para llevar a cabo estas entrevistas se planteó una muestra no probabilística de especialistas en materia de comunicación y género y periodistas feministas con gran impacto mediático, que han participado activamente en la difusión de contenidos sobre la cuarta ola y que participan de estos medios feministas. Los principales resultados de la fase basada en las entrevistas en profundidad son el objeto del presente artículo.

**Tabla 2.** Periodistas y/o académicas que conforman la muestra

Periodista académica	y/o	Justificación
Maysaa Alamoudi (informante 1)		Maysaa Alamoudi (Meca, Arabia Saudí, 1981) es una periodista feminista saudí. Encarcelada en 2014, se exilió a Italia, Estados Unidos y, actualmente, reside en España. Reconocida por su labor en la visibilización de los derechos de las mujeres saudíes, fue una de las caras más visibles del movimiento por desafiar la prohibición de conducir que pesa sobre las mujeres en Arabia Saudí.
Carolina Pecharromán (informante 2)		Carolina Pecharromán de la Cruz (Madrid, 10 de junio de 1969) es una periodista española que ha desarrollado gran parte de su carrera en RTVE y se ha dedicado a temas relacionados con la igualdad. Forma parte del Grupo de Expertos sobre Medios Audiovisuales (BREG) de la Federación Europea de Periodistas (FEP), en representación de la Agrupación de Periodistas de la Federación de Servicios a la Ciudadanía del sindicato Comisiones Obreras (FSC-CCOO).
Rocío Muñoz (informante 3)		Periodista de la Asociación de Emisoras Municipales y Comunitarias de Radio y Televisión de Andalucía (EMA-RTV) especializada en la cobertura de temas de derechos humanos.
Neus Rovira (informante 4)		Periodista que trabaja en comunicación corporativa en el ámbito de la gestión de residuos. Con anterioridad ha trabajado en diversos medios y en comunicación institucional en el Ayuntamiento de Tarragona.
Maru Ludueña (informante 5)		Escritora y periodista argentina, ganadora del premio <i>Best Feature Story: Writing for Social Impact</i> otorgado por la

	<i>International Network of Street Papers</i> por una publicación en la revista Hecho. Es una de las fundadoras de la Agencia Presentes.
Isabel Cadenas (informante 6)	Isabel Cadenas Cañón (Basauri, 1982) es una periodista, escritora y documentalista sonora española, especializada en asuntos relacionados con la memoria histórica y con un enfoque en derechos humanos y perspectiva de género. En mayo de 2021, recibió el Premio Internacional de Periodismo Colombine por el reportaje sonoro “Una placa en mi pueblo”. Directora del podcast “De eso no se habla”.
Amparo Moreno (informante 7)	Amparo Moreno Sardà (Calamocha, 1947) es una periodista y catedrática emérita del Departamento de Periodismo y Ciencias de la Comunicación y directora del Laboratorio de Periodismo y Comunicación para la Ciudadanía Plural de la Universidad Autónoma de Barcelona. Es directora del Laboratorio de Periodismo y Comunicación para la Ciudadanía Plural (LPCCP) y miembro fundadora del Feminario Mujeres y Cultura de Masas dedicado al análisis de la transmisión de estereotipos sexistas a través de la información y la publicidad de los medios de comunicación.
Yolanda Polo (informante 8)	Yolanda Polo (Salamanca, 1974) es periodista y responsable de comunicación de la Coordinadora de Organizaciones No Gubernamentales para el Desarrollo de España. Licenciada en periodismo, diplomada en comunicación y género por la Universidad de La Habana, especialista Internacional con enfoque decolonial. Experiencia profesional en ONGs de Perú y Brasil, en el PNUD de Brasil, parte del equipo de comunicación del informe de Desarrollo humano Mundial en Nueva York y en el fondo de Naciones Unidas para la Agricultura en Roma.
Teresa Santos (informante 9)	Teresa Santos (Bermillo de Sayago, Zamora, 1955) es una periodista jubilada tras 42 años de experiencia profesional, formó parte de la plantilla del mítico periódico Sol de España durante la Transición, aunque la mayor parte de su trayectoria la ha desarrollado en RNE y RTVE. Especialista en información jurídica y de género, ha recibido el premio Andalucía de Periodismo, la Medalla de Honor del Periodista de la APM y el premio Farola de Comunicación concedido por el Instituto Andaluz de la Mujer. Vicepresidenta de la Asociación de la Prensa de Málaga (APM), coordinadora de la Asamblea de Mujeres Periodistas de la APM y presidenta de la Demarcación del Colegio de Periodistas de Andalucía en Málaga.

Fuente: elaboración propia

Como se ha comentado con anterioridad, las entrevistas fueron semiestructuradas en base a cuatro ejes, que coinciden con los del cuestionario: definición del periodismo feminista; prácticas organizativas que hacen a las periodistas constatar que son, o no, parte de medios feministas; dinámicas periodísticas que consideran feministas y qué tipo de contenidos pueden ser considerados como contenidos propios del periodismo feminista.

#### 4. Resultados y discusión

Los medios no son dispositivos neutros en los que simplemente se transmite información. En todos ellos se dan tres procesos que están profundamente vinculados con la ideología: semantización, articulación y universo semántico (Josep María Casasús, 1985, pp. 59-61).

Casasús (1985, p. 59) define la semantización como “el proceso por el cual la realidad observada se transforma en materia apta para comunicarla a las masas”. Este es el resultado de dos operaciones: la selección, dentro de un repertorio determinado de unidades disponibles, y la combinación o manipulación de las unidades seleccionadas para formar el mensaje. ¿Por qué es relevante tener en cuenta que este proceso opera en todos los medios? “Es interesante atender a la estructura de estos procesos y estas operaciones porque (...) es en este nivel de la comunicación donde se toman, también, opciones ideológicas” (Casasús, 1985, p. 60).

Por su parte, la articulación hace referencia al “sistema de clasificación utilizado por cada medio para fraccionar u organizar el universo del cual se ocupa o sobre el cual informa” (Casasús, 1985, p. 60). Al hablar de publicaciones impresas se trataría de la división que se hace por secciones y por páginas. “La articulación constituye a veces una fórmula implícita o tácita de metacomunicar la importancia de determinados mensajes: por ejemplo, cuando una noticia ‘desborda’ los límites de una sección e ‘invade’ otras páginas del medio o ‘conquista’ la ‘primera’, advierte este autor.

De igual manera,

[...] el proceso de semantización, además de poner en marcha dos operaciones metacomunicacionales (la selectiva y la combinatoria), crea, ya en el nivel de la comunicación, un universo semántico que contiene a los actores, las funciones, las cualidades y los aspectos del hecho o acontecimiento observado y semantizado. Para la escuela clásica estadounidense el universo semántico equivale a las seis W (quién, qué, cuándo, dónde, cómo y porqué) que forman la estructura teórica de una noticia” (Casasús, 1985, p. 61).

En el universo semántico se dan, a su vez, un proceso de contextualización (dónde), un proceso de temporización (cuándo), de personalización (quién), de clasificación (qué), de descripción (cómo), de explicación (el porqué) y de circunstancialización.

Según el autor, la ideología opera

[...] a lo largo de todo el proceso de semantización y en el momento de comunicar un mensaje se vuelve invisible hasta el punto de que el receptor cree estar ante el objeto o el acontecimiento cuando en realidad está, simplemente, ante la forma en que el medio “da a leer” este objeto o este acontecimiento (Casasús, 1985, p. 106).

Por eso, concluye que no puede haber comunicación sin ideología:

Cualquier análisis de contenido, pues, nos conducirá a la misma conclusión: en todo mensaje de comunicación de masas existe un sistema ideológico que constituye la red de categorías de codificación de lo real que nos viene propuesta todos los días en cualquier medio. La ideología, por tanto, es imprescindible, incluso técnicamente, debido a que para comunicar es necesario semantizar los hechos, objetos y acontecimientos

contemplados en la realidad social, y todo proceso de semantización exige unas opciones de lenguaje y de signos que, por ser humanas, sólo pueden provenir del campo de las ideas. La ideología es consubstancial a los medios de comunicación de masas porque no existe una transformación automática de la verdad en noticias, ni existen instrumentos técnicamente asépticos, capaces de semantizar mecánicamente toda la infinidad de matices y valores con que puede interpretarse la evolución y la realidad cambiante de los acontecimientos cotidianos (Casasús, 1985, p. 107).

Teniendo en cuenta estos procesos, se presentan los resultados, pertenecientes a la segunda fase de la investigación, realizada entre abril y septiembre de 2023. En ella, se llevaron a cabo nueve entrevistas en profundidad semiestructuradas a periodistas y académicas (Tabla 2), dividiéndolas en los cuatro ejes principales que articulan el estudio: definición de periodismo feminista, prácticas organizativas feministas, dinámicas periodísticas feministas y contenidos feministas.

#### 4.1. Hacia una definición del periodismo feminista

El primer elemento que destaca en la definición de periodismo feminista es la posibilidad o no de poder nombrarlo como tal. A este respecto, Mayssa Alamoudi (informante 1), periodista saudí en peligro por su militancia feminista, al definir el periodismo feminista destaca el enfoque en derechos humanos y la valentía para posicionarse públicamente a su favor. En contraposición, Teresa Santos (informante 9), periodista ya jubilada y vicepresidenta de la Asociación de la Prensa de Málaga, destaca la necesidad que ha experimentado a lo largo de su vida profesional de ver “los toros desde la barrera para que no te etiqueten”. La informante 9 puntualiza las diferencias de percepción sobre la propia definición a lo largo de los años:

Yo hacía como si viera los toros desde la barrera, que no los veía desde la barrera, pero aparentemente los veía desde la barrera. Ese era mi truco. Por ejemplo, crónicas en directo mejor que crónicas grabadas, porque en las crónicas en directo no te pueden cortar, siempre es mucho más eficaz hacer la crónica en directo cuando tienes un tema que puede herir ciertas sensibilidades. Eso son trucos, estrategias...

En la confluencia entre medios públicos y sindicalismo, las dos informantes que pertenecen a ambos ámbitos muestran similitudes en sus respuestas: Carolina Pecharromán (RTVE y CC.OO.) (informante 2) y Rocío Muñoz (EMA-RTV y SPA, CGT) (informante 3) coinciden en la necesidad de reformular la *agenda setting* de los medios y ampliar la mirada desde la que se analiza la actualidad. “Periodismo feminista es el que ve a la sociedad completa, incluidas las mujeres, y la ve sin los prejuicios que hemos heredado del pasado”, define la informante 2. “Un periodismo que no considere que las mujeres somos un colectivo, sino que nos considere como lo que somos: la mitad de la población”, añade. Esta periodista invita a preguntarnos sobre dónde están las mujeres en los diversos temas que abordamos. Por su parte, la informante 3 incide en la necesidad de un cambio en la toma de decisiones: “tener una agenda comprometida con la diversidad”, “quitarnos el lastre de la objetividad” para plantearnos qué contamos y cómo lo contamos, y “no convertir el feminismo en una marca”. Es decir, el segundo elemento para definir el periodismo feminista sería la presencia no estereotipada de las mujeres en los temas a tratar.

Para el ámbito de la comunicación corporativa, las informantes Neus Rovira (informante 4) y Yolanda Polo (informante 8) destacan la interseccionalidad. Para la informante 4, el periodismo feminista “también es combatir todos los lenguajes homófobos, racistas, de abuso contra los animales, contra las personas”. La informante 8, por su parte, en la línea de la informante 2, considera que el periodismo, “si fuera realmente periodismo, debería ser feminista”. Al igual que la informante 3, cree que el periodismo feminista pasa por la revisión constante: “El cuestionamiento no solo de una misma y del trabajo que hace como periodista, sino también el cuestionamiento del sistema y los entornos en los que vivimos”. Aboga también por una perspectiva interseccional:

El periodismo feminista denuncia a ese sistema que acaba con la vida, que es depredador y que hace que fundamentalmente afecte de manera directa a las mujeres, pero no solo a las mujeres, sino también a todas las disidencias sexuales de identidad de género y, por supuesto, todo lo que tiene que ver con esa parte importante racial, de las personas racializadas.

Esta informante coincide con la informante 3 en que el periodismo feminista debe centrarse en el porqué, explicar las causas, señalar responsabilidades y poner en el centro a las auténticas protagonistas de las historias. Hay que huir del paternalismo y no revictimizar, puntualiza. La informante 8 invita a aprender de los feminismos de América Latina y África, ya que “somos una parte más de un universo que nos sobrepasa, pero en el que tenemos un papel y en el cual somos interdependientes”, así como visibiliza la importancia de la lucha contra el racismo y a favor de las personas trans. “Las mujeres africanas nos están dando grandes lecciones en defensa de sus derechos desde ópticas muy alternativas a las nuestras”, añade la informante 8. “Debemos aprender mucho y ser mucho más humildes. Aprender de quienes nos están marcando un poco el camino y están tambaleando esto que siempre ha impuesto Occidente”, sentencia. Interseccionalidad y mirada no paternalista, aprendiendo de las experiencias del Sur, sería, por tanto, el tercer elemento a destacar.

En su doble condición de periodista y catedrática emérita de la Universidad Autónoma de Barcelona, Amparo Moreno (informante 7) es un exponente de la combinación de teoría y práctica sobre el periodismo feminista. Para esta informante, el término “género” es “problemático”, “insuficiente” y “reduccionista”, ya que no sirve para analizar los medios de comunicación de masas en la cultura de masas. “Los modelos de comportamiento, tal y como los reproducen los medios y tal y como los aprendemos y nos interpelan, no son solamente en razón de sexo, sino que son complejos”, argumenta. Según esta autora, hay que tener en cuenta “más interrelaciones, más divisiones”:

Mientras nuestros instrumentos mentales sean tan reduccionistas y tan simplistas, lo único que vamos a conseguir es que realmente la derecha acabe aprovechándose de este reduccionismo; y, por otra parte, lo más preocupante para mí: las relaciones sociales no están mejorando, al revés. Tenemos una conflictividad que es gravísima. El feminismo para mí no ha venido solamente para conseguir paridad de mujeres en los puestos de poder.

Isabel Cadenas (informante 6), directora del *podcast* “De eso no se habla”, pone el acento en la “mirada situada” que es “ser consciente de desde dónde una mira y desde dónde una habla, entendiendo que no existe la objetividad y que no existe como una mirada que mira desde ninguna parte, como dice Donna Haraway”. Así, el periodismo feminista cuenta las historias “con la gente” y eso implica “toda la reflexión ética sobre de quién es la historia y quién tiene derecho a contarla y cómo”. En su manera de trabajar con esta mirada, señala tres aspectos básicos:

Volver al lugar y volver a estar en contacto con las personas y no hacer una entrevista extractiva e irte. Y confiar. O sea, tejer relaciones de confianza entre tú y la persona. Y para mí la clave de todo es la escucha. Pensar no solamente en la escucha de la persona que está contando su historia, sino escucharte a ti cuando estás haciendo la historia y en saber quién te va a escuchar.

En el periodismo como herramienta de cambio se basa la definición que da la periodista argentina Maru Ludueña (informante 5): “un periodismo con enfoque feminista tiene que contribuir a las luchas contra todas las formas de opresión, que trascienden las opresiones en términos de sujeción de género, de varón-mujer. Tiene que ser un periodismo que rompa con esos esquemas binarios también por añadidura. Y también tendría que ser un periodismo que tenga otros modos antipatriarcales de funcionar. Tendría que generar nuevas formas, no solamente de narrar, de comunicar, sino también construir nuevas prácticas periodísticas antipatriarcales”. Para ella, el periodismo feminista ha de ser interseccional y con enfoque de derechos humanos. Se debe incluir,

por tanto, el conocimiento situado que huya de la objetividad, así como la necesidad de promover un cambio social que se traduzca en una sociedad más justa.

A partir de estos elementos, las autoras de este artículo proponemos la siguiente definición de periodismo feminista: El periodismo feminista es la mirada desde la que ejercer un periodismo de calidad en el que se tengan en cuenta todas las personas y que sirva para narrar y explicar todas las opresiones. Un periodismo en constante revisión que va más allá de los estereotipos y que se centra en el porqué.

#### 4.2. Medios feministas: ¿qué prácticas organizativas los distinguen?

Un periodismo diferente ha de traducirse en nuevas formas de organizarse que deben construirse y que, efectivamente, se están construyendo en colectivo. Así, la informante 5, una de las fundadoras de la Agencia Presentes, aboga por descolonizar el tiempo y el lenguaje y reconectar con la territorialidad. De su agencia de comunicación, en lo organizativo, destaca la importancia de la dimensión humana en la estructura laboral: “cómo se toman las decisiones, cómo se eligen los temas, el tema de las reuniones y de que más allá de que tengamos diferentes roles y diferentes edades y experiencias generacionales muy distintas, todas las voces son escuchadas y no existe ese tipo de discriminación que sí sé que existe, porque yo también la viví en otras redacciones”.

La informante 5 reconoce que no es fácil transformar las prácticas laborales: “sabemos lo que no queremos, pero estamos ensayando también y probando qué es lo que queremos”. Por ejemplo, tratan de “trabajar por objetivos, estableciendo ciertos marcos horarios en términos organizacionales para que las cosas fluyan y estén sincronizadas en los diferentes roles que tenemos”. El liderazgo está bastante colectivizado y la red de amigas periodistas es fundamental en el sostenimiento del proyecto.

Para la informante 6, el elemento clave es el tiempo: “cuánto tiempo se usa para contar cada cosa”; y en el reverso, los recursos porque producir lento es caro. Ambas cuestiones están marcadas por la precariedad de los medios en general y de los alternativos en particular: “todo el mundo que trabaja conmigo cobra, que para mí es algo muy importante, pero cobramos muy poco dinero y eso también es a costa de que unas cobren más que otras. Hay una cosa que para mí es muy importante, que es la higiene de tiempos, trato de no escribir nunca a nadie el fin de semana, programarse los horarios es muy importante, pero creo que tiene que ver con escuchar también”.

Por su parte, la informante 8, considera muy importante “quién ocupa los puestos de poder o los puestos considerados de poder”, y esto afecta no solo a la dirección de los medios, sino también a las personas que están al frente de las secciones consideradas importantes y cómo se organizan dichas secciones. Para la informante 4 también faltan directoras y jefas de sección y destaca la relevancia de los consensos y de tener espacios seguros en los que poder dar tu opinión. Además, la informante 8 enumera la toma de decisiones (cuanto más horizontal y consultiva, más feminista) y la existencia o no de un protocolo interno con respecto a posibles casos de abuso dentro del medio. A lo que habría que sumar el tipo de publicidad de la que se nutre el medio; aquí coincide con la informante 4, y qué tipo de colaboraciones poseen con otros medios y con qué medios. El feminismo, añade la informante 8, no puede quedar encorsetado en una única sección y las personas que ejercen el periodismo deben estar en continua formación.

Asimismo, la informante 3 aboga por la horizontalidad y por acoger voces diversas, “no solo diversas ideológicamente, sino desde la realidad que se vive, desde los cuerpos diversos, de las realidades sociales y vitales y sexuales diversas”. La realidad, que es diversa, debe estar representada en la redacción. Y al igual que la informante 6, la 3 considera esencial la “escucha” con las personas cuyas historias cuentan. Del mismo modo, la informante 3 considera que es fundamental “generar bienestar en la plantilla”, es decir, “apostar por que la vida de los trabajadores sea una vida feliz, una vida por lo menos tranquila, donde la precariedad no te tenga sin dormir, preocupado, sin saber si vas a llegar a fin de mes, sin poder dedicarte a tu trabajo porque estás angustiado o buscando otras fuentes de ingreso complementarias porque no te llega para vivir”.

La informante 9 propone una mayor formación feminista en las plantillas de los medios: “aquí lo importante, de verdad, por encima de cualquier otra cosa, olvídate de estructura. Lo importante es la formación. Sí, la formación, pero estructural. Formación no solo estoy hablando de plantilla, formación en los cargos, en las personas que dirigen el medio”. Para que un medio se considerara feminista, “la clave sería abordar todo desde esa perspectiva, que cualquier noticia fuese desde la perspectiva feminista, esa es la clave. Es que no hay otra, la clave es esa. No querría hacer una cosa distinta, querría hacer una cosa mejor hecha, no distinta, porque en televisión, radio, prensa, ya está todo inventado. No se trata de hacer algo distinto, sino algo bien hecho”, sentencia. Otro tipo de organización le parece inviable porque “el medio de comunicación es correr, correr, correr, correr, correr, correr y correr”. En los medios públicos, de acuerdo con la informante 9, se cuida mucho más el cumplimiento de los planes de igualdad.

La recuperación de lo local también posee un papel que jugar en palabras de la informante 7: “el cambio de la información androcéntrica, que es una información vista desde los centros de poder, el cambio revolucionario se ha de producir desde un conocimiento que valore lo local y lo personal”. Y esto, según ella, lo están posibilitando las nuevas tecnologías. Hay que valorar lo que cada individuo conoce porque la experiencia directa es “conocimiento significativo para el conocimiento colectivo”. Reconociendo esto, asegura esta académica y periodista, se genera otro tipo de conocimiento.

La informante 1 nos recuerda que en Oriente Medio no hay ni un solo medio presidido por una mujer. En Arabia Saudí hay una mujer periodista, hija de un periodista, que preside uno de los grupos mediáticos más importantes del país; aunque nuestra informante no le está siguiendo la pista. Esta periodista saudí apuesta también por que el feminismo no se relegue a una sección concreta, sino que impregne la cobertura de todos los temas.

Teniendo en cuenta las consideraciones de las informantes que se acaba de enunciar, las prácticas organizativas que constituyen el periodismo feminista serían las siguientes: mujeres en los puestos de responsabilidad, toma de decisiones horizontal, crear espacios seguros en los que todo el mundo se sienta escuchado y pueda aportar, luchar contra la precariedad, pausar los ritmos de producción, atender a la diversidad, formación continua y recuperación de lo local.

### 4.3. Dinámicas periodísticas feministas en el seno de las redacciones

Contar con más mujeres como fuentes expertas es una de las dinámicas periodísticas feministas más señaladas por las informantes y la literatura académica (Grijelmo García, 2023). “Hay mujeres expertas en absolutamente todos los temas”, alude la informante 2 e incide en este punto la informante 8:

Creo que debería haber una obligación de buscar fuentes de información que sean diversas. Eso, por un lado y, por otro lado, que no encasillen a las personas siempre en el mismo ámbito. ¿A qué me refiero? Por ejemplo, siempre que contactamos con una persona negra es para hablar de su condición de persona negra. Y, a lo mejor, esa persona negra resulta que es filósofa, entonces yo le voy a preguntar en su condición de filósofa, no en su condición de mujer negra. Eso me parece muy importante.

Otra cuestión básica para esta informante tiene que ver con los datos desagregados por sexo y explicar qué significan teniendo en cuenta todos los sistemas de opresión que entran en juego. Para hacer eso, para investigar y hacer buen periodismo, hace falta dotar de recursos económicos, y esta cuestión también es fundamental para esta periodista.

En línea con los planteamientos de las informantes 6 y 8, la informante 3 aboga por “una práctica esencialmente feminista: la de escuchar y la de reflexionar en colectivo” y “cuestionarse de manera frecuente, si no todos los días, en todos los temas, el enfoque”. Consciente del “correr, correr, correr, correr, correr, correr y correr” que señalaba la informante 9 más arriba, la informante 3 propone que “si no se hace siempre por las dinámicas de la prisa, por lo menos que de manera regular haya una reflexión colectiva sobre qué estamos haciendo”, preguntarse por “¿qué hacemos?, ¿lo estamos haciendo bien?, ¿qué debemos cambiar?, ¿están todas las voces?, ¿cuando hablamos sobre este tema, recogemos las voces que no suelen estar?”. La informante 8 incide en ello precisamente cuando defiende que el periodismo feminista debe “ir más allá de los estereotipos y entender que hay muchas propuestas de cambio que no responden a los estereotipos”.

La informante 9 reflexiona sobre una cultura feminista que se va extendiendo en las redacciones que hace que la violencia machista ya no se ubique en la página de sucesos, lo que considera un logro fundamental, o que se utilice de forma consciente un lenguaje no sexista. Como afirman Rovertó y Figueroa (2019):

Tales productoras de contenidos informativos-“periofeministas”, realizan una tarea que es profesional y militante al mismo tiempo, en un contexto signado por el ajuste, la flexibilización y precarización laboral que afecta al sector. En acercamientos previos al campo, hemos podido caracterizar el trabajo de las periofeministas como una articulación política indispensable en la disputa contrahegemónica cultural frente a los discursos y las prácticas androcéntricas dominantes en los medios de comunicación masiva tradicionales.

Por tanto, para transformar las dinámicas periodísticas en dinámicas periodísticas feministas se han de cambiar la relación con las fuentes, plantearse qué fuentes se usan y con qué finalidad, presentar los datos desagregados por sexo y hacer un ejercicio de cuestionamiento constante.

#### 4.4. Elementos que nos permiten hablar de contenido feminista

A la hora de clasificar un determinado contenido como feminista, para la informante 8, “no hay varitas mágicas, pero sí preguntas clave que hay que hacerse antes de tratar cualquier tema; sea político, sea económico o sea cultural”. Estas preguntas son: “si estamos reforzando estereotipos; quiénes son portavoces; en qué condición; si estamos llegando a aquellos lugares donde la información tradicional no llega; si estamos siendo capaces de ver roles de hombres y mujeres que no son tradicionales y que están generando cambios; si estamos, sin quererlo y con buena intención, reproduciendo estereotipos”. Se trata de hacer una relectura de las 5Ws del periodismo:

- ¿Qué?: ¿estamos siendo capaces de tratar temas y denunciar situaciones que están generando una desigualdad brutal entre personas?
- ¿Por qué?: ¿somos capaces de explicar las causas de este sistema heteropatriarcal capitalista, machista, racista?, ¿somos capaces de denunciar con nombres y apellidos quiénes son responsables?
- ¿Cuándo?: ¿qué procesos estamos poniendo en marcha?
- ¿Dónde?: ¿vamos más allá de esos espacios considerados tradicionalmente de hombres y mujeres?
- ¿Quién?: ¿quién protagoniza?, ¿quiénes son fuentes de información?  
A esto añade el “aprender con y de “las otras” y “los otros”.

La informante 3 advierte de que “no hay nada que se deba escapar a una mirada feminista. Si tuviéramos ese enfoque feminista nos preguntaríamos más cómo miramos, qué no contamos, cuáles son las voces que no se escuchan”, añade. El primer paso sería “dar voz a los colectivos, a las protagonistas, a los sujetos políticos de la acción”. Además, considera que nos están faltando temas como el de los cuidados, “que siguen planteándose como cuestiones de afecto, de generosidad y de compromiso, como expresión de nuestra naturaleza emocional y no como valor económico y fuerza de trabajo”. A la informante 9, los temas que le están faltando son una explicación estructural de la violencia machista, el consumo de pornografía entre los jóvenes o las situaciones de las mujeres rurales. Otras informantes consideran que no se trata de “temas” concretos, sino de la aproximación al objeto de estudio. Tal es el caso de la informante 2: “esto tiene que ser transversal porque es una realidad transversal”.

Si adoptamos esta perspectiva en el ámbito internacional, por ejemplo, veremos cómo los cuerpos de las mujeres en los conflictos son utilizados como arma de guerra o veremos cómo el poder internacional en todas esas maravillosas fotos de las cumbres económicas o políticas están llenas de trajes y corbatas. El poder sigue estando tan desigualmente repartido en el mundo... Veremos estas cosas y veremos los problemas que tienen las mujeres en el mundo y no solo como víctimas, veremos también sus proyectos, veremos también sus movimientos de empoderamiento y de consecución de derechos. Las veremos a ellas, a nosotras, en todas partes.

La informante 9 también defiende la transversalidad, ya que considera que el machismo sigue habitando los medios: “No se aborda como una historia transversal, se aborda como una perspectiva que todo el mundo tiene que tener en cuenta a la hora de escribir cualquier cosa que escriba. Eso no existe todavía”, sentencia.

En conclusión, todas las informantes coinciden en que no existen temas feministas y temas que no lo sean, sino que todos se pueden y se deben tratar con enfoque feminista y de derechos humanos. Para poder alcanzar ese objetivo, las informantes proponen una reflexión profunda y constante sobre qué se cuenta y cómo se cuenta.

## 5. Conclusiones

Tras analizar los resultados de las entrevistas en profundidad, pertenecientes a la segunda etapa de investigación del proyecto “Periodismo feminista: la importancia de la comunicación con perspectiva de género”, financiado por el Plan Propio de la Universidad de Málaga, se cumple con el objetivo de analizar las principales definiciones, prácticas profesionales, organizativas y de *agenda setting* de las especialistas en la materia.

Se verifica la hipótesis de que los hitos fundamentales en la historia de los movimientos feministas de la cuarta ola en cada uno de los Estados en los que las informantes han ejercido, unido al desarrollo de internet y las nuevas tecnologías, han generado un intercambio de experiencias que ha fortalecido la importancia de la perspectiva de género en los medios de comunicación en general y la implicación de las profesionales en el periodismo feminista.

En relación con el primer bloque de las entrevistas, el que aborda la cuestión de la definición del periodismo feminista, es importante destacar el punto en común de todas las definiciones: el periodismo feminista va más allá de cuestiones como introducir determinados temas en la agenda o tener una sección específica o una editora dedicadas al género.

Las informantes coinciden en que el feminismo ha de ser transversal. El feminismo es un enfoque, una mirada situada que lo atraviesa todo y sirve para explicar mejor el mundo en el que vivimos. Es, por ende, tal y como explican la mayoría de informantes, imprescindible incorporar la interseccionalidad para definir al periodismo como feminista y, en este sentido, todo contenido es susceptible de ser contenido feminista. Ello coincide con la postura de Elvira Hernández *et al.* (2019, p. 26) de que “el periodismo feminista permite dar voz y visibilizar a las mujeres en los sucesos noticiosos a la par con los hombres”, y con la editora de Igualdad de TVE, Carolina Pecharromán (en Grijelmo García, 2023, p. 17), quien aludía a que “tener perspectiva de género nos dará mejores periodistas porque nos ayudará mejor a comprender el mundo que debemos contar y explicar a la ciudadanía”.

Teniendo en cuenta los diversos elementos que señalan las informantes en sus respuestas, se ha propuesto en el presente artículo la siguiente definición que los agrupa a todos: El periodismo feminista es la mirada desde la que ejercer un periodismo de calidad en el que se tenga en cuenta a todas las personas y que sirva para narrar y explicar todas las opresiones. Un periodismo en constante revisión que va más allá de los estereotipos y que se centra en el porqué.

En cuanto a las prácticas organizativas y las dinámicas feministas, las informantes señalan que las mujeres deben ocupar los puestos de dirección de los medios para que estos sean considerados como tales. Si bien esta es una *conditio sine qua non*, es insuficiente: se trataría también, y, sobre todo, de cambiar el manejo de los tiempos, las rutinas de producción, la toma de decisiones, etc., para que los medios se alejen de la concepción reproductiva de estructuras patriarcales y se conviertan en espacios seguros para sus trabajadoras y las personas protagonistas de las historias. Con todo, subrayan la importancia de poner los cuidados en el centro también en el periodismo, suprimiendo todo tipo de estereotipos para ser capaces de ofrecer un producto informativo de calidad en el que empiecen a entrar los márgenes.

Todos los temas se pueden y se deben tratar con enfoque feminista y de derechos humanos. O lo que es lo mismo, todos los temas son susceptibles de ser feministas si se realiza una reflexión profunda y constante sobre qué se cuenta y cómo se cuenta. Esta reflexión y cuestionamiento de las rutinas productivas y de las formas organizativas sería también el centro para poder definir a un medio como feminista.

Por último, cabe señalar que todas las informantes se muestran optimistas acerca de los avances vividos en paralelo al avance de la cuarta ola del feminismo; lo que nos permite aventurar que el feminismo ha llegado al periodismo para quedarse.

## Referencias

- Amorós, Celia. 1997. *Tiempo de feminismo. Sobre feminismo, proyecto ilustrado y postmodernidad*. Madrid: Cátedra.
- Baer, Hester. 2016. "Redoing feminism: Digital activism, body politics, and neoliberalism." *Feminist Media Studies* 16 (1): 17-34.
- Barthes, Roland. 1977. *Introducción al análisis estructural de relatos*. Paris: Tiempo Contemporáneo.
- Boix, Montserrat. 2015. "Desde el ciberfeminismo hacia la tecnopolítica feminista". *Pillku*. Recuperado el 27 de enero de 2024. <http://pillku.org/article/desde-el-ciberfeminismo-hacia-la-tecnopolitica-fem/>
- Bonavitta, Paola, Jimena de Garay Hernández y Jeli Edith Camacho Becerra. 2015. "Mujeres, feminismos y redes sociales: Accesos, censura y potencialización". *Question: Revista Especializada en Periodismo y Comunicación* 1 (48): 33-44. Recuperado el 27 de enero de 2024. <https://oaji.net/articles/2016/3111-1458168095.pdf>
- Bourdieu, Pierre. 1985. "The forms of capital." In *Handbook of theory and research for the sociology of education*, edited by John Richardson, 241-258. Nueva York: Greenwood.
- Cáceres González, Susana Margarita, y Victoria de los Ángeles Hernández Cárdenas. 2024. *La incorporación de la mujer al periodismo y su estatus actual*. Memoria conducente al título de periodista. Universidad de Chile. Recuperado el 19 de abril de 2024. <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/197853>
- Canadian Perspectives. *Global Media Journal*. Vol 1 (1): 123-136. Recuperado el 27 de enero de 2024. [http://gmj-canadianedition.ca/wp-content/uploads/2018/12/inaugural\\_robinson.pdf](http://gmj-canadianedition.ca/wp-content/uploads/2018/12/inaugural_robinson.pdf)
- Casasús, Josep María. 1985. *Ideología y análisis de medios de comunicación*. 3ª ed. Madrid: Editorial Mitre.
- Castells, Manuel. 2009. *Comunicación y poder*. Barcelona: Alianza Editorial.
- Ceulemans, Mieke y Guido Fauconnier. 1979. *Mass Media: The Image, Role, and Social Conditions of Women: a Collection and Analysis of Research Materials*. Paris: UNESCO.
- Chamberlain, Prudence. 2017. *The Feminist Fourth Wave Affective Temporality*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Cobo, Rosa. 2019. "La cuarta ola feminista y la violencia sexual". *Revista Paradigma*, 22: 134-140. Recuperado el 27 de enero de 2024. <https://bit.ly/2HsMUXI>
- Cochrane, Kira. 2013. *All the rebel women: The rise of the fourth wave of feminism*. Londres: Guardian Books.
- Cianci de León, Gino Alberto, María Claudia Mejía Varela y Sara Valentina Vargas Jaime. 2022. *El papel de la mujer en el ejercicio del periodismo televisivo colombiano*. Trabajo de Grado. Universidad Autónoma de Bucaramanga. Facultad de Ciencias Sociales, Humanidades y Artes. Programa de Comunicación Social. Bucaramanga (Colombia).

- Cullen, Pauline. 2014. "Conceptualising generational dynamics in feminist movements: Political generations, waves and affective economies." *Sociology Compass*, 8: 282-293.
- De Miguel, Ana. 2015. *Neoliberalismo sexual. El mito de la libre elección*. Valencia: Cátedra-Publicacions de la Universitat de València.
- Dávila Jácome, Ana Gabriel. 2024. "De maestras y escritoras a periodistas: Evolución y actualidad del periodismo femenino en Ecuador". *URU, Revista de Comunicación y Cultura*, N.º 9, enero-junio 2024: 83-100.
- Dean, Jonathan. y Kristin Aune. 2015. "Feminism Resurgent?: Mapping Contemporary Feminist Activisms in Europe." *Social Movement Studies*, 14 (4): 375-395.
- Foss, Karen y Sonja Foss. 1989. "Incorporating the feminist perspective in communication scholarship: A research commentary." In *Doing research on women's communication: Perspectives on theory and method*, edited by Kathryn Carter and Carole Spitzack, 65-91. Norwood, NJ: Ablex.
- Galarza Fernández, Emelina, Andrea Castro-Martinez y Aimiris Sosa Valcarcel. 2019. "Medios sociales y feminismo en la construcción de capital social: la red estatal de comunicadoras en España". *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*, 61: 1-16.
- Gill, Rosalind. 2007. *Gender and the Media*. Londres: Polity Press.
- Grijelmo García, María. 2023. *Claves para un periodismo feminista*. Madrid: Editorial Fundamentos.
- Haraway, Donna. 1991. *Simians, cyborgs, and women: The reinvention of nature*. Nueva York: Routledge Kegan Paul.
- Hasan, Valeria F. y Ana Soledad Gil. 2014. "Estrategias del periodismo feminista: prácticas y política en la reconfiguración del espacio comunicacional". *Perspectivas de la Comunicación*, 7 (2): 42-54.
- Hernández, Elvira, Mauricio Ortiz Roche y María de la Luz Martínez Hernández. 2019. "Escribir Periodismo Feminista". *Edähi Boletín Científico De Ciencias Sociales Y Humanidades del ICSHu*, 7 (14): 26-35.
- Laughlin, Kathleen. A., Julie Gallagher, Dorothy Sue Cobble y Eileen Boris. 2010. "Is It Time to Jump Ship?: Historians Rethink the Waves Metaphor." *Feminist Formations*, 22 (1): 76-135.
- Lemoine, Simon. 2020. *Découvrir Bourdieu*. Paris: Les éditions sociales.
- Mateo, Gabriela. 2018. "Y después de la huelga feminista del 8M, qué". *Revista de Treball, Economia i Societat*, 88: 1-8. Recuperado el 27 de enero de 2024. <http://www.ces.gva.es/sites/default/files/2018-04/art1.pdf>.
- Mesyngier, Leila, Juelieta Greco y María Isabel Mansilla. 2019. "Conquistar audiencias: un periodismo feminista y transversal". 1º Congreso Internacional de Ciencias Humanas - Humanidades entre pasado y futuro. Escuela de Humanidades, Universidad Nacional de San Martín, Gral. San Martín.

- Miyares, Alicia. 2018. "La 'Cuarta ola' del feminismo, su agenda". *Tribuna Feminista*. Recuperado el 27 de enero de 2024. <https://tribunafeminista.elplural.com/2018/03/la-cuarta-ola-del-feminismo-su-agenda/>
- Nascimento de Sousa, Nayara y Camilla Quesada Tavares. 2023. "Explorando la evidencia de las asimetrías raciales en la feminización del periodismo brasileño". *Investigación & Desarrollo*, 31 (2): 112-138.
- Osorio, Ever E. 2023. "Contar los feminicidios en México: justicia, periodismo y archivos feministas en el siglo veintiuno". *Badebec*, 13 (25): 200-224.
- Piñeyro, Magdalena. 2016. *Stop Gordofobia y las panzas subversas*. Málaga: Zambra-Balarde.
- Platero Méndez, Raquel (Lucas). 2014. "Metáforas y articulaciones para una pedagogía crítica sobre la interseccionalidad". *Quaderns de Psicologia*, 16 (1): 55-72.
- Robinson, Gertrude J. 2008. "Feminist Approaches to Journalism Studies." *Global Media Journal -- Canadian Edition*, 1 (1): 123-136.
- Rovetto, Florencia Laura y Lucía Anahí Figueroa. 2019. "'Minoría bulliciosa': Periodismo feminista en tiempos de precarización laboral y reacción patriarcal". *Descentrada*, 3 (2), e090. <https://doi.org/10.24215/25457284e090>
- Soengas Pérez, Xosé. 2018. "Los medios de comunicación en la sociedad actual: crisis, negocio y politización". *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, 40.
- Taylor, Verta. 1999. "Gender and Social Movements: Gender Processes in Women's Self-Help Movements." *Gender and Society*, 1 (13): 8-33.
- VV. AA. 2020. *Proyecto de Monitoreo Global de Medios (GMMP)*. Recuperado el 27 de enero de 2024. [https://whomakesthenews.org/wp-content/uploads/2021/07/GMMP2020.ENG\\_FINAL20210713.pdf](https://whomakesthenews.org/wp-content/uploads/2021/07/GMMP2020.ENG_FINAL20210713.pdf)