

Cómo citar este artículo en bibliografías / Referencia

R de-Miguel-Pascual, S Parratt-Fernández, R Berganza (2019): “Las percepciones de las mujeres periodistas sobre su trabajo. La variable género en la cultura profesional”. Revista Latina de Comunicación Social, 74, pp. 1818 a 1833.

<http://www.revistalatinacs.org/074paper/1412/95es.html>



DOI: [10.4185/RLCS-2019-1412](https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1412)

Las percepciones de las mujeres periodistas sobre su trabajo. La variable género en la cultura profesional

The perception of women journalists about their job. The gender variable in professional culture

Roberto de Miguel Pascual [[CV](#)] [ORCID] [GS] Profesor titular del Departamento de Ciencias de la Comunicación y Sociología. Universidad Rey Juan Carlos, URJC (España)
roberto.demiguel@urjc.es

Sonia Parratt-Fernández [[CV](#)] [ORCID] [GS] Profesora titular del Departamento de Periodismo y Comunicación Global. Universidad Complutense de Madrid, UCM (España)
sfparratt@ucm.es

Rosa Berganza [[CV](#)] [ORCID] [GS] Catedrática de Periodismo en el Departamento de Ciencias de la Comunicación y Sociología. Universidad Rey Juan Carlos, URJC (España)
rosa.berganza@urjc.es

Abstract

[ES] **Introducción:** Se analizan las diferencias entre las percepciones acerca de la profesión periodística de los hombres y las mujeres que ejercen este trabajo en España, y las diferencias que separan a las periodistas empoderadas de los hombres empoderados del sector. **Metodología:** El trabajo pertenece al estudio comparativo transnacional Worlds of Journalism Study (WJS) basado en un cuestionario dirigido a una muestra representativa de periodistas de 124 medios de comunicación.

Resultados: Ellas reconocen más que ellos las presiones derivadas del afán de lucro empresarial y se sienten más constreñidas por decisiones empresariales, censura, políticos y grupos de presión. Las menos empoderadas manifiestan más condescendencia con el poder político y económico, mientras que la minoría que traspasa el techo de cristal gana en autonomía (posiblemente por su empoderamiento en medios digitales). También defienden la imparcialidad, pero muestran menos interés por la función de vigilancia del poder. **Discusión y conclusiones:** Ambas situaciones anteriores podrían asociarse a la necesidad de «conformismo habilitador» y a que ellas perciben menos la decadencia cualitativa y deontológica del periodismo.

[EN] **Introduction:** There is an analysis of the differences between the perceptions about journalism as profession among men and women working as journalists in Spain, and the differences that separate

empowered women journalists from empowered men of the sector. **Methodology:** the paper is part of the transnational comparative study Worlds of Journalism Study (WJS) based on a questionnaire targeted to a representative sample of journalists from 124 media. **Results:** Women recognise more than men, all the pressures derived from the pursuit of business profit and feel more compelled by business decisions, censorship, politicians and groups of pressure. The least empowered women manifest more condescension towards political and economic power, while the minority who breach the glass ceiling gain autonomy (possibly due to their empowerment on digital media). They also advocate impartiality but show less interest for the function of power surveillance. **Discussion and Conclusions:** Both aforesaid situations could be associated to the need for «enabling conformism» and to the fact that they tend to perceive the qualitative and deontological decline of journalism the least.

Keywords

[ES] Empoderamiento; mujer; periodismo; género; España; profesión.

[EN] Empowerment; woman; journalism; gender; Spain; profession.

Contents

[ES] 1. Introducción y estado de la cuestión. 2. Material y métodos. 3. Análisis y resultados. 3.1. Diferencias entre las percepciones que tienen las mujeres y los hombres periodistas acerca de sus funciones profesionales y sobre la ética. 3.1.1. Roles profesionales según el género. 3.1.2. Injerencias y cambios recientes en la praxis periodística. 3.1.3. Percepciones sobre la ética periodística. 3.2. Rasgos de las culturas periodísticas que distinguen a las mujeres empoderadas. 4. Discusión y conclusiones. 5. Referencias.

[EN] 1. Introduction and state of the art. 2. Material and methods. 3. Analysis and results. 3.1. Differences between perceptions of women and men journalists about their professional functions and ethics. 3.1.1. Professional roles by gender. 3.1.2. Interferences and recent changes in the journalistic practice. 3.1.3. Perceptions about journalistic ethics. 3.2. Features of journalistic cultures that distinguish empowered women. 4. Discussion and conclusions. 5. List of references.

Artículo traducido por **Yuhanny Henares**
(traductora académica, Universitat de Barcelona)

1. Introducción

A pesar de la legislación y las políticas de fomento de la igualdad de género, los avances hacia una mayor igualdad de las mujeres en el sector de los medios de comunicación continúan siendo lentos. Los puestos más altos en la jerarquía de las organizaciones informativas siguen estando ocupados mayoritariamente por hombres (EIGE, 2013), aun cuando el número de egresadas universitarias en las facultades de comunicación, por ejemplo, en España, supera al de los hombres en una proporción de 1,7 a 1 (APM, 2015). En este país, pese a que disminuye año a año, persiste la preeminencia de los varones en los puestos directivos y también son mayores los porcentajes de mujeres que se encuentran en los niveles de retribución más bajos y menores en los niveles más altos (de Miguel & al., 2017; APM, 2015).

Estos indicadores son solo algunos de los argumentos que han llevado a que varias investigaciones sobre la situación en España afirmen que la supuesta feminización de la profesión periodística es, en

realidad, una falsa feminización o pseudo-feminización (Soriano & al., 2005; Rivero & al., 2015). Análisis previos de la situación del periodismo en este país confirman que, si bien en el terreno académico sí existe una constatada feminización de los estudios, la práctica de la profesión periodística mantiene una situación de desigualdad de oportunidades y de precariedad laboral femenina (Rivero Santamarina; Meso Ayerdi; Peña Fernández, 2015). Esta se manifiesta en que las mujeres periodistas, en comparación con sus homólogos masculinos, tienen una tasa superior de desempleo (APM, 2015), una mayor proporción de contratos temporales, y han de esperar más tiempo hasta conseguir estabilidad laboral (Gómez Aguilar, 2009). Es más, algunas investigaciones apuntan a que gran parte de estas menores oportunidades de empleo, promoción y acceso a puestos de responsabilidad (esta última considerada como la gran barrera profesional de las mujeres por los propios periodistas) (Gómez Aguilar, 2009) se debe a la ausencia de políticas de conciliación (Rivero, 2014). Ello conlleva una alta tasa de abandono de las mujeres que se dedican a sectores más periféricos de la comunicación o bien a puestos con menor visibilidad (Soriano & al., 2005; Ufarte, 2007; Rodríguez, 2003).

Con todo, hace ya casi dos décadas que Brescoach et al. (1998: 72) apreciaron avances hacia la igualdad en las expresiones más novedosas de los medios de comunicación (en el incipiente periodismo digital), donde se abrían oportunidades de empoderamiento a las mujeres como señal esperanzadora de una mayor equidad jerárquica y retributiva en el futuro. Esto es algo que también se ha corroborado en la actualidad en España (de-Miguel & al., 2017: 505).

La denominada «hipótesis de la feminización del periodismo» (Van-Zoonen, 1998; Soriano & al., 2005) se asienta en el supuesto de que el aumento del número de mujeres en la profesión periodística puede modificar la estructura sociodemográfica y jerárquica del colectivo y, posteriormente, los contenidos y las prácticas profesionales en los medios de comunicación. La razón es que la cultura periodística (tal como se definirá más adelante) puede variar en algunos aspectos entre mujeres y hombres periodistas. Esto se conoce como «empoderamiento periodístico femenino» y en ello nos centraremos.

De todos los ingredientes de la cultura periodística, quizás sean los más evidentes y visibles aquellos que condicionan la producción informativa. Hasta el momento no se ha logrado consenso alguno entre quienes han estudiado la cuestión de cómo la desigualdad de oportunidades y la infrarrepresentación en los puestos clave influyen en las rutinas de producción noticiosa ni en las opiniones y percepciones sobre la profesión. Los resultados en la bibliografía muestran una gran dispersión. Algunos estudios derivados de encuestas a periodistas apuntan a que el peso de las diferencias de género resulta inapreciable en los aspectos redaccionales (Lavie & Lehman-Wilzig, 2003; Ryan & al., 2008; Ryan & Mapaye, 2010). En otros trabajos, fruto de inferencias realizadas a partir de análisis de contenido, se afirma lo contrario refiriéndose, en particular, a matices estilísticos («feminización del periodismo») (Robinson, 2008; Mahtani, 2005; Saitta, 2013) o relacionados con los contenidos.

El proceso de producción informativa arranca cuando la redactora, según las decisiones de planificación de la agenda tomadas por quienes tienen la responsabilidad de la coordinación editorial, elabora un producto informativo que debe pasar por el filtro del jefe/a de sección. Este/a decide sobre su idoneidad. En el transcurso de las etapas del proceso (producción, inclusión y jerarquización), la estructura piramidal de los medios determina que sea la cúspide (jefes/as de redacción, subdirectores/as, directores/as o editores/as) quien juzgue la valía de la información, su preeminencia o relativización. Y es precisamente esta elite directiva, compuesta mayoritariamente por hombres, la que decide qué se publica o qué se omite, lo cual supondría una gran desventaja para las periodistas, habida cuenta del androcentrismo simbólico de la profesión en su conjunto. Ello genera también

distintas percepciones y actitudes acerca de la profesión (por ejemplo, el de los roles profesionales o funciones que deben cumplir las y los periodistas), como se verá en este trabajo.

La bibliografía académica sobre las consecuencias de la lejanía de las mujeres de los núcleos de poder mediáticos refleja una gran desorganización teórica. Entre otros motivos, Lavie & Lehman-Wilzig (2005) sostienen que la imprecisión heurística de este objeto de estudio se debe, principalmente, a falta de uniformidad de las herramientas de investigación que se han empleado (mayoritariamente encuestas y entrevistas en profundidad a periodistas hombres y mujeres, así como el análisis de contenido de su producción periodística). Existe, además, una línea de investigación que combina dos supuestos, aparentemente contradictorios: que la feminización de las noticias depende de la mayor o menor presencia de las mujeres en las redacciones (Djerf-Pierre & Löfgren-Nilsson, 2004; Ross & Carter, 2011; Chambers & al., 2004; Armstrong, 2004; Pinto-Coelho & Mota-Ribeiro, 2009); y que el «estilo femenino» no es sino un efecto colateral de los cambios que ha experimentado el periodismo durante las últimas décadas, al margen de la discriminación o de las desigualdades sociodemográficas (De-Bruin, 2000a; van-Zoonen, 1998).

Por otro lado, existe otra escuela de investigación que trata de desentrañar los mecanismos que operan en la desigualdad de género en las redacciones partiendo del análisis de las creencias que poseen las y los periodistas acerca del ejercicio de su profesión. En este sentido, van Zoonen (1998: 36) ha descrito cuáles son las cuatro áreas principales de lo que denomina la «naturaleza del periodismo según el género» («gendered nature of journalism»), que afecta a las mujeres de la siguiente manera: son relegadas a la cobertura de temas ligeros; adoptan enfoques más interpretativos (los hombres recurren más a los hechos); acuden más frecuentemente a otras mujeres como fuentes informativas; y restan valor a la imparcialidad a la vez que se interesan en mayor medida por las necesidades de la audiencia.

En este artículo entendemos por «cultura periodística», lo siguiente: «La idea o cognición específica del o de la periodista sobre los que evalúa y ordena sus ideas culturales, a través de las cuales crea su propia realidad significativa que le permite formar su acción profesional dentro de los conocimientos colectivos» (Hanitzsch, 2007). De acuerdo con este autor, la observación de las creencias profesionales ha dado lugar a dos tipos de análisis complementarios: el de los roles o funciones profesionales y el de las perspectivas epistemológicas. Cuando son abordados conjuntamente, el objeto de investigación pasa a denominarse «análisis de la cultura profesional de los/as periodistas». Hanitzsch & Hanusch (2012: 259-260) detallan, a este respecto, los elementos diferenciales de las culturas periodísticas:

1. En lo referente a las funciones profesionales, se pueden distinguir tres dimensiones de valoración: el «intervencionismo», definido como la importancia que concede el/la periodista, en el desarrollo de su trabajo, al alejamiento de los valores (objetivismo) o, por el contrario, al compromiso social y la implicación (subjetivismo); el «distanciamiento del poder», entendido como la percepción de que se ejerce un periodismo vigilante («watchdog journalism») o, su opuesto, un periodismo oportunista, colaborativo y leal («lapdog journalism»); y la «orientación mercantilista», o el grado de adhesión a la idea de que el periodismo se dirige prioritariamente a la captación de audiencias.
2. Dentro del constructo de epistemologías periodísticas confluyen las dimensiones relacionadas con las creencias establecidas dentro de la profesión acerca de la ética periodística. Es decir, la conquista de la realidad por medio del método empírico de contrastación de los hechos (objetivismo) frente a la representación de que el mundo circundante no es aprehensible, y no por la narración analítica provista de los valores y opiniones personales necesarias (subjetivismo).

En torno a estas dos dimensiones, Hanitzsch & Hanusch (2012) analizaron las percepciones subjetivas que poseen los/as informadores/as sobre sus funciones en 18 países (N= 1.800), con el fin de averiguar si el género actúa como determinante de las diferentes culturas periodísticas. Sus conclusiones arrojan las siguientes hipótesis que serán exploradas más adelante en nuestro trabajo: (1) las mujeres periodistas suelen ser menos sensibles a las necesidades de la audiencia que los hombres (al contrario de lo que mantiene van-Zoonen, 1998); (2) valoran la imparcialidad en menor medida que sus compañeros (en la línea de van-Zoonen, 1998); (3) asumen la función de vigilancia del poder político («watchdog journalism») en menor grado que los hombres; y (4) conceden una mayor importancia a la subjetividad, al análisis y a la opinión.

En conjunto, las cuestiones que suscita todo lo visto hasta aquí son las siguientes:

- P1: ¿En qué difieren las percepciones de mujeres y hombres sobre sus funciones profesionales?
- P2: ¿En qué difieren las percepciones de mujeres y hombres sobre la ética periodística?
- P3: ¿Cuáles de las creencias que confluyen en las culturas periodísticas distinguen a mujeres y hombres en las posiciones más altas del escalafón profesional?

2. Método

Para el presente trabajo se ha utilizado un cuestionario cerrado al que respondió de manera individual una muestra representativa de periodistas españoles. Esta encuesta se llevó a cabo entre 2014 y 2015 gracias a la financiación y la colaboración prestada por Thomas Hanitzsch, catedrático de la Universidad LMU de Munich, y los miembros del equipo internacional de la investigación que él coordina, «Worlds of Journalism Study» (WJS: <http://www.worldsofjournalism.org>). En ella participan más de 60 países de todo el mundo, entre ellos, España. Este estudio forma parte de ese proyecto. Para diseñar las muestras se utilizaron los datos sobre medios de comunicación procedentes del informe de la Asociación de la Prensa de Madrid (2015) y de la Agenda de la comunicación (Dirección General de Comunicación de la Secretaría de Estado de Comunicación, 2013), y se tomó como unidad agregada la cabecera o medio de comunicación. Se seleccionaron en total 124 medios de comunicación públicos y privados (cadenas de televisión, emisoras de radio, diarios, revistas, medios digitales y agencias de noticias), que fueron extraídos por el muestreo polietápico (estratificado, por conglomerados y aleatorio simple). Fueron seleccionados de forma aleatoria tres periodistas de cada medio de menor tamaño (aquellos que cuentan con menos de 100 profesionales) y cinco de los de mayor tamaño. La muestra final, con una población estimada de 18.000 personas (N=18.000) para 2014, contó con 390 cuestionarios válidos (n=390), con una confianza del 95% y un 5% de error (2σ). Un grupo de seis encuestadores/as realizó las entrevistas vía telefónica.

3. Análisis de resultados

El análisis de los resultados que sigue a continuación tiene por objeto la interpretación de las diferencias manifiestas en las percepciones acerca de la profesión periodística detectadas entre los hombres y las mujeres que ejercen este trabajo en España, así como la búsqueda de los elementos diferenciales y similares que separan a las periodistas empoderadas de los hombres empoderados en dicho sector. En ambos casos se ha recurrido a la observación del género y del nivel ocupacional, no desde un planteamiento estático y fijo, sino dinámico. Así, hemos entendido que el género es una condición que «puede afectar» o «ser un efecto» tanto en el análisis de las relaciones sociales inter-generacionales (entre periodistas de distinto género) como intra-generacionales (entre las propias periodistas, según su estatus socioprofesional).

3.1. Diferencias en las percepciones acerca de sus funciones profesionales y sobre la ética

Con objeto de averiguar si existen matices diferenciales entre las y los periodistas a la hora de percibir su profesión, se realizó una comparación de medias a través de una prueba T para muestras independientes. Para ello se tomó como referencia el género y se sometieron a examen el resto de variables del cuestionario relativas al quehacer profesional. Se analizaron cuatro conjuntos de variables que agrupaban 68 ítems del cuestionario armonizado de WJS. En primer lugar, se midieron las percepciones de los/as periodistas acerca de los roles periodísticos, entendidos como las funciones que el/la periodista cree que debe desempeñar, mediante la pregunta «qué importancia tiene para usted en su trabajo cada uno de los siguientes aspectos» (véase Tabla 1); en segundo lugar, se registraron las respuestas del/la periodista al enunciado «cuánto le influyen en su trabajo las siguientes cuestiones o personas», relativas a las influencias, o injerencias, percibidas en su labor (Tabla 4); en tercer lugar, se solicitó que expresaran sus percepciones acerca de los cambios experimentados en el periodismo durante los últimos cinco años, mediante la pregunta «en qué medida las siguientes cuestiones se han fortalecido o debilitado en los últimos cinco años» (Tabla 4); y, por último, se pidió que se manifestara la opinión sobre diversas cuestiones de índole deontológica (Tabla 5).

Tras analizar los datos, se obtuvieron los resultados que refleja la tabla 1, en la que aparecen únicamente aquellas preguntas que presentan diferencias significativas inter-géneros ($p < 0,05$).

Tabla 1. Diferencias entre las funciones profesionales

Funciones	N	Mujeres (Media)	σ	Hombres (Media)	σ	t	D
Transmitir una imagen positiva del liderazgo político	386	2,06	0,985	1,70	0,834	3,739***	,39
Fomentar el desarrollo nacional	385	3,80	1,127	3,46	1,183	2,809***	,29
Ser adversario/a del Gobierno	381	2,64	1,266	2,31	1,129	2,624***	,28
Apoyar las políticas públicas del Gobierno	382	2,32	1,056	2,04	1,028	2,563**	,27
Proporcionar la información que necesita la gente para realizar decisiones políticas	387	4,13	0,937	3,86	1,178	2,47***	,25
Proporcionar el tipo de noticias que atraiga el máximo posible de audiencia	389	2,79	1,161	3,07	1,225	-2,221***	,23
Fijar la agenda política	387	3,27	1,121	3,04	1,137	1,997*	,20

Variables ordenadas por tamaño del efecto (*d* de Cohen). * $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; p*** $< 0,001$

3.1.1. Los roles profesionales según el género

El análisis estadístico del primer conjunto de variables, relativo a las percepciones sobre los roles o funciones que desempeñan las y los periodistas, confirma, aunque parcialmente, los hallazgos de

Hanitzsch & Hanusch (2012) [1]. Por un lado, se aprecian diferencias significativas a favor del género masculino en las percepciones que poseen los y las periodistas españoles/as sobre la importancia que debe concederse a las noticias que más atraigan al público ($\mu = -0,28$; $t = -2,221$; $p < 0,001$). Al igual que en el trabajo de estos autores, la función de proporcionar un tipo de información que alcance el máximo posible de audiencia es más propia de los hombres, y son ellos, por tanto, quienes muestran una mayor orientación mercantilista.

Por otro lado, las mujeres, cuando son analizadas aisladamente no se distinguen de los periodistas hombres por la importancia que otorgan a la función de vigilancia del poder político y económico («watchdog journalism») en el ejercicio de su profesión. Este resultado refuta la hipótesis de Hanitzsch y Hanusch (2012) al respecto, ya que, si bien las periodistas conceden una mayor relevancia a la función opositora al Gobierno ($\mu = 0,33$; $t = 2,264$; $d = 0,28$; $p < 0,000$), también es cierto que entienden que su labor sirve a los fines de fomentar el desarrollo nacional ($\mu = 0,46$; $t = 2,809$; $d = 0,29$; $p < 0,000$), de transmitir una imagen positiva del liderazgo político ($\mu = 0,36$; $t = 3,739$; $d = 0,39$; $p < 0,000$), de apoyar las políticas públicas del gobierno ($\mu = 0,28$; $t = 2,563$; $d = 0,27$; $p < 0,001$) y de fijar la agenda política ($\mu = 0,23$; $t = 1,997$; $d = 0,56$; $p < 0,05$). Todas estas variables resultan escasamente relacionables con la función de vigilancia e, interpretadas por separado, contradictorias entre sí. Sin embargo, de manera agregada, existen diferencias significativas en las percepciones sobre el quehacer profesional entre los géneros y las mujeres parecen ser más conscientes de la importancia de complacer al poder político (en general) cuando ejercen el periodismo (Tabla 2).

Tabla 2. Matriz de componentes rotados: percepción sobre las funciones del/la periodista

Percepciones	Componentes					
	1	2	3	4	5	6
Actuar como vigilante/control de los actores políticos (gobierno)	0,913					
Actuar como vigilante/control de las élites económicas	0,893					
Establecer la agenda política	0,568					
Proveer análisis sobre temas de actualidad	0,558					
Promover la tolerancia y la diversidad cultural		0,812				
Permitir que las personas expresen sus puntos de vista		0,717				
Contar historias sobre el mundo		0,638				
Asesorar, orientar y aconsejar a la ciudadanía sobre su vida diaria			0,723			
Educar a la audiencia			0,703			
Motivar a la gente a participar en actividades ciudadanas y en la discusión política			0,593			
Dar a los ciudadanos la información que necesitan para tomar decisiones políticas			0,574			
Apoyar las políticas públicas gubernamentales				0,79		
Ofrecer una imagen positiva de los líderes políticos y económicos				0,737		
Centrarse principalmente en las noticias que atraigan a la mayor audiencia posible					0,698	
Proporcionar entretenimiento y relajación					0,649	
Mantenerse distante ante los hechos						0,892
Informar de las cosas tal y como son						0,539

Método de extracción: Análisis de componentes principales.
 Método de rotación: Normalización Varimax con Kaiser. Var.total explicada: 64,65%
 KMO= 0,729; Chi-cuadrado= 1884,896; gl= 136; sig.= 0,000
 (esfericidad de Barlett)

Estos resultados confirman los hallazgos de Berganza & al. (2017: 89-90) y los hemos corroborado efectuando también un análisis de correlaciones no paramétricas (Tau b de Kendall), entre la variable género y las seis dimensiones de roles profesionales (Tabla 3). Las mujeres, por tanto, es posible que experimenten en mayor medida la necesidad de esa aquiescencia con el poder político y económico (eminentemente masculinizado) como vehículo habilitador de un estatus dentro del medio, y que así lo hayan reconocido.

Tabla 3: Correlaciones entre roles periodísticos y género

Función	Género
Watchdog	-0,071
Altavoz de la ciudadanía	-0,002
Instruir a la audiencia	-0,053
Favorecer el statu quo	-,154**
Entretener a la audiencia	0,073
Difundir información objetiva	0,019

**p<0,001; t=3,609; d=0.38

3.1.2. Injerencias y cambios recientes en la praxis periodística

La falta de empoderamiento dentro del medio queda asimismo reflejada cuando se observan el resto de diferencias significativas entre géneros de la muestra. Fuera ya de las creencias sobre las funciones informativas, resulta llamativo que sean precisamente las periodistas quienes además se distinguen en sus percepciones acerca del grado de injerencia que sufren en su trabajo por cuestiones de naturaleza mercantil/publicitaria ($\mu=0,28$; $t=1,979$; $d=0,22$; $p<0,05$), o que refieran en mayor medida un aumento de este tipo de presiones en los últimos cinco años ($\mu=0,39$; $t=4,435$; $d=0,48$; $p<0,05$) así como un giro editorial hacia el beneficio económico y el sensacionalismo ($\mu=0,24$; $t=2,242$; $d=0,25$; $p<0,05$). Si a esto sumamos que las mujeres declaran que su trabajo se encuentra condicionado en mayor medida que sus compañeros de redacción por la captación o mantenimiento de la inversión publicitaria ($\mu=0,28$; $t=1,979$; $d=0,22$; $p<0,05$), por la censura ($\mu=0,33$; $t=2,566$; $d=0,27$; $p<0,05$), por los políticos ($\mu=0,28$; $t=2,289$; $d=0,23$; $p<0,05$) y por los grupos de presión ($\mu=0,36$; $t=3,020$; $d=0,32$; $p<0,05$), podría entenderse que son ellas quienes más perciben todos estos apremios en su quehacer laboral (Tabla 4).

Estos resultados podrían apoyar la hipótesis, vertida más arriba, acerca de las razones que les hacen señalar la importancia de la condescendencia con los poderes políticos y económicos, en la medida en que son ellas también las que más perciben las presiones en esa misma dirección. En este sentido, cabría recordar que, tal y como asevera Ross (2001), la mayoría de las periodistas son capaces de reconocer la cultura de la masculinidad manifiesta que preside las redacciones (de-Bruin, 2000b; van-Zoonen, 1998; Melin-Higgins, 2008); o cómo el predominio de la identidad corporativa sobre la

identidad profesional podría actuar, en estos momentos, como contrapeso del empoderamiento femenino, al tiempo que las periodistas despliegan estrategias de competición que les habilitan como «un tío más» (van-Zoonen,1998) en el seno de unas instituciones regidas, mayoritariamente, por hombres.

Tabla 4: Injerencias y cambios recientes en la praxis periodística

Influencias en el ejercicio del periodismo							
Grupos de presión	347	2,43	1,214	2,07	1,045	3,02*	,32
Censura	389	2,29	1,343	1,96	1,063	2,566*	,27
Políticos/as	388	2,59	1,255	2,31	1,171	2,289*	,23
Consideraciones publicitarias	388	3,09	1,175	2,81	1,265	1,979*	,22
Cambios en la profesión (últimos 5 años)							
Presiones por el beneficio económico	348	4,04	0,992	3,52	1,159	4,345*	,48
Mayores consideraciones publicitarias	338	3,78	1,025	3,39	1,175	2,926*	,32
Estándares éticos	332	2,08	0,915	2,38	1,025	-2,801*	,31
Credibilidad del periodismo	297	2,12	0,847	2,39	1,048	-2,651*	,28
Presión hacia el sensacionalismo	348	4,04	0,992	3,80	0,961	2,242*	,25

En el contexto español, nuestros resultados constituyen un avance en la investigación iniciada por Berganza, Herrero y Arcila (2016), y Berganza, Arcila y Herrero (2016) sobre las influencias percibidas por los/as periodistas del medio televisivo y sobre los medios digitales frente a la prensa convencional, respectivamente. En ambos estudios, las principales injerencias percibidas en la labor informativa se clasificaban en función de su mayor o menor magnitud, en las siguientes categorías: las relacionadas con las rutinas profesionales y las organizativas (con mayor peso); las económicas, relativas a las presiones derivadas del afán de lucro; y, por último, y menos relevantes, las injerencias por parte de los políticos/as y los grupos de presión. El hecho de que el análisis aquí realizado arroje resultados que apuntan en esa misma dirección, destacando la desproporcionalidad de las presiones sobre las periodistas, invita a profundizar en la observación de este fenómeno desde una perspectiva intra-genérica que sitúe el empoderamiento femenino como variable dependiente.

3.1.3. Percepciones sobre la ética periodística

Resulta paradójico, sin embargo, que sean los hombres quienes reconozcan en mayor medida que se han producido cambios en los estándares éticos durante los últimos cinco años ($\mu=-0,30$; $t=-2,801$; $p<0,05$), cambios que, además, han disminuido la credibilidad del periodismo ($\mu=-0,27$; $t=-2,651$;

$p < 0,05$). Véase en este sentido la Tabla 4. El hecho de que las mujeres no aprecien de la misma manera la decadencia cualitativa podría obedecer, teóricamente, al desigual reparto de poder dentro de las redacciones, en el sentido de que las experiencias ligadas a este deterioro deontológico podrían ser más visibles desde los órganos directivos y gerenciales que en los niveles intermedios o de base, donde se sitúan mayoritariamente las periodistas. Esta suposición se vería arrojada por los resultados obtenidos dentro del grupo de variables relacionadas específicamente con la ética periodística (Tabla 5).

Tabla 5: Percepciones sobre la ética periodística

	Ética periodística						
Lo que es ético en el periodismo en un asunto de juicio personal	390	1,99	1,11	2,25	1,161	-2,235**	,23

Variables ordenadas por tamaño del efecto (d de Cohen). * $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; p*** $< 0,001$

Retomando las hipótesis de Hanitzsch & Hanusch (2012) sobre el menor valor que conceden las mujeres a la imparcialidad informativa, observamos que esta quedaría invalidada en el caso español, ya que las mujeres analizadas no entienden que los comportamientos que deben guiar su profesión dependan tanto de los juicios personales como los hombres ($\mu = -0,26$; $t = -2,235$; $p < 0,01$), como se observa en la Tabla 5. Esa lejanía de la subjetividad connota un mayor acatamiento de la deontología periodística y, sin duda, de su principio decano, el de la imparcialidad. La única variable que podría contribuir indirectamente a confirmar el enunciado de Hanitzsch & Hanusch de 2012 (según el cual las mujeres conceden más importancia a la subjetividad, el análisis y la opinión) se encuentra en un ítem del cuestionario que mide la predisposición de los/as periodistas a proporcionar consejos y orientación en la vida diaria, y en ese caso tampoco se observan diferencias significativas por razón de género ($d = 0,05$; $p > 0,05$). A tenor de nuestros resultados, por tanto, las periodistas españolas no practican un enfoque más participante y menos objetivo (intervencionista), al contrario de lo que aseguran Hanitzsch & Hanusch (2012), y con anterioridad van Zoonen (1998) & Melin-Higgins (2008).

3.2. Rasgos de las culturas periodísticas que distinguen a las mujeres empoderadas

Para averiguar si existen diferencias en las percepciones sobre las funciones que desarrollan y el papel que tienen asignado las mujeres en las redacciones periodísticas según su grado de empoderamiento alcanzado en los medios, se ha efectuado una comparación de medias utilizando el estadístico T y realizando una comprobación post-hoc del tamaño del efecto muestral (d de Cohen), en la que se tomó como grupo de referencia el rango jerárquico. En esta ocasión, con el fin de subrayar las diferencias entre quienes poseen mayor y menor poder dentro del medio, se ha optado por reducir a dos categorías el estatus jerárquico: seniors y el resto de la plantilla (juniors y de base).

Por otro lado, para averiguar si existen matices diferenciales entre hombres y mujeres a partir del estatus organizativo, se ha replicado este análisis en la muestra de hombres ($n = 220$) para así poder detectar aspectos comunes y diferenciales en el empoderamiento de ambos grupos.

En la tabla 6 se ofrecen los resultados para las cuatro únicas variables en las que existen diferencias significativas comunes a ambos géneros. Aparte de la desproporción en el número de directivas (16

mujeres frente a 31 hombres), a primera vista se puede apreciar que existe una clara relación entre el grado de empoderamiento y el grado de autonomía decisional en las redacciones: cuanto más alto es el puesto que ocupan las mujeres en el organigrama, mayor es su autonomía en la coordinación editorial ($\mu=1,938$; $t=4,978$; $d=1,69$; $p<0,001$), para enfatizar determinados aspectos de la información ($\mu=0,542$; $t=2,618$; $d=0,80$; $p=0,010$) y a la hora de seleccionar la cobertura de los temas ($\mu=0,578$; $t=2,455$; $d=0,79$; $p=0,015$). Al tomar a los hombres por separado, las diferencias entre los miembros de la cúpula y sus subordinados arrojan un patrón idéntico.

El empoderamiento femenino en el periodismo, por tanto, no difiere del masculino en términos estructurales salvo en un matiz: la variable «función de apoyo a las políticas gubernamentales». En ese caso, el sentido de la relación es inverso entre hombres y mujeres empoderados/as. Las periodistas séniores difieren significativamente del resto de mujeres de la plantilla en que entienden que apoyar a los gobiernos es menos importante que las mujeres situadas en posiciones más bajas del escalafón (μ seniors=1,75; μ plantilla=2,38; $t= 2,303$; $d=0,654$; $p= 0,023$); los hombres en la cúpula organizativa, en cambio, consideran más importante la aquiescencia con los gobiernos que sus subordinados (μ seniors= 2,41; μ plantilla= 1,98; $t= 2,115$; $d= 1,386$; $p= 0,036$). Estos resultados pueden constituir una prueba de la presión hacia el «periodismo leal» que sufren las periodistas menos empoderadas, como se vio al analizar las diferencias entre las perspectivas profesionales masculinas y femeninas.

Tabla 6: percepciones profesionales según estatus profesional y género

	Rango (Mujeres)	N	Media	σ	<i>d</i>	Dif.(μ)	T	Sig																																		
Autonomía en la selección de historias	Plantilla	143	3,73	0,927	0,786	-0,578	-2,455	0,015																																		
	Sénior	16	4,31	0,479					Autonomía en el realce de aspectos de la información	Plantilla	144	3,9	0,808	0,798	-0,542	-2,618	0,010	Sénior	16	4,44	0,512	Autonomía en la coordinación editorial	Plantilla	142	2,94	1,545	1,689	-1,938	-4,978	0,000	Sénior	16	4,88	0,500	Función de apoyo a las políticas gubernamentales	Plantilla	141	2,38	1,060	0,654	0,633	2,303
Autonomía en el realce de aspectos de la información	Plantilla	144	3,9	0,808	0,798	-0,542	-2,618	0,010																																		
	Sénior	16	4,44	0,512					Autonomía en la coordinación editorial	Plantilla	142	2,94	1,545	1,689	-1,938	-4,978	0,000	Sénior	16	4,88	0,500	Función de apoyo a las políticas gubernamentales	Plantilla	141	2,38	1,060	0,654	0,633	2,303	0,023	Sénior	16	1,75	0,856								
Autonomía en la coordinación editorial	Plantilla	142	2,94	1,545	1,689	-1,938	-4,978	0,000																																		
	Sénior	16	4,88	0,500					Función de apoyo a las políticas gubernamentales	Plantilla	141	2,38	1,060	0,654	0,633	2,303	0,023	Sénior	16	1,75	0,856																					
Función de apoyo a las políticas gubernamentales	Plantilla	141	2,38	1,060	0,654	0,633	2,303	0,023																																		
	Sénior	16	1,75	0,856																																						

	Rango (Hombres)	N	Media	σ	<i>d</i>	Dif.(μ)	t	Sig																																		
Autonomía en la selección de historias	Plantilla	199	4,03	0,884	0,511	-0,394	-2,390	0,018																																		
	Sénior	31	4,42	0,62					Autonomía en el realce de aspectos de la información	Plantilla	199	4,11	0,846	0,932	-0,631	-4,065	0,000	Sénior	31	4,74	0,445	Autonomía en la coordinación editorial	Plantilla	199	3,2	1,507	1,386	-1,573	-5,765	0,000	Sénior	31	4,77	0,425	Función de apoyo a las políticas gubernamentales	Plantilla	196	1,98	1,005	0,404	-0,429	-2,115
Autonomía en el realce de aspectos de la información	Plantilla	199	4,11	0,846	0,932	-0,631	-4,065	0,000																																		
	Sénior	31	4,74	0,445					Autonomía en la coordinación editorial	Plantilla	199	3,2	1,507	1,386	-1,573	-5,765	0,000	Sénior	31	4,77	0,425	Función de apoyo a las políticas gubernamentales	Plantilla	196	1,98	1,005	0,404	-0,429	-2,115	0,036	Sénior	29	2,41	1,119								
Autonomía en la coordinación editorial	Plantilla	199	3,2	1,507	1,386	-1,573	-5,765	0,000																																		
	Sénior	31	4,77	0,425					Función de apoyo a las políticas gubernamentales	Plantilla	196	1,98	1,005	0,404	-0,429	-2,115	0,036	Sénior	29	2,41	1,119																					
Función de apoyo a las políticas gubernamentales	Plantilla	196	1,98	1,005	0,404	-0,429	-2,115	0,036																																		
	Sénior	29	2,41	1,119																																						

A mayor abundamiento, si se toman por separado los grupos Sénior y Plantilla se obtiene una perspectiva más precisa del reparto de poder diferencial según el género (tabla 7).

Tabla 7: Diferencias inter-géneros según estatus profesional

	Dif. Séniors	<i>d</i> (Séniors)	Dif. Plantilla	<i>d</i> (Plantillas)
Autonomía en la selección de historias	-0,11	0,198	-0,30	0,331*
Autonomía en el realce de aspectos de la información	-0,32	0,625**	-0,21	0,254
Autonomía en la coordinación editorial	0,11	0,232	-0,26	0,170
Función de apoyo a las políticas gubernamentales	-0,66	0,662**	0,40	0,387*

Las directivas disponen de menor libertad a la hora de decidir qué aspectos de la información deben ser resaltados ($\mu=-0,32$; $d=0,625$; $p<0,001$) y son menos condescendientes con los gobiernos que la cúpula masculina ($\mu=-0,32$; $d=0,625$; $p<0,001$); en los estratos inferiores las diferencias se manifiestan en la falta de autonomía decisional sobre la cobertura informativa ($\mu=-0,30$; $d=0,331$; $p<0,05$), que es más favorable para los informadores; y, nuevamente, en el apoyo a las políticas gubernamentales, que es más importante como función informativa entre las subordinadas.

4. Discusión y conclusiones

Los resultados del análisis empírico que se han desarrollado en el apartado anterior, de carácter exploratorio, suponen un paso más en la generalización de algunas de las hipótesis de las que parten las preguntas que se plantean en esta investigación.

Cuando se analizan las creencias sobre el ejercicio de la profesión periodística y las percepciones sobre los roles asignados a las mujeres en la producción informativa, aparecen formas de discriminación sutiles. Las periodistas españolas reconocen en mayor medida que los hombres las presiones derivadas del afán de lucro empresarial. Declaran, además, que su labor como informadoras se encuentra constreñida por las decisiones empresariales, por la censura, por los políticos y por los grupos de presión.

De hecho, son ellas quienes inequívocamente manifiestan una mayor condescendencia con el poder político y económico: las periodistas, en especial las menos empoderadas, son conscientes de la importancia de complacer a los poderes fácticos para ejercer el periodismo y, quizás, de cómo esa pleitesía determina su estatus dentro del medio donde trabajan. La minoría que traspasa el techo de cristal (posiblemente gracias a su empoderamiento en los medios digitales), en cambio, gana en autonomía, aunque la voz masculina sigue prevaleciendo en la confección de las agendas.

Al margen de las percepciones sobre los roles en la producción informativa, los resultados obtenidos contradicen algunas de las hipótesis vertidas en la bibliografía científica acerca de las diferencias estilísticas entre géneros. Al contrario de lo manifestado por Hanitzsch y Hanusch (2012), van-Zoonen (1998) y Melin-Higgins (2008), las periodistas españolas defienden el valor de la imparcialidad informativa, y, sin embargo, en coincidencia con dichos autores/as, reflejan un interés menor por el ejercicio de la función de vigilancia del poder.

Ambas situaciones anteriores podrían conectarse con la necesidad de «conformismo habilitador» ya mencionada, aunque también con el hecho de que las mujeres no perciban tanto como los periodistas la decadencia cualitativa y deontológica del periodismo actual. A pesar de reconocer que la

información debe respetar el principio de objetividad, el deterioro general de la calidad en la profesión resulta invisible desde los niveles intermedios o de base, donde se localiza mayoritariamente a las periodistasas.

* La encuesta a la que hace referencia este artículo se llevó a cabo entre 2014 y 2015 gracias a la financiación y la colaboración con la *Universidad LMU* de Munich (Alemania) y el «Worlds of Journalism Study»: <http://www.worldsofjournalism.org>

Fechas:

Inicio de la investigación: enero 2012

Término de la investigación: diciembre 2016

5. Nota

[1] Hanitzsch & Hanusch (2012) expresan su desconfianza con los hallazgos obtenidos con la muestra transnacional de su trabajo debido al escaso tamaño del efecto (d de Cohen), que registra las diferencias estadísticamente significativas. La mayoría de estos hallazgos, en su opinión, podrían ser poco representativos teniendo en cuenta que se trata de una muestra «relativamente amplia» (p. 272). Esto les lleva a controlar este efecto individualmente por país (n=100), aunque no encuentran una gran diferencia entre ambos tipos de análisis. Nuestros resultados, en cambio, duplican, cuando menos, la magnitud del efecto de la variable género en las variables con significación estadística. Al margen de que la medición de la fuerza de la asociación entre las variables puede encontrarse condicionada por las medidas empleadas (variables ordinales y nominal), cabe también la posibilidad de que el efecto sea más estable en nuestro caso por el simple hecho de que la muestra española ofrece menor variabilidad al representar a una población más homogénea.

6. Referencias bibliográficas

APM (2015). *Informe anual de la profesión periodística, 2015*. Madrid: Asociación de la Prensa de Madrid.

Armstrong, C. L. (2004). “The influence of reporter gender on source selection in newspaper stories”. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 81(1), pp. 139-154.

Berganza, R., Arcila, C., & Herrero, B. (2016). “Periodistas de medios digitales vs. medios tradicionales: características sociodemográficas y amenazas externas e internas a su autonomía”. *El profesional de la información*, 25(2), pp. 179-187:

http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2016/mar/04_esp.pdf (02-02-2017).

Berganza, R., Herrero B., & Arcila, C. (2016). “Perceived influences and trust in political institutions of public vs private television journalists in Spain”. *Communication & Society*, 29(4), pp. 185-201.

Berganza, R., Lavín, E., & Piñeiro-Naval, V. (2017). “La percepción de los periodistas españoles acerca de sus roles profesionales”. [Spanish Journalist’s Perceptions about their Professional Roles]. *Comunicar*, 51(XXV), pp. 83-92:

<https://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=51&articulo=51-2017-08> (20-02-2017).

Brescoach, W. W., DiGuglielmo, T., & Thornberry, J. (1998). *Is the Playing Field Level Yet? A Comparative Study of Women in Mass Media: 1970s–1990s* (documento inédito), University of Kentucky, Lexington, EUA.

Chambers, D., Steiner, L., & Fleming, C. (2004). *Women and Journalism*. Nueva York, Estados Unidos: Routledge.

De-Bruin, M. (2000a). “Gender, organizational and professional identities in journalism”. *Journalism*, 1(2), pp. 217-238.

De-Bruin, M. (2000b). “Organizational, professional, and gender identities: Overlapping, coinciding and contradicting realities in Caribbean media practices”, en M. de-Bruin & Ross, K. (Eds.), *Gender and Newsroom Cultures: Identities at Work* (pp. 1-16). Cresskill, NJ, Estados Unidos: Hampton Press.

De Miguel, R., Hanitzsch, T., Parratt, S. & Berganza, R. (2017). “Mujeres periodistas en España: análisis de las características sociodemográficas y de la brecha de género” [Women Journalists in Spain: an Analysis of the Sociodemographic Features and of the Gender Gap]. *El profesional de la información*, 26(3), pp. 497-506:
http://www.elprofesionaldeinformacion.com/contenidos/2017/may/16_esp.pdf (12-12-2017).

Dirección General de Comunicación de la Secretaría de Estado de Comunicación (2013). *Agenda de la comunicación*.

Djerf-Pierre, M., & Löfgren-Nilsson, M. (2004). “Gender-typing in the newsroom: The feminization of Swedish television news production 1958-2000”, en M. de Bruin & Ross, K. (Eds.), *Gender and Newsroom Cultures: Identities at Work* (pp. 81-106). Cresskill, NJ, Estados Unidos: Hampton Press.

EIGE - European Institute for Gender Equality (2013). *Review of the implementation of the Beijing Platform for Action in the EU Member States: Women and the Media. Advancing gender equality in decision-making in media organisations*.

Gómez-Aguilar, M. (2009). “Análisis de la situación laboral/profesional en el periodismo desde una perspectiva de género”. Actas del I Congreso Internacional Latina de Comunicación Social, 2009. Universidad de La Laguna (Tenerife) / SLCS:
<http://www.revistalatinacs.org/09/Sociedad/actas/109marisol.pdf> (20-12-2017).

Hanitzsch, T. (2007). “Deconstructing journalism culture: Toward a universal theory”. *Communication theory*, 17 (4), pp. 367-385.

Hanitzsch, T., & Hanusch, F. (2012). “Does Gender Determine Journalists’ Professional Views? A reassessment based on cross-national evidence”. *European Journal of Communication*, 27(3), pp. 257-277.

Lavie, A., & Lehman-Wilzig, S. (2003). “Whose news? Does gender determine the editorial product?” *European Journal of Communication*, 18(1), pp. 5-29.

Lavie, A., & Lehman-Wilzig, S. (2005). “The method is the message. Explaining inconsistent findings in gender and news production research”. *Journalism*, 6(1), pp. 66-89.

Mahtani, M. (2005). “Gendered news practices: Examining experiences of women journalists in different national contexts”, en S. Allan (Ed.), *Journalism: critical issues* (pp. 299-310).

Maidenhead, Reino Unido: Open University Press.

Melin-Higgins, M. (2008). *Gendered Journalism Cultures. Strategies and tactics in the fields of Journalism in Britain and Sweden*. Göteborg, Suecia: JMG.

Pinto-Coelho, Z., & Mota-Ribeiro, S. (2009). “Contradictions in the (still) gendered structure of Portuguese newspapers' production and discourse”. *International Journal of Iberian Studies*, 22(2), pp. 125-143.

Rivero-Santamarina, D., Meso-Ayerdi, K. & Peña-Fernández, S. (2015). “La feminización de los estudios de Periodismo: análisis del caso español”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, pp. 566-583: <http://www.revistalatinacs.org/070/paper/1060/RLCS-paper1060.pdf> (15-11-2017).

Rivero-Santamarina, D. (2014). “Posmachismos y medios de comunicación: nuevos mecanismos para viejos problemas”. *Anàlisi. Quaderns de Comunicació i Cultura*, 50, pp. 85-97.

Robinson, G. J. (2008). “Journalism as a symbolic practice: The gender approach in journalism research”, en M. Löffelholz, & Weaver, D.H. (Eds.), *Global journalism research: theories, methods, findings, future* (pp. 79-89). Malden, MA, Estados Unidos: Wiley-Blackwell.

Rodríguez A. R. (2003). “Características socio-demográficas y laborales de los periodistas españoles e índice de satisfacción profesional”. *Ámbitos*, 9-10, pp. 487-504: <http://dadun.unav.edu/handle/10171/35627> (20-12-2017).

Ross, K. (2001). “Women at work: Journalism as en-gendered practice”. *Journalism Studies*, 2(4), pp. 531-544.

Ross, K., & Carter, C. (2011). “Women and news: A long and winding road”. *Media. Culture & Society*, 33(8), pp. 1148-1165.

Ryan, K. M., Lake, H., & Mapaye, J. C. (2008). (Mayo de 2008) “Newsqueens? A Comparative Analysis of Women's Roles in Network News”. In *Communicating for Social Impact*. Ponencia presentada en el 58th Annual Conference of the International Communication Association, Montreal, Canada.

Ryan, K. M., & Mapaye, J. C. (2010). “Beyond “anchorman”: a comparative analysis of race, gender, and correspondent roles in network news”. *Electronic News*, 4(2), pp. 97-117.

Saitta, E. (2013). “France: A Nuanced Feminization of Journalism”, en M. C. Byerly (Ed.), *The Palgrave International Handbook of Women and Journalism* (pp. 238-252). Basingstoke, Reino Unido: Palgrave Macmillan.

Soriano, J., Cantón, M. J., & Díez, M. (2005). “La pseudofeminización de la profesión periodística en España”. *Zer*, 19, pp. 35-52: <file:///C:/Users/JOS%20C%89LUIS/Downloads/3838-13296-1-PB.pdf> (04-01-2018).

Ufarte-Ruiz, M.J. (2007). “Las mujeres en el seno de la profesión periodística: de la discriminación a la inserción”. *Ámbitos*, 16, pp. 409-421. <http://www.redalyc.org/pdf/168/16801623.pdf> (04-12-2017).

Van-Zoonen, L. (1998). “One of the girls? Or the changing gender of journalism”, en C. Carter, Branston, G. & Allan, S. (Eds.), *News, gender and power* (pp. 33-56). Londres, Reino Unido: Routledge.

Cómo citar este artículo en bibliografías / Referencia

R de-Miguel-Pascual, S Parratt-Fernández, R Berganz (2019): “Las percepciones de las mujeres periodistas sobre su trabajo. La variable género en la cultura profesional”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, pp. 1818 a 1833.

<http://www.revistalatinacs.org/074paper/1412/95es.html>

DOI: [10.4185/RLCS-2019-1412](https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1412)

- En el interior de un texto:

R de-Miguel-Pascual, S Parratt-Fernández, R Berganza (2019: 1818 a 1833) ...

o

...R de-Miguel-Pascual *et al*, 2019 (1818 a 1833)

Artículo recibido el 21 de junio. Aceptado el 28 de septiembre
Publicado el 9 de noviembre de 2019