



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

MUJERES PERIODISTAS EN MEDIOS DIGITALES: UNA POSIBILIDAD PARA RESARCIR LA BRECHA DE GÉNERO

TESIS

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADA EN
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

PRESENTA

ANTARES LISSET MALDONADO GALICIA

ASESORA

CARMEN AVILÉS SOLÍS



CIUDAD UNIVERSITARIA, CIUDAD DE MÉXICO, 2023



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Agradecimientos

Esta tesis de licenciatura no sería posible sin mi mamá, Liz Galicia, quien insistió hasta el cansancio para que terminara de escribir. Sus palabras de aliento y comprensión me hicieron confiar para dar este primer salto y dejar atrás los miedos que me impuse.

Agradezco a mi familia por ser el pilar que sostuvo mi paso por la universidad, por apoyar mis decisiones y alimentar mis ganas de seguir adelante, incluso cuando no estaban de acuerdo en la profesión que quería ejercer.

También a Michelle, mi hermana, amigas y amigos, quienes siempre creyeron que escribir una tesis era el mayor acto de valentía y masoquismo. A Mary Paz y a Jorge por escuchar mis temores incesantes y tratar de comprenderme cuando la maldición de “la hoja en blanco” se hacía presente.

Además del apoyo emocional, fundamental en este proyecto, agradezco a la profesora Carmen Avilés Solís, mi asesora de tesis, por aceptar ser parte de este proyecto y acompañarme en todo el proceso, por brindarme sus enseñanzas con profesionalismo, paciencia, empatía y amabilidad.

Por supuesto, agradezco a todas las periodistas y teóricas feministas que leí en las aulas de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales por ser la inspiración para esta investigación y a las profesoras que con ímpetu me adentraron en el periodismo y en todos los temas que aquí se presentan.



ÍNDICE

Introducción.....	1
CAPÍTULO 1:	
La mujer en el periodismo mexicano, datos generales y contexto.....	6
1.1 Precursoras del periodismo mexicano.....	12
1.2 La profesionalización del periodismo.....	22
1.3 Género y periodismo: el techo de cristal.....	28
CAPÍTULO 2:	
La mujer y los medios impresos.....	41
2.1 El Universal.....	54
2.2 Excélsior.....	60
3.3 La Jornada.....	64
CAPÍTULO 3:	
La comunicación y el entorno digital.....	67
3.1 El ciberperiodismo.....	77
3.2 Animal Político.....	81
3.3 Aristegui Noticias.....	90
3.4 Nación 321.....	94
Conclusiones.....	98
Referencias.....	106
Anexos.....	118

Introducción

Gerda Lerner (1990), historiadora y feminista, menciona que la minimización y segregación femenina tiene su origen en el patriarcado, que restringe la participación de la mujer en la formación de los sistemas de ideas.

De acuerdo con la autora, esta exclusión, en un nivel de ideas y de conceptualización del mundo, hace que se invisibilice a la mujer en la historia, ignorándose así su participación en los eventos más trascendentales que han cambiado o que han explicado al mundo.

Al igual que los hombres, las mujeres son y siempre han sido actores y agentes en la historia. Puesto que representan la mitad de la humanidad, han compartido con los hombres el mundo y el trabajo de la misma manera, pero los historiadores han sido varones y lo que han registrado es lo que han hecho, experimentado y considerado que era importante.

Lo han denominado Historia y la declaran universal. Lo que las mujeres han hecho y experimentado no ha sido escrito, ha quedado olvidado. Los estudios históricos, hasta un pasado muy reciente, han visto a las mujeres al margen de la formación de la civilización y las han considerado innecesarias en aquellas ocupaciones definidas como de importancia histórica (Lerner, 1990, p.1).

Las mujeres son una parte fundamental del periodismo en México porque con sus voces e ideas han buscado transformar los ideales misóginos y machistas¹ que, históricamente, se han interpuesto en su desarrollo profesional, económico y social.

¹Con esto me refiero a los estereotipos de género que *establecen* ciertos roles sociales en mujeres y hombres que les obligan a desempeñar tareas diferenciadas respecto a su sexo. En el caso de las mujeres, estos ideales las han instado a permanecer en el espacio privado y a realizar tareas ligadas con el cuidado de la familia y del hogar, sin oportunidad de desarrollo personal o ascenso social. Términos como machismo, misoginia o estereotipos de género serán explicados y desarrollados a lo largo de esta investigación.

Desde sus inicios, esta profesión, al igual que muchas otras, comenzó siendo una labor que se desempeñaba en un ambiente para hombres, mismos que tenían derechos exclusivos, como la educación y el voto, a los que ellas no podían acceder.

Sin embargo, su exclusión del espacio público y de la toma de decisiones no impidió que las mujeres incursionaran en el periodismo para externar sus ideales, en ocasiones bajo seudónimos masculinos, en las páginas de los primeros diarios nacionales.

El camino emprendido por las primeras periodistas mexicanas hace más de 100 años cimentó las bases para que, en la actualidad, cada vez más mujeres sean reconocidas en esta profesión, pues con sus aportaciones han constituido los primeros avances para cambiar su imagen en los medios de comunicación y el tratamiento periodístico que se da a la información referente a las mujeres, dejando atrás los estereotipos de género que abundan en la prensa².

Pese a que los hombres acapararon la mayoría de las páginas en los diarios, destacan mujeres como Leona Vicario, considerada la primera periodista mexicana debido al papel que desempeñó durante la guerra de independencia con la elaboración de dos periódicos de la época: *El ilustrador americano* (1812) y *El semanario patriótico americano* (1812) y Laureana Wright, que en 1887 fundó y dirigió *Las violetas del Anáhuac*, el primer semanario feminista en México que cuestionó el rol de la mujer en la sociedad.

Más adelante, con estas primeras señales de autonomía y emancipación, surgieron periódicos como *Vésper* (1901) de Juana Belén Gutiérrez de Mendoza y *La mujer moderna* (1915), semanario fundado por Hermila Galindo, feminista pionera en la lucha a favor del aborto, de la educación sexual y del voto femenino en México.

²Como todas las construcciones sociales de la realidad, las que elaboran los medios de comunicación son ideológicas y por ello tienen consecuencias sobre la vida e imagen de mujeres y hombres.

Aunque la influencia ideológica heredada por movimientos sociales como el feminismo encendió los deseos de liberación femenina en el país, “la mayor parte de los estudios sobre la participación de las mujeres en los espacios universitarios coinciden en una llegada tardía a un espacio concebido por y para hombres” (Gallego, Rocha y Rueda, 2015).

La educación jugó un papel importante en el empoderamiento de las mujeres y al respecto, en 1995, la Plataforma de Acción de Beijing puso especial énfasis en este ámbito, argumentando que, para lograrlo, es necesario que las mujeres tengan acceso a puestos de poder para lograr incidir en la toma de decisiones.

Es por ello que la Plataforma de Acción de Beijing fue el primer documento internacional que destacó la importancia de la inclusión de las mujeres dentro de los medios de comunicación y planteó un panorama en que todas pudieran asistir a la escuela y recibir un salario justo y equitativo por su trabajo.

Dieciséis años más tarde, la UNESCO (2011) construyó un análisis para evaluar la presencia de las mujeres en los medios de comunicación, señalando que sostiene una evidente relación con el empoderamiento femenino. Dicho informe muestra que, al iniciar la década, las mujeres ocupaban menos del 30% de los cargos directivos y gerenciales de los medios de comunicación en el mundo y que el 76% de las personas que se ven, leen o escuchan en estos son hombres.

Por otra parte, en el caso de México, en los 140 cargos directivos identificados en los periódicos nacionales más relevantes, se contabilizaron sólo 16 mujeres (UNESCO, 2011). Encima de las brechas que impiden a las mujeres el ascenso a los puestos gerenciales, existen otros aspectos que interfieren en su desarrollo profesional, como la violencia de género, el sexismo y los salarios desiguales que reciben por desempeñar el mismo trabajo que sus colegas varones.

Tal y como se plasmó en La Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer (1995), los medios de comunicación y el empoderamiento femenino están estrechamente ligados puesto que, a través de estos, las mujeres pueden autodefinirse y modificar la imagen estereotipada que se ha difundido sobre ellas.

Es importante mencionar que la llegada de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC's) amplió las posibilidades comunicativas y facilitó la creación de sitios web y medios digitales hechos por y para mujeres, no obstante las condiciones dispares a las que se enfrentan en el espacio público también se han trasladado al ecosistema mediático.

Si bien todos los espacios digitales son plausibles de reproducir las mismas formas estructurales de la violencia de género que existen en ámbitos offline. La violencia de género en el espacio digital es un problema que adquirió una dimensión diferente los últimos años, en particular a partir del desarrollo de las redes sociales (Chaher, 2020, p.6).

Esta investigación documental fue realizada con el objetivo de revisar la presencia de las mujeres en el periodismo mexicano y de reflexionar sobre el trabajo que efectúan para disminuir los prejuicios sociales respecto a su capacidad para tomar decisiones y desempeñar la profesión, en la mayoría de las ocasiones, llena de peligros que se acentúan por el simple hecho de ser mujeres.

Como parte del contexto histórico y social, la presente investigación se divide en tres capítulos que abordan distintas etapas del periodismo, desde el surgimiento de la imprenta, hasta la llegada de los medios digitales y el desarrollo del ciberperiodismo³, siempre tomando de eje rector la categoría de *género* para reconocer las limitaciones y desigualdades a las que las mujeres se han enfrentado en estas empresas mediáticas.

³ El periodismo digital o "ciberperiodismo" es la práctica y desarrollo de esta profesión a través de los canales y plataformas que ofrece el internet. Se profundizará en este concepto más adelante.

En consecuencia, el capítulo inicial es un marco de referencia de la historia del periodismo mexicano en el cual se destacan las primeras publicaciones femeninas y, por supuesto, a las precursoras de esta profesión. El segundo apartado contiene una revisión de la presencia y el número de mujeres en la prensa escrita, tomando de ejemplo a tres de los periódicos nacionales con mayor difusión: *La Jornada*, *El Universal* y *Excélsior*.

Para finalizar, el tercer capítulo aborda el impacto del desarrollo tecnológico en la comunicación y presenta diversas teorías que explican la ruptura del periodismo impreso y dan paso al ciberperiodismo. En este apartado se hace una revisión de tres medios digitales: *Animal Político*, *Aristegui Noticias* y *Nación 3, 2, 1*, además de entrevistas con periodistas que trabajan en estos medios digitales para conocer el papel que ocupan en el actual panorama periodístico.

Se realizó una comparativa entre dichos medios debido a su alcance en territorio nacional e internacional y porque representan el pasado y el presente del periodismo en México. Además de mostrar el número de mujeres que laboran en los diversos medios de comunicación, esta comparativa también toma en cuenta conceptos clave en esta tesis, como la ética, el feminismo y la perspectiva de género.

Capítulo 1

La mujer en el periodismo mexicano

El concepto actual del periodismo dista de la concepción que se tenía de esta profesión 500 años atrás. La Real Academia Española (s.a) define que es “la captación y el tratamiento, escrito, oral, visual o gráfico, de la información en cualquiera de sus formas y variedades” (s.p), sin embargo, su conceptualización no se reduce sólo a la transmisión de información.

Las definiciones del diccionario y de los manuales de redacción podrían parecer incompletas puesto que el ejercicio del periodismo es tan variado y cambiante que puede no caber en los reducidos límites teóricos de la academia. En la actualidad se inserta en el campo de las Ciencias de la Comunicación y se concibe como una profesión en la que el periodista tiene una función social de intermediario entre la información y el público.

Ryszard Kapuściński (2013), periodista polaco, afirmaba que para desempeñar esta profesión era necesario ser una persona dispuesta a olvidar el protagonismo, puesto que, además de “recolectar información para la prensa”, el periodismo implica una actividad de trascendencia socio-política y cultural.

Dejando las explicaciones simplistas que definen la profesión como una actividad meramente relacionada con los medios de comunicación, el periodismo interpreta y busca explicar de manera clara y responsable los acontecimientos sociales.

En su conferencia llamada *Periodismo y Narración*, pronunciada ante la asamblea de la SIP el 26 de octubre de 1997, en Guadalajara, México, el periodista y escritor argentino, Tomás Eloy Martínez expresó que

El lenguaje del periodismo no es una simple cuestión de oficio o un desafío estético. Es, ante todo, una solución ética. Según esa ética, el periodista no es un agente pasivo que observa la realidad y la comunica; no es una mera patea de transmisión entre las fuentes y el lector sino, ante todo, una voz a través de la cual se puede pensar la realidad, reconocer las emociones y las tensiones secretas de la realidad, entender el porqué y el para qué y el cómo de las cosas con el deslumbramiento de quien las está viendo por primera vez (Párraf. 16).

La irrupción de la imprenta en 1450 representó una revolución, pues además de difundir el conocimiento entre las esferas sociales más privilegiadas, también significó un impulso para el desarrollo del periodismo. En América, la llegada de la imprenta está ligada con la conquista española. Aquí, los inventos provenientes del viejo continente encontraron un espacio para continuar con su evolución (Garone, 2021, 18.22s).

En 1539, la Nueva España fue el primer territorio bajo el dominio europeo que contó con una imprenta, gracias a la concesión que la corona española otorgó al impresor italiano Juan Pablos. En un principio, las publicaciones difundidas durante la colonia fueron las hojas volantes, pedazos de papel en los que se compartían acontecimientos de carácter informativo.

De acuerdo con la doctora María del Carmen Ruíz Castañeda (1995), estas hojas son consideradas el “germen del periodismo”, porque aunque carecían de periodicidad, representaban un instrumento fundamental para informarse.

Sin embargo, estas hojas volantes se caracterizaban por reportar, principalmente, sucesos grotescos, cruentos e inauditos que despertaban morbo entre los lectores. Por esta razón, dichas publicaciones también pueden considerarse precursoras de la prensa amarillista en México.

Más adelante, en el siglo XVIII, en el gobierno de los borbones, surgió la prensa con las características auténticas del periodismo: difusiones noticiosas y periódicas. Bajo esta lógica, en enero de 1772, Juan Ignacio de Castorena y Ursúa creó la primera publicación periódica titulada *Gaceta de México y Noticias de*

Nueva España, un instrumento informativo que proporcionó datos novedosos y relevantes sobre Europa y América. Con el paso del tiempo, las gacetas se especializaron y estimularon la publicación de noticias científicas, económicas, literarias y religiosas, no obstante, el carácter crítico que caracteriza al periodismo aún estaba ausente entre sus páginas.

Al estallar la guerra de independencia, Miguel Hidalgo fundó *El Despertador Americano* el 20 de septiembre de 1810, medio de comunicación que le permitió difundir los objetivos del movimiento y justificar la existencia de la lucha armada. Al respecto, el historiador Iñigo Fernández (2010) explica que

En la historia de la prensa en México, la Guerra de Independencia fue un fenómeno contradictorio. Representó la posibilidad de trascender el periodismo informativo para dar paso a la crítica politizada y, por otro lado, también implicó la pérdida de calidad en sus contenidos, muchos de ellos redactados al fragor del combate y con una clara connotación propagandística. (p.76)

La promulgación de la Constitución de Cádiz favoreció la libertad de prensa y en la Nueva España proliferaron las publicaciones periódicas. Consecuentemente, entre 1812 y 1820, aparecieron diarios como *El Correo Americano del Sur*, *El Pensador Mexicano* y *El Boletín de la División Auxiliar de la República Mexicana*.

No obstante, a pesar de los esfuerzos en favor de la libertad de expresión, en la primera mitad del siglo XIX el periodismo mexicano se consolidó bajo la sombra de los partidos políticos, ceñido a la voluntad del gobierno y sin una línea editorial independiente. (Reed, 2010)

El periodismo representa un elemento fundamental en todas las democracias y movimientos sociopolíticos en la historia. Como es evidente, este jugó un papel crucial en la Guerra de Independencia, pues las publicaciones y los volantes difundidos por los insurgentes dieron fuerza al movimiento armado y fueron voceros de los más desprotegidos.

Desde su origen, el hombre empleó el periodismo y la palabra escrita para externar sus pensamientos y hablar sobre su realidad, aunque en esta no existiera lugar para las mujeres. No obstante, la mujer recurrió a esta profesión y la utilizó como un arma para autodefinirse y presentar su identidad al mundo, esquivando las barreras patriarcales⁴ tradicionales que la sociedad imponía sobre ella.

En México, hablar de las mujeres en el periodismo también implica abordar temas como desigualdad de oportunidades, de espacios restringidos, de estereotipos y prejuicios que aún prevalecen en torno a ellas y a su trabajo en los medios de comunicación.

Podría considerarse que la incursión de las mujeres en la prensa inició desde 1539, cuando la imprenta llegó a la Nueva España y desde el momento en que Gerónima de Gutiérrez se hizo cargo del negocio editorial que fundó junto con su esposo, Juan Pablos, en la ahora Casa de la primera imprenta de América.

Sin embargo, al hablar de pensamiento autónomo y libertad de expresión, es importante destacar a Leona Vicario, considerada “la primera periodista mexicana” por investigadores como Edwin Alcántara Machuca y Alicia Tecuanhuey Sandoval (Avedaño, 2020). Además de su labor en el periodismo, Leona Vicario es también un personaje indispensable en la historia del país debido a su participación activa como corresponsal en el movimiento independentista.

De acuerdo con la historiadora Alicia Tecuanhuey (2020), Vicario fue educada de la misma manera que un hombre. Una mujer privilegiada que aprendió a leer, a escribir y que trasladó su pensamiento lejos de la crianza del hogar y de los hijos. “Estudió Bellas Artes y Ciencias, desarrolló un enorme sentido crítico frente al mundo a partir de sus lecturas y años después comenzó a ejercer el periodismo” (Avedaño, 2020, párraf.20).

⁴En “La creación del patriarcado” Gerda Lerner (1986) define el **patriarcado** como la manifestación e institucionalización del dominio masculino sobre las mujeres en la sociedad en general.

En el transcurso de la Guerra de Independencia, Leona Vicario difundió información sobre los acontecimientos en la capital del país y gracias a ella, los caudillos se enteraban de lo que sucedía. A través de mensajes cifrados en las páginas de *El Ilustrador Nacional* y *El Ilustrador Americano*, Leona Vicario publicó información que fortaleció a la insurgencia.

Por su labor en la vida política del país, Vicario se enfrentó al sexismo y la discriminación por parte de sus compañeros, entre ellos, Lucas Alamán, quien rechazaba la participación de las mujeres en el proceso de emancipación del país.

Después de que el intelectual del conservadurismo mexicano del siglo XIX la acusara de participar en el movimiento independentista por *amor* a un hombre, ella respondió con una carta que menciona lo siguiente:

Confiese usted, señor Alamán, que no solo el amor es el móvil de las acciones de las mujeres. Ellas son capaces de todos los entusiasmos, y los deseos de la gloria y de la libertad de la patria no les son unos sentimientos extraños. Antes bien, suelen obrar en ellas con más vigor. Siempre los sacrificios de las mujeres, sea cual fuere la causa por quien los hacen, son más desinteresados. (Vicario, 1831, como se citó en Instituto Nacional de Estudios Históricos de las Revoluciones de México, s.a, 2m36s)

Varias mujeres participaron en la difusión de ideas a través de los periódicos de la época, sin embargo, todas ellas escondían sus nombres y firmaban bajo seudónimos, a veces con nombres masculinos. En relación con esto, Edwin Alcántara Machuca (2020), investigador del Instituto de Investigaciones Bibliográficas de la UNAM refiere que:

La presencia femenina en la escritura pública ya estaba presente antes de 1813, pero lo que hace relevante la participación de Leona Vicario es el contexto de la Guerra de Independencia y que se jugó la vida y libertad en un momento muy peligroso. (Machuca, 2020, como se citó en Avedaño, 2020, párraf. 18).

A diferencia de las hojas volantes y las primeras gacetas que circularon en el territorio, el trabajo realizado en periódicos como *El Ilustrador Nacional* y *El Ilustrador Americano*, medios donde Vicario escribió y publicó crónicas, destacaba debido a su marcada línea contra el autoritarismo.

Es por ello que, en sentido estricto, Leona Vicario es reconocida como la primera mujer periodista mexicana. A pesar del contexto sociopolítico por el que atravesaba el país, decidió ejercer su libertad de expresión y difundir sus palabras y pensamientos en favor de la causa independentista.

Como se mencionó con anterioridad, a partir de la Constitución de Cádiz en 1812 se empleó el término “libertad política de imprenta” para diferenciarla de la libertad religiosa. Esta distinción también se mantuvo vigente en la Constitución mexicana de 1824 (Gómez de Lara, et al.1997).

En cambio, con la promulgación de la Carta Magna de 1857, documento que revolucionó la historia del periodismo en México por ser el primero en su tipo en exaltar la libertad de prensa, se consagró el ambiente idóneo para el desarrollo de esta profesión. El séptimo artículo señalaba:

Es inviolable la libertad de escribir y publicar escritos sobre cualquier materia. Ninguna ley ni autoridad puede censurar ni coartar la libertad de imprenta, que no tiene más límite que el respeto a la vida privada, a la moral y a la paz pública. Los delitos de imprenta serán juzgados por un jurado que califique el hecho, y por otro que aplique la ley y designe la pena. (Constitución Federal de los Estados Unidos Mexicanos, Art. 7, 1957)

1.1 Precursoras del periodismo en México

“Tal vez dentro de algún tiempo, habrá otras jóvenes que siguiendo nuestro ejemplo, se lancen al difícil camino del periodismo, afrontando todas las espinas que en él se encuentran”

Las hijas del Anáhuac, 1873

Este capítulo detalla el proceso mediante el cual las mujeres se insertaron en la cultura y en el periodismo impreso del país. A través de la educación y las oportunidades económicas de las que algunas mujeres gozaron, fue posible reemplazar la lectura por la redacción y, posteriormente, transitar de la escritura privada a la representación en el espacio público.

La historia del periodismo permite rescatar y reconstruir el pasado de las mujeres que, a lo largo de los años, han participado en esta profesión. Además, toda la información impresa en las páginas de las primeras hojas volantes y gacetas (antecesoras de la prensa moderna) forma parte de la memoria social y, por supuesto, desentraña las formas de vida y de comunicación en la época.

Desde el surgimiento del periodismo, la presencia masculina ha sido predominante entre las páginas de los diarios. Por otra parte, las mujeres comenzaron a figurar en este campo desempeñándose como impresoras y editoras. Jerónima Gutiérrez, esposa del impresor colonial Juan Pablos, fue la primera mujer que trabajó en una imprenta al quedar al frente de la empresa después de la muerte del impresor.

A diferencia de Europa, las imprentas en Nueva España eran un negocio familiar en donde se volvió una tradición heredar el oficio de los cónyuges. De esta manera, la mujer se hizo cargo de los talleres y la impresión. “La imprenta es el vehículo más poderoso de la civilización. Enseñar el arte del impresor a la mujer es hacerla cooperar con el movimiento del progreso de la humanidad, es elevarla, es coadyuvar a su emancipación” (Castañeda, 1995, p.223).

La investigadora Marina Garone Gravier (2007) ha documentado la presencia femenina al frente de las imprentas en la Nueva España. En sus investigaciones, Gravier señala la existencia de 19 impresoras mexicanas que, al igual que Jerónima Gutiérrez, desempeñaron una ardua labor en el mundo editorial.

Como es evidente, la presencia de las mujeres en el periodismo mexicano ha estado latente, aunque minimizada, desde el inicio. Incursionaron en la escritura con composiciones poéticas y bajo seudónimos masculinos, después comenzaron a escribir para dar respuesta a la necesidad de expresar su sentir y pensar. A finales de la década del siglo XIX, la mujer concibió el periodismo para hablar de su existencia en los medios y espacios públicos.

Durante esa época aparecieron diversas publicaciones fundadas exclusivamente para el público femenino, aunque el contenido en cada una de ellas mostró una visión tradicional sobre la condición de las mujeres. Algunas de estas publicaciones fueron *El calendario de las señoritas mexicanas*, fundado en 1838 por Mariano Galván; *Presente amistoso dedicado a las señoritas mexicanas* de Ignacio Cumplido en 1851; *Panorama de las señoritas* de Vicente García Torres en 1842 y *La semana de las señoritas mexicanas*, fundado en 1852 por Juan Navarro.

Los periódicos *femeninos* antes mencionados tienen una característica en común: todos fueron fundados por hombres que intentaron ser inclusivos y novedosos al incorporar a las mujeres entre sus páginas. Sin embargo, la perspectiva con la que abordaron la condición femenina sólo reforzó el ideal patriarcal de la debilidad del sexo femenino porque concibió la figura de la mujer como la de una esposa, madre y ama de casa.

Esta situación causó molestia entre las lectoras y, al mismo tiempo, las alentó a fundar sus propias publicaciones. Pronto, las mujeres pasaron de ser *objetos* de estudio y se convirtieron en sujetos que incidían en espacios antes negados.

La primera publicación femenina fundada por mujeres en el país fue *Las hijas del Anáhuac*, un semanario hecho por y para mujeres. Esta publicación surgió el 19 de octubre de 1873 y desapareció el 14 de enero de 1874. Aunque su existencia fue fugaz, Guadalupe Ramírez, Concepción García y Josefa Castillo imprimieron entre las páginas de este semanario la certeza de que las mujeres podían externar sus ideas sin temor a ser reprimidas o criticadas.

Los contenidos publicados por *Las hijas del Anáhuac* incluían consejos de belleza, poemas, esbozos literarios y por supuesto, una descripción de los acontecimientos más relevantes de la sociedad. A través de sus palabras, estas mujeres se volvieron representantes de su tiempo e intentaron modificar las condiciones desfavorables del sexo femenino.

Resulta importante tener en cuenta que la literatura fue el puente hacia el periodismo, pues a partir de ésta, externaron sus pensamientos más profundos. Es así que, en las últimas décadas del siglo XIX, la mujer dejó de lado los versos y la poesía para adentrarse en la producción de ensayos sobre moral, religión y cuestiones políticas, temas considerados '*masculinos*'.

En consecuencia, en esta época surgieron medios como *El álbum de la mujer* y *Violetas del Anáhuac*, publicaciones que invitaron a otras mujeres a cuestionar su realidad tradicional y a apropiarse del lenguaje escrito para expresar su individualidad en lo colectivo.

Bajo esta lógica, en 1883 apareció el primer número de *El álbum de la mujer*, una revista semanal a cargo de Concepción Gimeno de Falquer, dirigida a las mujeres pertenecientes a la clase media y alta del país. En esta revista, Gimeno difundió contenidos femeninos para instrucción y entretenimiento. Sin embargo, su discurso nacionalista y tradicionalista sobre el *deber ser femenino* no transgredió los preceptos patriarcales establecidos que recaían en las mujeres.

El 22 de enero de 1888, mismo año en que dejó de publicarse *El álbum de la mujer*, surgió *Violetas del Anáhuac*, semanario fundado y dirigido por Laureana Wright en donde se incitaba a las mujeres a leer, educarse y a buscar una

profesión fuera del hogar. Las escritoras que participaron en este medio eran, principalmente, mujeres con acceso a la educación: profesoras burguesas e ilustradas del porfiriato.

Laureana Wright escribió biografías de mujeres, pasajes de la historia de México y también compuso textos que hablaban de religión y educación femenina, al igual que María del Alba. Por otra parte, en sus textos, Maetana Murguía habló de la brecha salarial, un tema ignorado durante esa época.

Munguía denunció que sus compañeras trabajan las mismas horas que los hombres y, sin embargo, obtenían un salario menor. De la misma manera, evidenció que las mujeres trabajadoras tenían mayores desventajas puesto que debían asistir al trabajo y, al mismo tiempo, encargarse de los hijos y las tareas domésticas.

Violetas del Anáhuac difundió poesía, historia, novelas y cuentos, también publicó noticias internacionales y artículos sobre la condición femenina y el cuidado de los hijos. Pese a no plantear una ruptura con la estructura social machista del siglo XIX, el semanario reivindicó la igualdad entre mujeres y hombres y visibilizó las relaciones asimétricas entre ambos sexos.

Esta publicación también arropó ideales como la educación y el sufragio femenino, preceptos enarbolados por la segunda ola del feminismo⁵, movimiento gestado a finales del siglo XIX y principios del XX que se basaba en los principios liberales. Las feministas pusieron énfasis en la igualdad entre hombres y mujeres y en el respeto a los valores democráticos.

Los primeros destellos de la prensa femenina estuvieron determinados por la educación que recibieron las escritoras que participaron en estos medios. Por ejemplo, *Las hijas del Anáhuac*, periódico fundado por alumnas de la Escuela de Artes y Oficios para mujeres, una institución que surgió con el objetivo de formar e instruir a la población femenina como un *agente productivo* para el país.

⁵La primera ola del feminismo comenzó en 1848 y sus principales objetivos políticos fueron conseguir el derecho al voto y acceso a la educación. La primera ola entendía la igualdad de derechos como la admisión de las mujeres en los espacios políticos y económicos

Entre las asignaturas impartidas en este centro escolar destaca la imprenta, un recurso indispensable para las mujeres que incursionaron en el periodismo.

Además de las publicaciones críticas, también existieron revistas hechas por mujeres que abordaron la situación femenina desde una perspectiva tradicionalista, entre ellas *El Hogar*. Emilia Enríquez de Rivera fundó esta publicación que estuvo en circulación desde 1913 hasta 1942 y, convencida de que el hogar era el sitio natural de la mujer, imprimió en su revista el sentimiento de la mujer como madre, hija y esposa.

La educación era un derecho del que las mujeres no gozaban de la misma manera que los hombres porque, de acuerdo con los ideales de género, término que se explicará a detalle más adelante, estudiar las alejaría de sus responsabilidades con el núcleo familiar. Por esta razón, las revistas femeninas fueron un instrumento para acercar la cultura y el conocimiento a aquellas que no tenían la oportunidad de asistir a las aulas.

Al respecto, la investigadora Marcela Lagarde (1990) menciona que el trabajo doméstico es asignado a las mujeres como una actividad imprescindible en su vida y, de acuerdo con ella, son recluidas en el ámbito privado, bajo el control masculino, obligadas a dedicar su vida a la invisibilidad doméstica y desvalorizada.

El Hogar (1913) buscó ser un medio para instruir a las mujeres de clase media y alta en actividades de cocina, bordado, tejido, belleza y cuidado de la familia. Aunque al principio se alejó de los asuntos políticos y se propuso tratar únicamente cuestiones culturales para ofrecer obras literarias de autores universales, consejos para el hogar, la educación de los hijos y el cuidado de la salud, pronto la línea editorial de la revista opinó sobre los temas de actualidad política en el país.

Al igual que la Independencia de México, y todos los movimientos sociales, la Revolución Mexicana estuvo influenciada por el periodismo. La pluralidad de ideas y las voces que clamaban por un cambio de gobierno pronto encontraron en la prensa un instrumento para oponerse al abuso de poder.

Durante el porfiriato, el periodismo adquirió un carácter subversivo en contra del régimen totalitario. Algunas de las publicaciones opositoras más reconocidas de esta época son *Regeneración* (1900), periódico encabezado por Práxedes Guerrero y los hermanos anarquistas Ricardo y Enrique Flores Magón; *El Antireeleccionista* (1909) de José Vasconcelos y Moisés Sanz; *El Demócrata* (1914) de Rafael Martínez; *México Nuevo* (1909) y *El Partido Democrático* (1987)

Sin embargo, la lucha armada y la historia del periodismo mexicano también está escrita por mujeres. Juana Belén Gutiérrez de Mendoza es un personaje femenino indispensable en el periodo revolucionario, pues su vida estuvo marcada por la lucha social y por los ideales de libertad y justicia.

Inició a los 22 años su trabajo de corresponsal en periódicos opositores de corte liberal como *El Diario del Hogar* (1881) de Filomeno Mata y *El Hijo del Ahuizote* (1885). Pese a que existían diversas publicaciones femeninas, Juana Belén es considerada la primera mujer en dirigir un periódico con tintes políticos en el país. Soldadera y periodista de la Revolución Mexicana, Juana Belén Gutiérrez incursionó en esta profesión con escritos que denunciaban las condiciones laborales de los mineros en Sierra Mojada, Coahuila.

A través de sus textos, sin firma para que pudieran ser publicados en los periódicos, lanzó críticas en contra de las políticas y el gobierno del presidente Díaz, pero pronto, el ejercicio de su libertad de expresión significó un problema para el régimen porfirista y fue encarcelada en diversas ocasiones. Al salir de prisión, fundó el *Club Liberal Benito Juárez* en Minas Nuevas, Coahuila, para discutir sobre el sufragio, la educación femenina y la libertad de prensa.

El 15 de julio de 1901, en compañía de Elisa Acuña, Juana Belén de Mendoza creó *Vésper*, un periódico semanal antisistema que comenzó su circulación en Guanajuato. En él escribió reportajes sobre la explotación laboral y también lanzó críticas al sistema porfirista y clerical.

Al ser un instrumento de crítica social, *Vésper* fue clausurado y tuvo que continuar con su difusión en la Ciudad de México. En un artículo publicado en *Vésper* en mayo de 1903, Juana Belén escribió:

¡Pobre México, pobre Patria mía! Serás la primera nación donde encarcelan mujeres por el delito de escribir en defensa del pueblo. En cambio, será Porfirio Díaz el primer hombre que tiene miedo a las mujeres y en su espanto se olvida hasta de ocultarlo como hasta aquí había ocultado su cobardía tras de inicuos alardes de fuerza. (De Mendoza, 1903, como se citó en Enoch, 2019, párraf. 7)

Juana Belén Gutiérrez fue una figura fundamental en el pensamiento liberal que desembocó en la Revolución Mexicana. Además de su participación en los medios de comunicación más subversivos de la época, también aportó bases teóricas para el desarrollo del pensamiento liberal de las mujeres. En 1909 estableció el *Club Político Femenil Amigas del Pueblo* y el *Club Hijas de Cuauhtémoc* para debatir y teorizar sobre la marginación de la mujer en el panorama político.

Antes de su aparición, *Vésper* no tenía ningún precedente en el periodismo mexicano dado que los periódicos de oposición al régimen de Díaz eran escritos por hombres. La publicación de este periódico sumó diversas voces al debate político e incluso medios como *Regeneración* (1900) elogiaron el trabajo editorial desempeñado por Juana Belén de Mendoza, aunque desde una perspectiva masculina.

Para los colaboradores de *Regeneración* era admirable que una mujer fuera *valiente* y *capaz* de luchar por los principios de libertad, aun cuando muchos hombres flaqueaban en el intento. El periódico magonista enalteció el carácter arriesgado de *Vésper* y de su directora.

Con estas afirmaciones, se atribuía que la astucia y el valor eran cualidades exclusivas del sexo masculino. Por lo tanto, resultaba *increíble* y *novedoso* que una mujer desempeñara un trabajo editorial con tales características:

El viril colega *Vésper* de Guanajuato, que hábilmente dirige la entusiasta Sra. Doña Juana B. Gutiérrez de Mendoza, ha vuelto a la lid con más bríos que antes. *Vésper* es un haz de viriles energías. Las columnas del apreciable colega están nutridas de ideas avanzadas.

Nosotros, acostumbrados a rendir homenaje al valor y al patriotismo, enviamos nuestras entusiastas felicitaciones al enérgico colega, al mismo tiempo que manifestamos nuestro deseo de que no se desvíe *Vésper* del camino elegido. (Regeneración, 1901, como se citó en Jaiven, 2005, p. 5)

Juana Belén de Mendoza también fue editora y autora de periódicos como *Fiat Lux*, *La Corregidora* y *La Protesta Nacional* en 1903; *El socialismo Mexicano* de 1904; *La Voz de Juárez*, *Sinfonía*, *Combate* y *Anáhuac* en 1911; *El Cauce* en 1934 y *Génesis* en el año de 1937. También escribió en un gran número de folletos, entre ellos *¡Alto!*; *¡Por la tierra y raza!* *La llamada de los albañiles*; *República femenina* y la revista *Alma Mexicana*.

Al finalizar la Revolución Mexicana, y después de la persecución política en la que se vio envuelta debido a su trabajo periodístico, participó de manera activa en la vida política del país y trabajó para mejorar las condiciones femeninas. Fue directora de diversas escuelas para mujeres en las que compartió ideas para el desarrollo político de sus compañeras y además, fue parte del movimiento sufragista femenino en México.

Como Juana Belén Mendoza, también destaca Hermila Galindo Acosta, fundadora de *Mujer Moderna*, revista semanal y portavoz de la nueva identidad femenina. El pensamiento de Hermila Galindo estuvo influenciado por los principios del feminismo y por esta razón, las páginas del semanario estuvieron dedicadas a la apertura del debate público sobre el papel social de las mujeres.

Mujer Moderna comenzó a circular el 15 de septiembre de 1915 y desapareció el mismo día, cuatro años después. Este medio difundió información sobre el acontecer político y económico del país y, al igual que sus antecesores, sirvió para inspirar a otras mujeres a escribir y a enviar sus creaciones literarias a la editorial.

El hogar y los consejos culinarios también tuvieron un espacio, aunque breve, entre las secciones de este semanario. No obstante, la visión ideológica de la directora no concebía la maternidad como una experiencia inherente a las mujeres y, a diferencia de otros semanarios, buscó ir más allá de las construcciones sociales impuestas sobre el cuerpo femenino.

Aunque Hermila Galindo destacó la importancia y responsabilidad que la mujer tenía en el hogar para educar a los próximos ciudadanos, también defendió su derecho a decidir sobre la maternidad y el matrimonio. Sus aportaciones no se reducen al trabajo que desempeñó en *Mujer Moderna*, ya que también puso en la agenda política el tema de la educación femenina igualitaria, considerándola un derecho urgente.

Hermila Galindo también cuestionó los esquemas simbólicos del género que limitaban la intervención de las mujeres en diversos rubros sociales y participó en los dos primeros congresos feministas organizados en Mérida, Yucatán, en 1916. Ante la imposibilidad de acudir de manera personal al primer encuentro realizado en enero de ese mismo año, envió su ponencia titulada *La mujer en el porvenir*, que abordaba temas como el divorcio, el voto, el deseo sexual de las mujeres y la necesidad de educación sexual para niñas y jóvenes (Pablos, 2016).

Las palabras de Galindo causaron revuelo entre las asistentes del congreso, quienes consideraron la ponencia una ofensa al *pudor de las mujeres* y a la *moral social*. El Primer Congreso Feminista fue un esfuerzo novedoso en favor de la liberación femenina, a pesar del pensamiento conservador aún presente en la gran mayoría de las feministas, quienes la tacharon de extremista y transgresora. (Pablos, 2016)

Al respecto, Alaíde Foppa, poeta y teórica española, menciona que, a diferencia de Estados Unidos y Europa, en México, el movimiento y los ideales de liberación feminista surgieron de forma tardía.

Por esta razón resulta extraordinario que en 1916, en una ciudad provinciana aunque capital de un estado, haya surgido la iniciativa de promover un Congreso Feminista que, a pesar de no tener efectos inmediatos, contribuyó al desarrollo del pensamiento feminista en el país.(Foppa, 1979, p. 55)

La presencia y participación de las mujeres en México es incuestionable, sin embargo, no fue hasta 1916 que se evidenció la preocupación en torno al papel femenino en espacios públicos, en especial en la toma de decisiones políticas y a pesar de no ser reconocidas a constitucionalmente, las mujeres que acudieron a la convocatoria feminista del gobierno de Yucatán fueron pioneras en la promoción y exigencia de derechos básicos como el voto.

En el Segundo Congreso Feminista, celebrado en Yucatán entre el 23 de noviembre y el 2 de diciembre de 1916, Hermila Galindo defendió su postura y ofreció un discurso en el que destacó que las mujeres tenían el mismo apetito sexual que los hombres y que este no debía ser limitado por el matrimonio, contrato que, aseguraba, no debería ser la única posibilidad de ejercer la sexualidad. Del mismo modo, abogó por el derecho al divorcio y reivindicó a las prostitutas, a quienes consideraba víctimas de la doble moral masculina.

La esfera de la mujer está en todas partes porque la mujer representa más de la mitad del género humano, y su vida está íntimamente ligada con la otra mitad. Los intereses de las mujeres y de los hombres no pueden separarse. La esfera de la mujer está por lo tanto, donde quiera que esté la del hombre; es decir, en el mundo entero. (Galindo, 1916)

A través de sus escritos, Hermila Galindo buscó desarticular el modelo femenino trazado por la sociedad. Asimismo, su trabajo al frente de *Mujer Moderna* hizo de este medio un espacio en el que las mujeres eran protagonistas y autoras de su propia historia. Desde el primer número de su revista, defendió la libertad y los derechos femeninos.

Para Olivia Noguez (2012), la revista de Galindo sirvió para que ella y sus colaboradoras pudieran expresar la identidad de las mujeres de su época. “*Mujer Moderna* fue un medio periodístico que marcó una diferencia en las publicaciones dirigidas a las mujeres, al incluir en su contenido temas que trascienden la categoría femenina, haciéndolas presentes como sujetos políticos desde su propia individualidad” (Noguez, 2012, p. 75).

1.2 La profesionalización del periodismo

La Revolución Mexicana trajo consigo grandes transformaciones políticas, culturales, económicas y sociales y también dio paso a la progresiva emancipación de las mujeres en el país (Vallejo, 2014, p.129).

El siglo XX también significó una apertura profesional para las mujeres, quienes encontraron en el periodismo una manera formal de ganarse la vida y comenzaron a cobrar por su trabajo. Las concepciones sociales basadas en el género, que consideraban a las mujeres como *seres destinados a la procreación* y, por lo tanto, alejadas del ejercicio intelectual, pronto fueron rebasadas por ideales de derechos políticos equitativos.

Después de 1910, la presencia de mujeres en la prensa se incrementó debido a la industrialización de los medios de comunicación. La investigadora Elvira Hernández Carballido (2015) sostiene que la Revolución Mexicana fue un suceso importante para los estudios del periodismo femenino en el país ya que, con la caída del régimen porfirista, las mujeres periodistas comenzaron a percibir un salario a cambio de su trabajo en la prensa. Sin embargo, a pesar de esto, los salarios eran inferiores a los que recibían sus colegas masculinos.

Bajo estas características, las mujeres iniciaron a escribir en diarios como *El Universal* de 1916 y *Excélsior* de 1917. A pesar de su aportación al trabajo periodístico de la época, no eran consideradas periodistas, sino colaboradoras, pues escribían reflexiones, análisis, crónicas, poemas y cuentos. No abordaban

noticias, ni cubrían fuentes políticas o de seguridad, ya que estas eran asignadas exclusivamente a los hombres.

En México, la enseñanza del periodismo provenía del empirismo. Los periodistas aprendían de esta profesión ejerciéndola y no en las aulas de una universidad. María Elena Hernández (2004), doctora en Comunicación, menciona que, de acuerdo con los cánones de las profesiones liberales, un oficio puede considerarse *profesionalizado* desde el momento en que cuenta con un saber específico y un código ético que regule su desarrollo profesional.

La profesionalización del periodismo es un concepto que se ha visto envuelto en diversas discusiones entre generaciones de periodistas. Se podría afirmar que el título universitario no es la única vía para desempeñarse en esta profesión, puesto que requiere de múltiples habilidades que no siempre son adquiridas en los círculos académicos.

Sin embargo, siguiendo la lógica de la doctora María Elena Hernández, es posible afirmar que la profesionalización del periodismo en México surgió a mediados del siglo XX, cuando las instituciones educativas incorporaron este campo del saber en sus planes de estudio. La aparición de escuelas de periodismo en México significó la existencia del *saber específico* y con ello, el periodismo pasó a ser una profesión.

La primera institución en impartir estudios de periodismo en México fue la Carlos Septién García, fundada en 1949 por Luis Beltrán y Mendoza, con el auspicio de la Acción Católica Mexicana. Esta escuela marcó una apertura de la formación periodística y en 1951 la Universidad Nacional Autónoma de México incluyó la licenciatura en Periodismo, ahora Ciencias de la Comunicación, en la entonces Escuela de Ciencias Políticas y Sociales. Más tarde, en 1953, la Universidad Veracruzana creó la Facultad de Periodismo.

Con anterioridad se mencionó que la profesionalización y el nivel académico no son, necesariamente, aspectos inherentes a la práctica periodística, puesto que desde su origen, esta se ejerció a partir de la experiencia en las salas de

redacción. A pesar de esto, la proliferación de escuelas de Ciencias de la Comunicación y Periodismo solidificaron y difundieron los principios del periodismo moderno.

En la actualidad ejercer el periodismo también implica desarrollarse bajo los principios éticos que rigen esta profesión. Entre los más importantes se encuentra la independencia ideológica y política. Al respecto, Daniel Hallin y Paolo Mancini (2004) proponen tres dimensiones para evaluar el nivel de profesionalización del periodismo:

1. Autonomía: esto significa que las o los periodistas deben trabajar de manera independiente a los intereses políticos, religiosos, culturales y económicos del grupo editorial al que pertenecen.
2. Normas profesionales: un conjunto de normas éticas que priorizan la naturaleza del periodismo. Además de la independencia, también involucran reglas fundamentales como la protección de las fuentes de información, la imparcialidad y la división entre información y opinión.
3. Función social: representa el grado en que los periodistas están conscientes de su rol y compromiso dentro de la sociedad.

La ética periodística⁶ es también un sinónimo de profesionalismo, por ello es fundamental para ejercer la profesión de manera calificada, incluso cuando no se cuente con un título universitario que certifique tener estudios en periodismo. Los códigos deontológicos son una interpretación de los principios generales de una profesión y en el caso del periodismo, estos tienen la función de guiar y regular la actividad que se desarrolla.

⁶El Consultorio Ético (2016) de Fundación Gabo menciona que la ética periodística es la obediencia del periodista a su trabajo. De la misma manera, autores como José María Desantes expresan que es la guía de los actos humanos e informativos que modelará el ser profesional y constituirá la medida de su cualificación.

Es importante mencionar que la autorregulación periodística agrupa las principales normas de conducta profesional referentes a los derechos, deberes y responsabilidades éticas de los periodistas, por ello no debe confundirse con la censura ni considerarse un ataque a la libertad de expresión.

Los códigos deontológicos revolucionaron el periodismo porque dieron a este los mecanismos éticos y legales para asegurar su sentido de responsabilidad social. Por ende, la información, que también es un derecho ciudadano, adquirió un valor fundamental en la profesión y fue a partir de los códigos deontológicos que los periodistas se adhirieron a un compromiso voluntario en el que aceptaron difundir información bajo los lineamientos de veracidad y claridad, siempre y cuando esta fuera oportuna y útil.

En consecuencia, para conocer los modos y lenguajes adecuados para la difusión de mensajes, fue necesaria la organización del discurso periodístico en diversos géneros. Desde el punto de vista de Luis Núñez Ladevéze (2004), lingüista español, la expresión *géneros* procede de la tradición literaria, ya que su construcción conceptual surgió de la necesidad por sistematizar los productos de su actividad profesional en distintos estilos textuales.

A pesar de que la materia prima de todo trabajo periodístico es la información, es necesaria su esquematización de acuerdo con la función que desempeña. Estudiosos del tema, como el investigador José Martínez Albertos (2002), han coincidido en la clasificación de los géneros periodísticos en tres rubros: informativos, interpretativos y de opinión.

La noticia y la entrevista, que a su vez sirven de fuente para elaborar otros géneros, se clasifican dentro de los informativos, cuyo fin es proporcionar una interpretación de los hechos cotidianos. En palabras del investigador Miquel Rodrigo Alsina (1989), la noticia no es un reflejo de la sociedad, sino una construcción de esta en la que el periodista define y compone los fenómenos sociales.

Como mediador entre el acontecer social y los ciudadanos, el periodista debe conocer los sucesos y resignificarlos. Por lo tanto, los géneros informativos surgen del resultado de un proceso de percepción, selección y jerarquización de los acontecimientos sociales.

Por otra parte, los géneros interpretativos contextualizan y emplean recursos literarios para presentar los hechos. En esta clasificación se encuentran el reportaje y la crónica que, a diferencia de la noticia, ofrecen más detalles, estadísticas y datos duros que dan claridad y profundidad al hecho que se informa. El objetivo de los géneros interpretativos es adentrar a los lectores en los sucesos y brindarles un panorama más amplio de la información.

Finalmente, los géneros de opinión, como el artículo, el editorial, la columna y los cartones, expresan los hechos desde el punto de vista de quien escribe. Por supuesto, la calidad de la opinión dependerá de la adecuada selección de datos, información y análisis que respalden lo que se asevera en el lenguaje escrito.

Es fundamental especificar que, a pesar de presentar la información en distintas modalidades, los diversos géneros no excluyen la rigurosidad del periodismo. En conclusión, todos los géneros periodísticos son, por lo tanto, informativos aunque, en las noticias la información tiene una participación sustantiva, mientras que en los de opinión conduce a la interpretación y argumentación del autor.

Debe señalarse que el periodismo se encuentra en constante reestructuración, al igual que los medios y soportes mediáticos. Por ende, hablar de su profesionalización también implica abordar el proceso mediante el cual, dicho periodismo se adhiere a los estatutos teóricos, éticos y legales que sustentan su actividad.

También es importante responder a la calidad, claridad y veracidad de la información; contrastar las fuentes y los argumentos que construyen los hechos; distinguir en todo momento la opinión de la información; brindar una visión imparcial del acontecer social y tener presente que el uso de los géneros

periodísticos es esencial para clasificar datos e información con un mayor grado de objetividad.

Más allá de las contradicciones entre académicos universitarios y periodistas con una formación empírica⁷, ejercer el periodismo de manera profesional involucra el respeto a la metodología periodística sin pasar por alto los principios de la ética y la responsabilidad social.

Actualmente la formación universitaria es considerada la base de la profesionalización, sin embargo, desde el planteamiento de Daniel Hallin y Paolo Mancini (2004), la autonomía es el pilar fundamental del periodismo profesional, puesto que determina también su capacidad para ejercer esta labor con ética y responsabilidad, alejado de los intereses del sistema político y económico.

En el transcurso de la administración de Andrés Manuel López Obrador han surgido diversas críticas hacia la profesión y debates en torno al papel que juegan los medios de comunicación en la democracia (Carmen Aristegui, Enrique Krauze, Carlos Loret de Mola)⁸. De acuerdo con el mandatario, en México no existe un periodismo profesional porque este es dependiente del sistema económico y, por lo tanto, está lejos de ser ético y responsable (Obrador, 2020, como se citó en Urrutia, 2020).

Aunque el gobierno tiene la obligación de garantizar seguridad y libertad para el ejercicio periodístico, no debería intervenir en esta labor ni beneficiarse de la información. La actividad del periodismo es informar y, siguiendo los preceptos

⁷En el periodismo existen ciertas discrepancias entre la academia y el empirismo que se basan, por ejemplo, en los siguientes cuestionamientos: ¿Son mejores quienes han estudiado periodismo o aquellos que lo aprendieron por experiencia? ¿Quiénes deben trabajar en los medios? ¿Quiénes tienen un mayor criterio? Sin embargo, periodistas como Leila Guerriero mencionan que el periodismo es un reto que necesita más que años de experiencia dentro o fuera de la universidad. "la universidad no salva a ningún periodista del peor de los pecados: cometer textos aburridos, monótonos, sin climas ni matices, limitarse a ser un periodista preciso y serio" (Guerriero, 2014, p. 94)

⁸ La narrativa del presidente Andrés Manuel López Obrador ha colocado la profesión en el centro de la discusión pública, pues constantemente ha lanzado acusaciones en contra de periodistas y medios de comunicación. Un ejemplo de esto, las declaraciones del presidente en contra de Carlos Loret de Mola luego de la publicación de la investigación periodística de MCCI y Latinus (2022) "Así vive en Houston el hijo mayor de AMLO".

profesionales, realizar esta labor sin intermediarios ideológicos y empresariales, pues la información no debería ser un servicio para comercialización.

1.3 Género y periodismo: el techo de cristal

Para explicar más a detalle las limitaciones de género que autoras y periodistas como Hermila Galindo percibieron como una desventaja histórica para las mujeres, abordaré el término con mayor profundidad. La categoría género define que lo cultural, y no lo biológico, ha determinado y acrecentado la desigualdad histórica entre mujeres y hombres en cuestiones económicas, sociales, jurídicas, políticas y psicológicas. (Lerner, 1986)

Los antecedentes del término como categoría analítica de la disparidad en las relaciones de poder entre mujeres y hombres se encuentran en el siglo XX. Teresa de Lauretis (2014), teórica feminista, menciona que este concepto fue introducido en los años setenta por académicas feministas que lo emplearon como marco conceptual para el análisis y el estudio de lo que implicaba *ser mujer*.

Desde sus orígenes, el feminismo trató de explicar la causa de la subordinación y exclusión de las mujeres en la vida política y cultural de las sociedades modernas. De esta manera, en *El segundo sexo* de Simone de Beauvoir (1947) realizó una reconstrucción analítica de la mujer, concluyendo que la *feminidad* era una prescripción social y no biológica: “No se nace mujer, se llega a serlo” (p.87). En términos generales, la obra de Beauvoir gira en torno a la idea de que las mujeres han sido construidas al igual que un complemento del hombre, nunca consideradas seres completos, visibles y autónomos.

De acuerdo con Silvia Federici (2018), desde el momento en que el ideal femenino se convirtió en sinónimo de ama de casa, las mujeres han cargado con dicha identidad y con las habilidades domésticas otorgadas sólo por haber nacido mujeres. Por su parte, en palabras de Teresa de Lauretis (2014), el género no pertenece a los hombres porque es la marca que indica la diferencia y subordinación de los cuerpos femeninos frente a la familia y la sociedad.

Por ello, es posible comprender que las barreras ideológicas que las mujeres han derribado desde tiempos antiguos no son un producto de la *debilidad femenina*, sino de los constructos sociales transmitidos de generación en generación a través de instituciones eclesiásticas, familiares y educativas.

En este sentido, los medios de comunicación también son responsables de esta situación, pues a través de sus discursos mediáticos difunden ideales de lo que representa ser hombre o mujer, seguido de las actividades y actitudes que deben desempeñar en la sociedad. Por ejemplo, las telenovelas mexicanas han contribuido a la construcción de estereotipos y roles de género que se difunden y normalizan en el imaginario colectivo, pues es a través de estos programas televisivos que las mujeres son cosificadas⁹ y representadas como personajes secundarios.

De igual forma, Marcela Lagarde (1990), investigadora mexicana fundamental en los estudios de género, dados sus aportes, menciona que las mujeres están cautivas porque han sido privadas de autonomía para gobernarse y autodefinirse. De acuerdo con Lagarde, el género implica valores, lenguajes y concepciones que determinan la identidad de los sujetos e influyen en la percepción que estos tienen sobre su corporalidad.

Además de esto, el género también tiene una carga importante en la construcción de las relaciones interpersonales y en la posición de los sujetos en ámbitos del poder y la política. Joan Scott (2008) determinó a dicho género como una categoría social impuesta sobre los cuerpos sexuados y un elemento constitutivo de las diferencias que distinguen al sexo femenino del masculino.

En las diversas corrientes del feminismo (feminismo liberal, factual, radical, interseccional) el género es considerado una construcción cultural que constituye reglas, roles, espacios y estereotipos a partir de diferenciaciones consideradas

⁹El diccionario en línea de la Real Academia Española define cosificar como “reducir a la condición de cosa a una persona”

naturales y biológicas. A su vez, esta distinción sexual establece relaciones jerárquicas que reproducen y mantienen el estatus social.

El presente capítulo abordará también el concepto *techo de cristal*, un término que señala las limitaciones a las que se enfrentan las mujeres en sus fuentes de trabajo por motivos discriminatorios de género. Esta expresión se emplea para referir a las barreras invisibles que limitan el desarrollo y ascenso de las mujeres calificadas a puestos de responsabilidad y liderazgo en sus centros de trabajo (Carr Ruffino, 1991).

El glosario para la igualdad (s.a) define que el techo de cristal es una de las barreras invisibles, y difíciles de traspasar, que representan los límites a los que se enfrentan las mujeres en su carrera profesional, no por una carencia de preparación y capacidad, sino por la misma estructura institucional¹⁰.

Cristian Loranca Rodríguez (2021), psicóloga de la UNAM y especialista en género, explica que el techo de cristal se sostiene con los diversos estereotipos de género que relegan a las mujeres a espacios de poca importancia, todo esto resultado de una cultura patriarcal que interrumpe su desempeño.

Habilidades como el liderazgo y la competitividad son atribuidas a los hombres, mientras que, de acuerdo con los preceptos patriarcales, las mujeres son emocionales e indecisas. La especialista puntualiza que “en México, más que un techo de cristal, existe un techo de hierro porque las características propias de la cultura mexicana dificultan aún más la situación” (Rodríguez 2021, como se citó en Zavala, 2021, párraf.3)

De igual manera, la invisibilidad y segregación de las mujeres en el mundo laboral se han sostenido bajo la creencia de que su presencia y aportación en la economía es irrelevante o nula. Las diversas formas de discriminación que se refuerzan cotidianamente en el entorno laboral dejan a las mujeres sin reconocimiento y sin la posibilidad de ejercer con libertad sus derechos humanos.

¹⁰ El glosario para la igualdad es una herramienta en línea de libre acceso creada por el Instituto Nacional de las Mujeres (INMUJERES) para consultar conceptos recurrentes e indispensables para la igualdad entre mujeres y hombres.

El techo de cristal es desencadenado por una serie de factores que mantienen a las mujeres en un mismo sitio, sin oportunidad de modificar su estatus profesional y social. La investigadora Anna María Fernández Poncela (2008) subraya que existen múltiples dificultades a las que se enfrentan las mujeres para avanzar en la escala de movilidad social, entre estas se encuentra la responsabilidad en tareas domésticas (incluida la crianza de los hijos), el modelo masculino que predomina en las organizaciones laborales y las barreras ideológicas que demeritan los esfuerzos femeninos dentro de las corporaciones.

Conceptualmente, el techo de cristal es un juego de palabras que ilustra la segregación femenina y la manera en que, a pesar de ser fundamentales en los procesos comunicativos, económicos y políticos, siempre existirán brechas invisibles o imaginarias, vinculadas con las construcciones de género, que impedirán su participación y reconocimiento equitativo en relación con sus colegas masculinos.

La desigualdad de género se extiende en todos los ámbitos de la vida, alcanzando también la esfera social, política, económica y laboral. De manera similar, en el periodismo también se manifiestan actitudes hostiles y tratos discriminatorios que limitan y opacan la presencia femenina en los medios de comunicación.

Con referencia a esto, la doctora Rosa María Valles Ruiz (2006) expresa que aunque las mujeres mexicanas conquistaron los espacios informativos al iniciar el siglo XXI, se trata de un logro restringido ya que, incluso en la actualidad, ocupan limitados espacios directivos.

Dicho lo anterior, es evidente que el techo de cristal va más allá de la discriminación de género en los centros laborales, pues también demuestra el poco acceso de las mujeres a las áreas administrativas y de toma de decisión. Aunque su presencia en los medios ha crecido, la situación no ha modificado la imagen estereotipada, el enfoque ni los contenidos que estos difunden sobre la

población femenina (Observatorio de Participación Política de las Mujeres en México, 2020).

Con la irrupción de las nuevas tecnologías surgió una nueva manera de concebir y ejercer el periodismo. Sin lugar a dudas, esto también significó una revolución en la industria de la información y de los medios de comunicación (Puente, 2019). A medida que el Internet se convirtió en el principal medio y soporte de la comunicación, los periodistas han tenido que ampliar, cada vez más, sus métodos y técnicas para informar.

A pesar de sus múltiples ventajas, este cambio de paradigma también ha replanteado el concepto del periodismo y acrecentado el desafío profesional, especialmente por la diversificación de formatos e inmediatez. De acuerdo con la asociación Comunicación e Información de la Mujer A.C (CIMAC, 2001), la convergencia digital también aumentó las exigencias profesionales y la carga de trabajo que exige a las mujeres periodistas responder a un modelo *multitasking*¹¹ .

Este panorama cambiante e inestable permite reconocer que la situación es aún más compleja para las mujeres periodistas debido a la precariedad de las condiciones laborales en las que se ha desarrollado. En palabras de Rosalina Lorente García (2001), periodista y vicepresidenta de AMECO (Asociación Española de Mujeres Profesionales de los Medios de Comunicación):

Las profesionales de la comunicación no viven una situación distinta a la del resto de mujeres que tienen que compaginar vida laboral y vida personal y enfrentarse a la doble jornada, dado que la mujer sigue siendo la responsable principal del funcionamiento del hogar. (Lorente, 2001).

Como menciona Lorente (2001), la incorporación de las mujeres al mundo laboral no significa un gran avance en la emancipación femenina debido a que se enfrentan a una doble jornada de trabajo que implica adaptarse a la dinámica de la

¹¹ Este concepto proviene de un sistema informático capaz de ejecutar diversos programas y tareas de manera simultánea. En español, el equivalente de este concepto es "multitareas".

oficina sin dejar de lado sus responsabilidades *naturales*, es decir, el hogar. Esto significa que su precaria posición en la esfera doméstica también se trasladó al espacio público, frenando su desarrollo profesional.

Para ejemplificar lo dicho con anterioridad, la doble jornada laboral femenina se refiere a la suma de cargas vinculadas al empleo, la familia y el hogar a las que están sujetas las mujeres. Históricamente, las mujeres han sido relegadas a las tareas domésticas, no obstante, su incorporación masiva al ámbito laboral remunerado, no disminuyó el tiempo dedicado al trabajo reproductivo, situación que se agravó con la emergencia sanitaria por Covid-19 (Espinosa, 2020)

La educación en todos los niveles fue un espacio exclusivo para los hombres, de esta manera, los varones incursionaron en la educación superior cosechando reconocimiento social en la esfera pública (Montenegro et. al, 2017). Por otra parte, las mujeres, encerradas en la esfera privada, fueron invisibilizadas y asignadas a las tareas domésticas.

Al respecto, la socióloga Rosario Radakovich (2005) menciona que la desigualdad histórica en la que se encuentran las mujeres también permea en otros ámbitos y limita sus oportunidades de participar en las esferas científicas y académicas, en el acceso a cargos de toma de decisión y estructuras de poder. Además, restringe sus posibilidades de movilidad social ascendente.

Pese a que el proceso de inclusión fue lento, gracias a las exigencias en pro de los derechos humanos, en los últimos años de la década de los años 60 se presentó un ingreso masivo de mujeres en las instituciones de educación superior en México. De acuerdo con el Centro de Estudios para el Adelanto de las Mujeres y la Equidad de Género, en 2010 la matrícula universitaria femenina aumentó hasta el 48%, mientras que en 1970 se registró el 17%.

En años recientes, durante el ciclo escolar 2014-2015, se contabilizaron un total de 229,259 alumnos inscritos en el nivel universitario, de los cuales egresaron 50.82% mujeres y 49.19% hombres. A pesar de que aún existe una disparidad de género con respecto a las ingenierías y a las licenciaturas del área de las ciencias

físico-matemáticas, al finalizar el ciclo escolar en cuestión se titularon 184,244 egresados, de los cuales 95,984 fueron mujeres, porcentaje superior a los 88,260 hombres titulados.

En el libro *Intrusas en la universidad*, Ana Buquet (2013) menciona que hacia el último tercio del siglo XX, el nivel de escolaridad en la población femenina parecía apuntar hacia la igualdad de derechos. Entre 1921 y 1928 las opciones profesionales para las mujeres parecían ampliarse, pues a la enfermería, la docencia y la pedagogía se añadieron también licenciaturas como odontología; farmacia; arqueología; química farmacéutica; historia; filosofía y contaduría. Sin embargo, la división sexual de las profesiones también se acrecentó con la idea de que existían actividades adecuadas para cada sexo.

Por lo tanto, como ya se ha argumentado, la histórica opresión de las mujeres es justificada bajo el argumento de su carácter natural. Aunado a esto, el género y las creencias injustificadas de la supuesta inferioridad natural de las mujeres han validado durante décadas su ausencia de los espacios considerados, exclusivamente, masculinos. En muchas ocasiones esta supuesta inferioridad es considerada una incapacidad para desarrollar ciertas actividades en la sociedad (Amorós, 1997).

Rosa Cobo (s.a), investigadora feminista, plantea que de todas las opresiones que han existido, y que aún perduran, ninguna de ellas ha tenido tan arraigado el carácter natural como lo ha tenido el de las mujeres. En sus palabras: “Las construcciones sociales cuya legitimación es su origen natural, son las más difíciles de desmontar con explicaciones racionales, pues arrastran el prejuicio de formar parte de un orden natural e inamovible” (Cobo,s.a, p.3).

Por consiguiente, el feminismo teorizó y planteó la categoría del género en la década de los años setenta para explicar el carácter social de la profunda desigualdad entre mujeres y hombres. Esta inequidad presente en ambos sexos también ha orillado a la sociedad a asumir ciertas conductas y pensamientos estereotipados, siendo un reflejo de ello las carreras feminizadas y masculinizadas.

Con el fin de explicar el desempeño y la importancia de las mujeres dentro de las esferas académicas, se presentarán una serie de estadísticas que muestran su presencia en los centros escolares dentro del país. En la actualidad, de acuerdo con los datos estadísticos del portal Tendencias de Género del Centro de Investigaciones y Estudios de Género de la UNAM (CIEG, 2017), las carreras universitarias con el índice femenino más bajo son Ingeniería Mecánica Eléctrica y Composición con menos de 15 mujeres por cada 100 hombres.

En cambio, las licenciaturas con un mayor número de mujeres son Pedagogía, Trabajo Social y Enfermería, en donde se contabilizaron 300 mujeres por cada 100 hombres, tendencia que ha permanecido así desde el 2005 hasta el 2015. Por otra parte, la licenciatura en Ciencias de la Comunicación y Periodismo se encuentra en el número 17° de las preferencias universitarias y también aparece como una de las carreras con mayor índice de inscritos en el país.

Al respecto, el Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO, 2021) registró que en el 2021, 310 mil trece personas estudiaron esta carrera en escuelas públicas y privadas de México. Sin embargo, pese a que la matrícula universitaria se compone en un 55% por mujeres, el acceso al mundo laboral no corresponde proporcionalmente al número de licenciadas que las universidades forman cada año.

Si bien, las mujeres representan más del 50% de la población del país, no cuentan con las mismas oportunidades económicas y sociales que los hombres. El Sistema de Trabajo y Previsión Social (STPS, 2020) muestra que el salario diario de las mujeres es 12% menor que el de los hombres. En el ámbito del periodismo, los datos del IMCO indican que el salario mensual es de 12 mil 245 pesos, aunque se estima que, a nivel nacional, los profesionistas que se desenvuelven en este ámbito reciben un salario promedio de 6 mil 687 pesos al mes.

La situación de las mujeres es distinta y pese a que hay más mujeres que egresan de estas licenciaturas, el salario que reciben por su trabajo se aproxima a los 10 mil 619 pesos, una cantidad menor en comparación con la que reciben los hombres, quienes ganan 13 mil 704 pesos al mes (IMCO, 2021). Además de la

brecha salarial, la desigualdad de género también se percibe en los puestos que ocupan en el campo laboral.

En relación con este asunto, la *Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo* correspondiente al cuarto trimestre del 2019 muestra que en México hay 44, 364 personas que se dedican a la locución y al periodismo, de las cuales 71.4% son hombres y 28.6% mujeres (INEGI, 2019). Categorías como el género y el techo de cristal están presentes en la segregación y discriminación que viven las mujeres en sus centros de trabajo. Las jerarquías patriarcales presentes en las empresas de los medios de comunicación dificultan el libre desarrollo económico de las mujeres y también obstaculizan su crecimiento en la sociedad.

Dentro de las universidades, el Periodismo y la Comunicación son campos del saber ocupados, en su mayoría, por mujeres. No obstante, las oportunidades laborales y su retribución económica en esta profesión no son igualitarias, pues se encuentran en una grave desventaja respecto a los hombres.

Al respecto, el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) destaca la importancia de que las mujeres accedan a más cargos públicos y de liderazgo para lograr una mayor igualdad de género. Por este motivo, en 1994, en el marco de la conferencia *Comunicación y empoderamiento¹² de las mujeres* realizada en Bangkok, nació el Proyecto de Monitoreo Global de Medios (GMMP por sus siglas en inglés), una iniciativa que surgió con el objetivo de analizar las noticias y los contenidos presentes en los medios de comunicación.

La investigación sobre comunicación y género y el impulso de redes de monitoreo de medios de comunicación en 1994 también dieron pie a la declaración de Quito, que concibió a la comunicación de género como un eje estratégico para el desarrollo de las mujeres. En 1995, en Toronto, la sociedad civil y los gobiernos también se comprometieron a incrementar el acceso de las mujeres a los contenidos mediáticos.

¹²El empoderamiento femenino implica que las mujeres tengan la capacidad de decisión en igualdad de condiciones para incidir en los ámbitos sociales, políticos y económicos. Esto significa una mayor autonomía para que puedan incidir en la toma de decisiones y ser reconocidas por sus aportaciones. Dicho concepto se abordará con mayor profundidad en los próximos capítulos

Finalmente, en Beijing se planteó aumentar su participación, expresión de ideas, decisiones y fomentar una imagen equilibrada, y sin estereotipos, de la mujer en los medios de difusión. El Monitoreo Global de Medios es una de las principales y más extensas investigaciones en cuanto a representación de género en los medios de comunicación y también es un proyecto único debido a su metodología de análisis con perspectiva de género.

El reporte se realiza cada cinco años desde 1995 con el fin de evaluar el cumplimiento de las responsabilidades asumidas por los países miembros de las Naciones Unidas y los medios de comunicación en la Plataforma de Acción de Beijing. En el 2015, el GMMP contó con la participación de 111 países. En México, el monitoreo coordinado por el Observatorio de Medios de CIMAC analizó 135 medios de comunicación y 1,350 noticias en donde se identificó un evidente sexismo mediático.

En este año las mujeres representaron el 24% de las personas escuchadas, leídas y vistas en las noticias. Estos resultados muestran un avance de solo siete puntos porcentuales en comparación con el monitoreo de 1995, en el que las mujeres ocuparon el 17% de los puestos de representación mediática del país.

Durante el reporte global 2020, 116 equipos del Proyecto de Monitoreo Global de Medios dieron seguimiento a más de 3,000 historias publicadas en los medios de comunicación, sin embargo, a pesar de los logros alcanzados, Sarah Macharia, coordinadora general del GMMP, menciona que se necesitarían 67 años para resarcir la brecha de género en los medios de comunicación tradicionales (Macharia, 2021).

En el marco de la presentación de resultados obtenidos en el reporte de 2020, CIMAC, en colaboración con el Centro de Investigación y Docencia Económicas (CIDE), explicó que su equipo de monitoreo de medios coordinó a 120 voluntarias de las 32 entidades federativas para analizar 160 medios de comunicación y, en total, se analizaron 1,920 noticias.

Los resultados muestran que la proporción de mujeres como sujetos y fuentes de información en las noticias digitales aumentó desde 2015 hasta 2020. Sin embargo, en América Latina este grupo poblacional está subrepresentado y cuatro de cada diez noticias en los medios de comunicación tradicionales son escritas por mujeres.

El sexto monitoreo del GMMP fue un análisis novedoso porque se realizó en medio de la emergencia sanitaria por la pandemia de Covid-19 y la fecha elegida para realizar esta investigación coincidió con el Día por la Despenalización del Aborto en América Latina y el Caribe¹³. En este contexto, y por primera vez, el análisis añadió dos nuevas variables con la finalidad de obtener mayores datos sobre la representación femenina: Covid-19 e interseccionalidad.

Estas herramientas analíticas evidenciaron información que antes era invisible para los monitoreos de medios y los datos obtenidos mostraron que en el 2020, ocho noticias en México tocaron el tema de los pueblos indígenas y en solo una, la mujer era protagonista. De la misma manera, al adentrarse en el análisis del contexto sanitario actual, se observó que la Covid-19 abarcó el 20% de la agenda nacional.

Es decir que de las 1,008 noticias analizadas, el tema apareció en 143 noticias, y en el 58% de los casos, las autoras eran periodistas. Bajo estas circunstancias, también se reconoció que la cobertura de la pandemia impactó de diferente manera a las mujeres (GMMP, 2020).

Durante su intervención en el conversatorio virtual *GMMP: la representación de las mujeres en las noticias de México*, Lucía Lagunes (2021), directora de CIMAC, expresó que durante el confinamiento, las reporteras experimentaron recortes salariales y sobrecargas de trabajo que las pusieron en una doble desventaja respecto a sus colegas masculinos.

¹³El sexto monitoreo de medios se realizó el 29 de septiembre de 2020, un día después de la fecha histórica por la lucha de la despenalización del aborto. El marco del V Encuentro Feminista de Latinoamérica y el Caribe, en San Bernardo, Argentina, en 1990, se proclamó al 28 de septiembre de cada año como Día por la Despenalización del Aborto en América Latina y el Caribe.

En el informe *Covid-19 and Women Journalists (2020)*, la Federación Internacional de Periodistas (FIP) también reconoció que la crisis sanitaria afectó especialmente a las reporteras debido a la precarización de sus condiciones laborales. La encuesta realizada a más de 500 mujeres en 52 países, las periodistas reconocieron trabajar bajo situaciones de estrés derivado del aislamiento, el *home office*¹⁴, las responsabilidades del hogar, el aumento de la carga en las jornadas de trabajo y el impacto psicológico de la cobertura de Covid-19, aunado al temor a la pérdida del empleo.

Respecto a estos datos, Lucía Lagunes (2021), también mencionó que en el periodismo aún persiste una lógica masculina que excluye a las mujeres como fuentes, expertas y periodistas pese a que en México representan el 52% de la población. Los resultados nacionales indican que de cada 100 noticias, 46 son escritas por mujeres periodistas.

Por otra parte, las mujeres están presentes en 32 de cada 100 noticias, 31% por ciento en medios tradicionales y 34% en medios digitales. No obstante, pese a que las mujeres incrementaron su participación como sujetos de información, todavía permanecen las brechas de género en temas de política, economía, ciencia y salud.

La agenda política es la que presenta mayores disparidades. De acuerdo con el monitoreo nacional 2020, de cada 100 noticias, las mujeres están presentes en 10 de medios tradicionales y en 13 de medios digitales. Por el contrario, en las noticias nacionales, las mujeres están sobrerrepresentadas en calidad de víctimas.

En la presentación de resultados 2020, la doctora Yennué Zarate Valderrama, coordinadora del Monitoreo Global de Medios en Ciudad de México, mencionó que en el 81% de los casos, las mujeres son reconocidas como víctimas en los medios de comunicación, en tanto que los hombres lo son en un 76%. Además, se observa una notable diferencia entre ambos casos, mientras que las mujeres son

¹⁴ La Real Academia Española (s.a) define el *Home Office* como aquellas actividades que se realizan fuera de la oficina o lugar de trabajo utilizando el internet y las plataformas digitales.

víctimas de feminicidio¹⁵, violencia familiar, sexual y de crímenes por razones de género, los hombres lo son de delitos y accidentes (Valderrama, 2021).

Aunque el monitoreo 2020 se desarrolló en una fecha conmemorativa para la lucha de los derechos femeninos, la agenda mediática cotidiana no tuvo grandes cambios, pues sólo el 6% de de la información tocó temas de la agenda de género: incremento de la violencia contra las mujeres durante el confinamiento, aborto legal y manifestaciones feministas en torno a este reclamo constitucional.

Respecto al número de mujeres periodistas, en el monitoreo 2020 se contabilizó un total de 456 profesionistas, de las cuales, el 46% eran mujeres. Asimismo, se observó una diferencia en las fuentes de información: los hombres figuran como expertos y voceros y las mujeres son, en su mayoría, parte de la opinión popular.

Por esta razón, en los próximos capítulos se realizará un análisis de la brecha de género en los medios de comunicación con una comparación entre medios impresos y digitales, haciendo especial énfasis en los conceptos *género* y *techo de cristal* para conocer la cantidad de mujeres que ocupan puestos de mando dentro de las empresas mediáticas en el país

¹⁵Al abordar temas como perspectiva de género y brecha de género en los medios de comunicación, es importante definir el *feminicidio*, ya que será un término fundamental en esta investigación para definir el contexto de violencia en el que se desenvuelven las mujeres en México. ONU Mujeres menciona que se refiere al asesinato de una mujer por el simple hecho de serlo. Este delito se encuentra tipificado en el artículo 325 de nuestro Código Penal Federal, el cual establece lo siguiente: “Comete el delito de feminicidio quien priva de la vida a una mujer por razones de género”.

Capítulo 2

La mujer y los medios impresos: La Jornada, El Universal y Excélsior

En este capítulo se pretende hacer un bosquejo de la presencia de las mujeres en medios de comunicación impresos, tomando como punto de partida a tres diarios mexicanos: *El Universal* y *Excélsior*, por ser dos de los diarios con mayor antigüedad en el país, y *La Jornada*, el primer periódico mexicano en incursionar en internet.

Antes de comenzar con la labor periodística de las mujeres en estos diarios, se realizará una investigación documental sobre su origen para comprender la relación entre el empoderamiento femenino (Wieringa, 1997) y el acceso a la toma de decisiones dentro de los medios de comunicación.

Con el fin de romper con los obstáculos que frenaban el desarrollo de las mujeres en todo el mundo y como una ruta para alcanzar la equidad de género en las naciones, en septiembre de 1995 se celebró la Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer en Beijing, China. Dicha conferencia abordó 12 cuestiones que aún continúan con algunos rezagos, entre ellas la pobreza, educación, salud, violencia, guerra, economía, medio ambiente y medios de comunicación.

La Plataforma de Acción de Beijing evidenció la brecha que separa a las mujeres del resto de la población y resaltó la falta de acceso a la libertad de expresión y a la toma de decisiones en la agenda informativa. Uno de los objetivos planteados en la Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer fue la igualdad en el manejo, gestión y dirección de los medios y la construcción de una imagen equilibrada y no estereotipada de la mujer.

Como ejes en la construcción social de la realidad, los medios de comunicación deben proteger la igualdad de derechos y eliminar las barreras estructurales e ideológicas que limitan la participación femenina, para ello es necesario promover

condiciones propicias para lograr la adopción de decisiones igualitarias entre mujeres y hombres, un punto esencial para potenciar el papel de las mujeres en las agencias de información en el mundo.

Aunque la mujer ha demostrado una amplia capacidad de liderazgo, los estereotipos de género difundidos a través de los medios de comunicación refuerzan ideales machistas que colocan a los hombres al frente de las decisiones (Consejo Nacional Para Prevenir la Discriminación, 2009).

Es importante mencionar que las estructuras tradicionales presentes en diversas instituciones, entre ellas los medios de comunicación, aún son un obstáculo para la participación de las mujeres en la vida pública, puesto que las actitudes y las prácticas discriminatorias, entre ellas las responsabilidades que se les atribuyen en la esfera privada, son factores que las disuaden a ocupar cargos directivos en sus centros de trabajo.

Las mujeres se han desempeñado en labores reproductivas invisibilizadas, incluso poco remuneradas (Federici, 2018), y como se abordó en el capítulo anterior, incluso en la actualidad continúan siendo víctimas de prejuicios que les impiden acceder a los mismos salarios y prestaciones que los hombres.

A 26 años de la Plataforma de Acción de Beijing es posible afirmar que aún hay deficiencias que deben corregirse en materia de derechos para las mujeres, pues aunque se reconoce el poder que tienen los medios de comunicación sobre la manera en que la sociedad percibe la imagen de la mujer en todo el mundo, todavía permanecen los discursos mediáticos que difunden estereotipos de género perjudiciales para la población femenina (Montiel, 2014).

Es por ello que existe una clara relación entre el empoderamiento femenino y el acceso a la toma de decisiones ya que, al incidir en los espacios directivos de la esfera pública, las mujeres tienen la posibilidad de cambiar el panorama desigual que las rodea. Ejemplo de ello es la Ley Ingrid, surgida a raíz del feminicidio de Ingrid Escamilla el 9 de febrero de 2020 en la Ciudad de México y de la difusión

indebida en redes sociales y medios de comunicación de las imágenes del cuerpo de la víctima.

Un agente de la Secretaría de Seguridad Ciudadana filtró imágenes del crimen y, en poco tiempo, estas circularon a través de medios y redes sociales. Diarios como *La Prensa* incurrieron en esta práctica y exhibieron a Ingrid en primera plana acompañada de titulares mordaces, sin ninguna muestra de ética periodística, que alimentaron el morbo y atentaron contra la dignidad de la víctima y de sus familiares.

Esta situación causó conmoción en la sociedad y, en consecuencia, colectivos de mujeres organizadas se manifestaron en contra de la filtración de dichas imágenes con el propósito de proteger la dignidad e intimidad de las víctimas de feminicidio (Martínez, 2022).

Gracias a la presión social, el 14 de febrero de 2020, la fiscal general de la Ciudad de México, Ernestina Godoy, presentó la iniciativa de reforma al congreso capitalino para castigar con dos y hasta ocho años de cárcel a los servidores públicos que filtren, difundan o reproduzcan materiales que se relacionen con algún procedimiento penal.

Finalmente, en febrero de 2021 se aprobó y publicó en la Gaceta Oficial de la Ciudad de México el decreto por el que se reforma al Código Penal para el Distrito Federal, mejor conocido como “Ley Ingrid”. La reforma establece lo siguiente:

Se impondrán de dos a seis años de prisión, y una multa de quinientas a mil Unidades de Medida y Actualización a la persona servidora pública que, de forma indebida difunda, entregue, revele, publique, transmita, exponga, remita, distribuya, videograbe, audiograbe, fotografíe, filme, reproduzca, comercialice, oferte, intercambie o comparta imágenes, audios, videos, información reservada, documentos del lugar de los hechos o del hallazgo, indicios, evidencias, objetos, instrumentos relacionados con el procedimiento penal o productos con uno o varios hechos, señalados por la Ley como delitos. (Artículo 293 Quáter del Código Penal de la Ciudad de México, 2021)

El decreto dispone que las sanciones previstas en el artículo anterior aumentarán en una tercera parte si la información difundida tiene que ver con cadáveres de mujeres, niñas o adolescentes, sea con el fin de atentar contra la dignidad de las víctimas y sus familiares o que esté envuelta en las circunstancias de muerte, lesiones o estado de salud de la persona implicada. Además de ser un esfuerzo entre sociedad y autoridades, la Ley Ingrid también es resultado de la indignación de miles de mujeres ante la falta de ética periodística y la violencia mediática en el país.

Para comprender con mayor claridad el término *violencia mediática*, el artículo 20 *quinquies*¹⁶ presente en el *Capítulo IV Ter. De la violencia digital y mediática* de la *Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia (2007)* expresa que la violencia mediática es todo acto que, a través de cualquier medio de comunicación y de manera directa o indirecta, promueva estereotipos sexistas, haga apología de la violencia contra mujeres y niñas, produzca o permita la producción y difusión de discursos de odio.

Dada la relevancia de los medios de comunicación en la formación de idearios en la sociedad, es vital que estos actúen de manera ética, responsable y sin violentar los derechos humanos, pues la difusión y exposición de imágenes y contenidos alusivos a diversas formas de violencia contra la mujer normaliza estas agresiones e insensibiliza a la sociedad ante esta problemática. Por ello es que la Ley Ingrid no sólo protege la dignidad e intimidad de las víctimas, sino que también supone un avance en la erradicación y prevención de la violencia de género¹⁷ en los medios de comunicación.

¹⁶Cuando es necesario añadir uno o más artículos después de uno ya existente, los nuevos artículos reciben sufijos en latín, como bis, ter, quater, quinquies, entre otros. Estos numerales se añaden a los textos normativos para evitar alterar el orden de una ley ya existente. El artículo 20 de la *Ley General de Acceso a Las Mujeres a una Vida Libre de Violencia* tiene seis adiciones, por lo tanto, se colocaron seis adverbios numerales para señalar las reformas. El *artículo 20 'Quinquies'* es el que habla específicamente de la violencia mediática.

¹⁷Se entiende por violencia de género a la manifestación más clara de subordinación y desigualdad en las relaciones entre mujeres y hombres.

Resulta importante mencionar que la cobertura de los periódicos en temas de feminicidios y crímenes en contra de las mujeres es una actividad relevante porque impacta en la manera en que la sociedad percibe estos problemas (Salmerón, 2021), por ello es indispensable que periodistas y comunicadores realicen esta labor de manera ética y responsable incorporando la perspectiva de género en la agenda de noticias.

En la *Guía para periodistas: Comunicación, Infancias y Género* (2017), elaborada por UNICEF Argentina, se define que la perspectiva de género es una categoría analítica surgida desde los feminismos para la elaboración de nuevos contenidos en favor de la igualdad y la equidad, sin la segregación ni invisibilización de las mujeres.

Hablar de perspectiva de género en el periodismo implica ejercer y utilizar esta profesión para el cambio social, sin dar lugar a la perpetración de los roles sociales asignados a cada sexo. Esta categoría teórica también permite reflexionar sobre la participación y presencia desigual que han vivido las mujeres en temas de justicia, salud, educación y empleo, es por ello que resulta de vital importancia para el análisis del periodismo en México y la ética de esta profesión.

Para crear un periodismo ético y realizar coberturas responsables que den visibilidad a todas las esferas de la población también es recomendable abordar la profesión con interseccionalidad. La Asociación para los Derechos de las Mujeres y el Desarrollo (AWID por sus siglas en inglés) sostiene que es una herramienta analítica para comprender y generar soluciones ante las desigualdades estructurales que viven las mujeres en relación con su contexto social, político y económico (AWID, 2004, párraf. 1).

Por otro lado, también sería importante emplear categorías como la transversalidad o interseccionalidad para comprender que el género no basta para desentrañar y contextualizar la violencia y discriminación que viven las mujeres. La manera en la que se retrata mediáticamente la violencia interviene en el modo en

que la percibimos, por esta razón, la perspectiva de género es un elemento clave en las coberturas periodísticas, puesto que propicia un balance de género y un proceso de sensibilización con las víctimas sin el uso de estereotipos.

La situación de violencia que se vive en todo el país es una barrera que dificulta el libre ejercicio del periodismo, pero además, las mujeres que ejercen esta profesión se enfrentan a desafíos y problemáticas que van más allá de su responsabilidad.

De acuerdo con los informes de Reporteros Sin Fronteras, México es uno de los lugares más peligrosos y mortíferos para los periodistas. La inseguridad que enfrentan los comunicadores coloca al país en el lugar 143 de 180 en el *ranking Clasificación Mundial de la Libertad de Prensa 2021* que cada año es elaborado por esta organización internacional.

Aunque en 2020 México ocupó el mismo lugar en el *ranking* mundial de Reporteros Sin Fronteras, desde el 2010 es considerado uno de los países más peligrosos para la prensa. Durante el primer semestre del 2020, ARTICLE 19 documentó 406 agresiones hacia periodistas y medios, un 45% más que en 2019, año en el que se registraron 280 en el mismo periodo.

En este contexto, las mujeres desempeñan su labor informativa, la cual, según la UNESCO, se ha vuelto más violenta y precaria con la pandemia del COVID-19. El sondeo "AcosoDATA1 realizado en 2019 por el colectivo Periodistas Unidas Mexicanas (PUM) arrojó que el 73% de las trabajadoras de los medios de comunicación aseguran haber sufrido acoso, hostigamiento y agresiones sexuales dentro y fuera de sus centros laborales.

Las entrevistas realizadas a 392 periodistas revelan que los tipos de violencia más comunes enfrentados por las periodistas son las críticas sobre su vestimenta y apariencia física, miradas lascivas y comentarios sexuales. La mayoría de las periodistas encuestadas mencionó no haber denunciado la situación a sus superiores y las pocas que lo hicieron reportaron que no hubo sanción alguna para los perpetradores.

Además, el 76% de las reporteras aseguró que en su centro de trabajo no existe ningún tipo de campaña o acción para sensibilizar al personal acerca de la violencia de género. Asimismo, el 56% indicó que en sus medios no hay mecanismos o protocolos especializados para presentar quejas o denuncias por casos de hostigamiento, acoso o agresiones sexuales, mientras que el 28% no sabía si existen o no.

El sondeo realizado por Periodistas Unidas Mexicanas reportó que la mayoría de las periodistas trabajaban en prensa escrita (50%) y en medios digitales (30%). De la misma manera, en el 2020 CIMAC documentó 251 atentados contra mujeres periodistas, de los cuales 131 fueron perpetrados contra reporteras, 18 de ellas corresponsales, 35 contra directoras de medios de comunicación, 28 contra foto reporteras, 12 contra columnistas y 44 agresiones sin identificar el cargo que desempeñaba.

Aunque en el 21% de los casos no se ha reconocido al actor de las agresiones, el informe menciona que los responsables son representantes de los medios para los que laboran (27%), agentes del estado (20%), fuentes informativas (13%), crimen organizado (6%) y corporaciones privadas (2%). De cada 10 periodistas agredidas, cinco cubrían sociedad y tres política (CIMAC, 2021).

El incremento de la violencia de género y el limitado acceso a condiciones laborales dignas han orillado a las mujeres periodistas a enfrentarse a situaciones que ponen en riesgo su integridad. Existe un componente de género en el crecimiento de la violencia contra la prensa y los datos de la organización ARTICLE 19 mencionan que en 2020 se duplicaron los ataques contra mujeres periodistas, pasando de 56 a 111 agresiones.

Resulta importante mencionar que el 2020 también fue un año de movilizaciones feministas en todo el país. Las manifestaciones en contra de la violencia de género y en favor de los derechos reproductivos fueron un punto de encuentro entre ciudadanas, periodistas y autoridades. Este escenario también fue causante de graves violaciones a la libertad de expresión de manifestantes, activistas y periodistas.

Por consiguiente, durante las movilizaciones, el Frente por la Libertad de Expresión y Protesta Social, en colaboración con CIMAC, documentó al menos 47 atentados contra periodistas que cubrían los sucesos (Vanegas, 2020). Algunos de los mecanismos utilizados por los agentes de seguridad del estado fueron el despojo de material de trabajo, intimidación, uso excesivo de la fuerza y detenciones arbitrarias.

El periodismo y la investigación de hechos de corrupción en ambientes de inseguridad e impunidad implican diversos riesgos a los que las y los periodistas están expuestos en igual medida, sin embargo las periodistas enfrentan peligros específicos que las hacen más vulnerables por el simple hecho de ser mujeres. Para evidenciar esta problemática, ARTICLE 19 ha documentado 1,167 agresiones contra mujeres periodistas en el país entre 2010 y 2021.

Retomando los datos de la organización, Signa Lab del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO), elaboró un estudio en el que muestra que, del total de agresiones perpetradas contra periodistas, 397 provienen de funcionarios públicos, 78 de fuerzas de seguridad, guardias y policías privados, y 57 del crimen organizado (ITESO, 2022).

Asimismo, la segunda entrega del informe *Asedio, amenaza y ataque: la condición de Vulnerabilidad de periodistas en México* (2022) muestra que existe una relación entre las agresiones y las coberturas, pues temas de corrupción y política implican un riesgo mayor para las periodistas. Esta investigación coloca en primer lugar los temas políticos y de corrupción, seguido por las coberturas de derechos humanos, seguridad, justicia y defensa del territorio (ITESO, 2022).

Para ejemplificar esta situación se retomará el caso de la periodista Lydia Cacho Ribeiro, agredida y violentada en 2005 como resultado de su investigación en *Los demonios del Edén. El poder que protege a la pornografía infantil* (2005), libro en el que denunció la existencia de una red de explotación sexual infantil en la que estaban implicados políticos mexicanos y empresarios, entre los que destacan Jean Succar Kuri y Kamel Nacif.

En julio de 2005, Nacif inició un proceso legal contra la autora en el estado de Puebla por los delitos de difamación y calumnia. A raíz de esta denuncia, en diciembre del mismo año, Lydia Cacho fue detenida en Cancún por agentes de la Fiscalía de Puebla. La periodista acusó que mientras era trasladada, de Cancún a Puebla, fue torturada con el objetivo de que desestimara su trabajo de investigación.

‘La autora fue víctima de tortura psicológica y física, incluidos tocamientos e insinuaciones sexuales, amenazas de muerte, y violencia verbal y física. En varias ocasiones, uno de los agentes insertó una pistola en la boca de la autora realizando movimientos semicirculares y profiriendo comentarios sexuales.’ (Comité de Derechos Humanos, 2018, p.3)

El caso de Lydia Cacho es un tema de violación a la libertad de expresión y representa un suceso de violencia de género, derivada de su condición de mujer, pues el hecho de haber sido acompañada solo por agentes hombres la colocó en una posición de vulnerabilidad.

Dichas agresiones son una violación a los derechos humanos y a la libertad de expresión con un sesgo diferenciado respecto a su condición de mujer. Cabe resaltar que la violencia de género que sufren las mujeres también se ha materializado en desigualdades salariales y laborales, acoso, violencia sexual y amenazas hacia ellas y sus familias.

Además, también existe una problemática en torno a la naturalización de la violencia de género que se agrava con la concepción de la labor periodística como una profesión de alto riesgo. Por ende, desde esta visión, las agresiones en contra de las periodistas son consideradas simples efectos colaterales de su profesión. Esto significa que son doblemente vulneradas, pues su labor periodística también las hace objeto de violencia de género.

En este sentido, la UNESCO refiere que las mujeres son más propensas que sus colegas masculinos a recibir ataques en línea y las amenazas que reciben están

en extremo sexualizadas¹⁸, centradas en su apariencia física más que en la calidad y contenido de su trabajo (UNESCO, 2020).

Las tecnologías de la información y la comunicación han dado una nueva cara a la violencia de género. La viralización, el fácil acceso de estas a la información personal de los usuarios y el anonimato exponen a las víctimas a diversas amenazas en línea, generalmente de carácter misógino y con índole sexual.

En México, el Módulo sobre Ciberacoso (MOCIBA) incorporado en la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de las Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH), elaborada por el INEGI en 2020, muestra que el 75% de la población mayor de 12 años utilizó el internet desde algún dispositivo electrónico entre julio y noviembre del mismo año.

Asimismo, el 21% de esa población declaró haber sido víctima de acoso cibernético, esto equivale a 16.1 millones de usuarios de internet, de los cuales 9 millones son mujeres y 7.1 millones son hombres. El registro muestra que el 22.5% de las mujeres fueron víctimas de violencia digital, mientras que en el caso de los hombres, el porcentaje de afectados es del 19.3%.

Las agresiones más comunes hacia las mujeres fueron insinuaciones sexuales (35.9%), acoso mediante identidades falsas (33.4%) y mensajes ofensivos (32.8%); en cambio, los hombres experimentaron contacto a través de cuentas falsas (37.1%), mensajes ofensivos (36.9%) y llamadas ofensivas (3.7%) (INEGI, 2021).

Como se muestra en las estadísticas, hombres y mujeres experimentaron ciberacoso en los últimos 12 meses, sin embargo, las mujeres fueron víctimas de violencia de género al recibir mensajes discriminatorios y con connotaciones sexuales.

¹⁸ De acuerdo con el diccionario de la lengua española, la 'sexualización' implica conferir un carácter sexual a una persona o cosa. En este sentido, los mensajes sexualizados emplean y sustentan estereotipos y prejuicios discriminatorios en contra de las mujeres. Dichos mensajes están asociados con el machismo y la misoginia.

Ante este panorama, en 2017, la Asamblea General de las Naciones Unidas reconoció los riesgos a los que se enfrentan las periodistas en el ejercicio de su labor y en el informe *La seguridad de las periodistas y la cuestión de la impunidad* (2017) resalta que las mujeres que cubren temas de política, género, derechos humanos, economía y feminismo son más vulnerables a recibir ataques en línea.

De la misma manera, en 2020 la UNESCO y el Centro Internacional para Periodistas (ICFJ) realizaron una *encuesta mundial sobre la violencia contra mujeres periodistas* (2020) en la que se muestran sus repercusiones en esta profesión. Entre los agravios más recurrentes se encuentran las campañas de desinformación digital que recurren a la misoginia y a los discursos de odio, las afectaciones a su reputación profesional y la autocensura.

También se destacan los bajos índices en las denuncias y pese a que el 73% de las encuestadas dijo haber sido víctima de violencia digital, sólo el 25% habló de los incidentes a sus empleadores, sin embargo, el 10% reconoció no haber recibido ninguna solución a su problema, mientras que el 2% mencionó que se le había cuestionado sobre las razones que provocaron el ataque.

La insuficiente representación de las mujeres en las salas de redacción, en la adopción de decisiones y en los espacios de gestión y liderazgo tienen efectos negativos en el tipo de información que se transmite en los noticiarios y en la forma en que se presenta a las mujeres a través de los medios de comunicación.

El ambiente discriminatorio al que se enfrentan las mujeres en esta profesión las coloca en una situación de doble riesgo que obstaculiza su desempeño laboral. A su vez, en la tecnología se reproducen y amplifican las desigualdades estructurales sociales, otorgando nuevas características a la violencia contra las mujeres, entre ellas la viralización y el anonimato.

Un esfuerzo relevante para resarcir la brecha de género en los plataformas informativas, y que permanece vigente aún en la actualidad, es el tercer capítulo de la Plataforma de Acción de Beijing (1995) que, en el inciso J, *La mujer y los medios de comunicación*, destaca la importancia de incentivar la presencia

femenina en los medios de difusión con el fin de lograr un equilibrio en la agenda informativa mundial.

La Convención de Beijing incluyó entre sus tareas prioritarias la eliminación de estereotipos sexistas en los medios de comunicación y la incorporación de las mujeres en todas las esferas de desarrollo. Sin embargo, el acelerado crecimiento tecnológico ha creado nuevos retos a los que las mujeres han tenido que enfrentarse en los medios virtuales.

En consecuencia de las campañas de desprestigio hacia su profesión y vida privada, las mujeres periodistas recurren a la autocensura y reducen su participación en línea. Sin duda, estas agresiones representan un ataque en contra de la visibilidad y participación de las mujeres. El espacio digital también influye en su representación en el espacio público, por esta razón, los constantes ataques a través de internet violentan su derecho a la libre expresión y reducen la pluralidad informativa.

Tal como lo muestra la Plataforma de Acción de Beijing (1995), el internet y los medios de comunicación poseen una labor importante en la formación de sociedades democráticas y equitativas, además desempeñan un papel fundamental en la transformación de las condiciones económicas, políticas y sociales de las mujeres.

Por lo tanto, en 1995, la Conferencia Mundial sobre la Mujer en Pekín reconoció de manera formal el término *empoderamiento femenino*:

El empoderamiento de las mujeres y su plena participación en condiciones de igualdad en todas las esferas de la sociedad, incluida la participación en los procesos de toma de decisión y el acceso al poder, son fundamentales para alcanzar la igualdad, el desarrollo y la paz. (ONU Mujeres, 2014, p. 64)

Los principales ejes de desarrollo en materia de comunicación abordados en dicha convención correspondían a los medios tradicionales, en este caso la televisión, la radio y los periódicos. Sin embargo, en la actualidad resulta urgente eliminar las barreras digitales y capacitar e instruir a las mujeres en cuestiones tecnológicas que les permitan impulsar sus derechos en el nuevo paradigma comunicativo y mediático, ya que la violencia en entornos digitales también limita su capacidad de tomar ventaja de las oportunidades que ofrece la tecnología.

Como se ha expresado con anterioridad, las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC's) juegan un papel importante para el empoderamiento femenino y refuerzan la lucha contra las formas de violencia que inhiben el desarrollo de las mujeres.

No obstante, aún persisten prácticas que atentan contra sus derechos y que las invisibilizan, por ejemplo, su ausencia o poca representación en Internet y en los medios de comunicación y el acceso restringido al control de los contenidos mediáticos (Centro Latinoamericano en Sexualidad y Derechos Humanos, 2013)

Por esta razón, para la Convención de Beijing, la potenciación del papel de la mujer en esferas sociales, especialmente en los procesos de participación y toma de decisiones, son fundamentales para alcanzar la igualdad. En México, el periodismo comenzó siendo una actividad masculina y aunque, con el paso del tiempo, las mujeres conquistaron cada vez más espacios en la profesión y dentro de los medios de comunicación, la brecha que las separa de los hombres aún limita su crecimiento profesional.

En el siguiente inciso se hará una revisión de los periódicos *La Jornada* (1984), *Excélsior* (1917) y *El Universal* (1916) con la finalidad de contabilizar el número de mujeres que laboran en cada diario como periodistas y figuras de autoridad, además de un repaso en sus contenidos para conocer su labor periodística respecto a la perspectiva de género.

2.1 El Universal

La historia de *El Universal* comienza en el contexto constituyente de 1916-1917. El primero de octubre de 1916, el ingeniero Félix Fulgencio Palavicini fundó el diario en la ciudad de Querétaro. *El Universal* marcó el inicio del periodismo industrializado en México, cubrió las sesiones del Congreso Constituyente celebrado en Querétaro en 1916 y defendió los postulados de la libertad de prensa.

De esta manera, su primer tiraje fue de 70 mil ejemplares y al poco tiempo se convirtió en uno de los periódicos más relevantes de la vida política del país, puesto que fue el primero en difundir la nueva carta magna en 1917, impresa en los talleres del periódico ubicados en el edificio Gambrinus, entre las calles Madero y Motolinia.

La cercanía de Fulgencio Palavicini con los círculos de poder político en México y su experiencia como revolucionario constitucionalista y diputado constituyente hicieron a *El Universal* un aliado del gobierno carrancista e imprimieron en sus páginas una línea editorial oficialista, pese a que el diario aseguraba ser independiente. De manera paralela a su trayectoria política, Félix Fulgencio Palavicini también se desempeñó en el ámbito periodístico.

En 1903 inició con su carrera de periodista con la publicación de *El Precursor*, para 1908 editó el periódico *El Partido Republicano*, mediante el cual combatió la reelección, en 1909 fue director de *El Antireeleccionista* y colaboró en el diario *Nueva Era*, periódicos que apoyaron la candidatura presidencial de Francisco I. Madero y en 1914 encabezó la última etapa de *El Imparcial*.

Bajo el gobierno de Venustiano Carranza, Palavicini reanudó su actividad política, fundó *El Pueblo* (1914) y dirigió *El Demócrata* (1918), bastiones de la prensa carrancista. (Mendoza, 2019). De acuerdo con Francisco Méndez Lara, doctor en historia, entre 1913 y 1919 se gestó un periodismo que respaldó por completo a Venustiano Carranza (Méndez, 2016).

Con el nuevo escenario de producción, comenzó el desarrollo de la prensa industrial, lo que implicó grandes tirajes a bajo costo. Esto trajo consigo un marco de profesionalización y un mayor control sobre los medios impresos. Por otra parte, Méndez Lara (2016) expresa que durante esta época surgió una constante lucha periodística entre las diversas facciones revolucionarias, algo a lo que él llamó *Hegemonía de la prensa carrancista* debido a la importancia que Venustiano Carranza dio al periodismo como formador de opiniones favorables a su gobierno.

Además de su función informativa con la sociedad, los medios de comunicación son importantes instrumentos para la reproducción coyuntural del sistema. En el libro *Ideología y Aparatos Ideológicos del Estado* (1970), Louis Althusser menciona que, a diferencia del *aparato de Estado*, definido en la teoría marxista como un conjunto de entes coercitivos destinados a mantener y reproducir las relaciones de explotación capitalista, entre los que destaca el gobierno, la administración, el ejército y la policía, los *aparatos ideológicos del Estado* son aquellos que tienen un poder dominante en el subconsciente de los individuos.

Según Althusser (1970), entre los aparatos ideológicos se encuentra la iglesia, la escuela, la familia, los medios de comunicación y la cultura. Estas instituciones, diferenciadas y especializadas, funcionan al igual que un mecanismo de dominación en la sociedad. Sin embargo, al tener mayor cobertura ideológica, la prensa y los medios de comunicación son considerados los principales aparatos de hegemonía del Estado capitalista moderno, entendiendo que la hegemonía es un concepto marxista desarrollado por el teórico Antonio Gramsci (1929).

El autor italiano expresa que la hegemonía es el poder político-ideológico logrado a través del consenso, es decir, que no opera sólo en los ámbitos económicos y políticos, sino que también está presente en lo moral y cultural.

Al igual que Louis Althusser (1970), Gramsci (1929) establece que a partir de la dirección cultural, construida a través de instituciones como la familia y los medios de comunicación, entre otros *aparatos ideológicos*, la clase dominante consolida y fortalece su dominio sobre la sociedad. Con referencia a lo previamente dicho por

ambos autores marxistas, el periodismo y los medios de comunicación fungen al igual que un arma política ideal para lograr el consenso.

El Universal se mantuvo a la vanguardia y dio pauta a la línea oficialista, lo que implicaba estar cerca al poder político en turno pero, al comenzar 1920, el diario abandonó su editorial constitucionalista e incorporó nuevos contenidos. En 1922 se convirtió en uno de los primeros periódicos en lanzar una edición vespertina, *El Universal Gráfico*, y suplementos culturales como *El Universal Ilustrado* y *El Universal Taurino*. Igualmente, Félix Fulgencio Palavicini impulsó la creación de la Unión de Redactores, Empleados y Obreros de la Compañía Periodística Nacional.

Palavicini abandonó la dirección de *El Universal* en 1923 y cedió su cargo a Miguel Lanz Duret, quien dirigió el diario hasta el día de su muerte en 1940, año en que la presidencia y dirección general pasaron a Miguel Lanz Duret Jr, su hijo. Es en esta etapa que *El Universal* abre sus páginas al periodismo especializado en temas de agricultura, ingeniería, automóviles, entretenimiento y vida nocturna en la Ciudad de México.

Debido a su dinamismo periodístico, *El Universal* puede considerarse uno de los precursores de la revolución informativa moderna en México. Mediante telégrafos, corresponsales internacionales y agencias de noticias, el periódico cubrió los acontecimientos más sobresalientes del siglo XX.

En diciembre de 1940 se publicaron por primera vez en México fotografías de la Segunda Guerra Mundial enviadas desde Europa a través del hilo telegráfico Acme. Además su cobertura informativa también abarcó sucesos como la Guerra Fría y la Guerra de Vietnam.

Juan Francisco Ealy Ortiz se convirtió en director general de *El Universal* en 1969 y actualmente es presidente ejecutivo y del consejo de administración del diario. En los años 90, el diario implementó nuevas estrategias para innovar su diseño visual, contenidos y páginas y al finalizar la década añadió color en su portada,

además, el periódico también fijó su mirada en el nuevo paradigma informativo: internet.

El Universal inauguró sus servicios en línea en 1996 y para el 2002 incursionó en el panorama híbrido entre lo digital y el impreso ofreciendo contenidos más dinámicos e interactivos en eluniversal.com.mx. De acuerdo con el Padrón Nacional de Medios (s.a), el diario tiene un tiraje promedio de 122,905 ejemplares diarios. De los lectores de *El Universal*, el 42% son mujeres y el 58% hombres.

Desde su fundación, este diario ha sido presidido solo por hombres y, en 105 años de historia, jamás ha estado bajo la dirección de una mujer, a excepción del periodo entre 1959 y 1968 cuando Francisca Dolores Valdés Deliu, viuda de Duret Sierra, quedó al frente de la empresa. No obstante, su dirección fue simbólica, ya que el periódico se encontraba en una deficiente condición financiera y los sindicatos tenían el diario en su poder.

Ahora, el organigrama del diario, en su versión impresa y digital, se expresa de la siguiente manera:

Tabla 1.

Cargos desempeñados por las y los periodistas en *El Universal*

Nombre	Cargo desempeñado en el periódico
Juan Francisco Ealy Ortiz	Presidente Ejecutivo y del Consejo de Administración
Juan Francisco Ealy Jr.	Vicepresidente Ejecutivo y Director General
David Guadalupe Aponte Hurtazo	Director General Editorial
Carlos Benavides	Director General
Perla Ealy Díaz	Directora de suplementos
Esteban Román	Subdirector Editorial
Francisco Vega	Subdirector de Diseño

Mario Dorantes	Subdirector de Contenidos Web
Renata Sánchez	Gerente de Producto Digital
Julio Suárez	Gerente de Vídeo
Roberto Rock Lechón	Director General Adjunto
Antonio Valle López	Director de Tecnología de la Información
Juan Jesús Cano Díaz	Director de Marketing
Espiridión González Reyes	Gerente de Producción
Miguel Ángel Garnica	Coordinador de Diseño Web
Erick López Torres	Jefe de Aplicaciones Móviles Online
Jesús Rogelio Guerra Rodríguez	Jefe de Desarrollo Web y Nuevas Tecnologías

Nota: Elaboración propia a partir de la información obtenida en el directorio de *El Universal* (2021) en línea.

Al revisar la información en el directorio se puede observar que hay sólo dos mujeres en un cargo de responsabilidad dentro del diario. En cambio, 15 hombres se encuentran al frente de los puestos con mayor peso: la presidencia ejecutiva y la dirección general.

En cuanto al porcentaje de periodistas que laboran en el periódico, el pasado 28 de julio de 2021 el director de *El Universal*, Juan Francisco Ealy Ortiz, emitió una carta dedicada al presidente Andrés Manuel López Obrador para responder sus críticas hacia el diario, las cuales afirman que todo desacuerdo con su administración tiene un interés ajeno al periodismo:

El Presidente de México ha mencionado en varias ocasiones a EL UNIVERSAL y a sus articulistas y columnistas, sembrando la idea de que toda crítica a su administración tiene un interés ajeno al periodismo. Esto no tiene fundamento alguno. La libertad de expresión no es fruto de una venganza ni de una conspiración, es un derecho arduamente conquistado en el país.

Quienes aquí escribimos somos dueños de nuestras voces, de nuestras plumas, de nuestras opiniones, y cada uno nos hacemos cargo de éstas anteponiendo nuestro nombre y movidos no por intereses políticos ni

económicos, sino por la búsqueda de un periodismo independiente, riguroso y crítico (Ealy, Juan, *El Universal Online*, 27/07/2021, párraf.2).

Respecto a esto, algunos articulistas y columnistas respaldaron las palabras de Ealy Ortiz y firmaron dicho mensaje. Entre los nombres de los periodistas que firmaron dicha carta se contabilizaron 71 hombres y 18 mujeres. A continuación se presentan sus nombres:

Carta al presidente Andrés Manuel López Obrador

El Presidente de México ha mencionado en varias ocasiones a EL UNIVERSAL y a sus articulistas y columnistas, sembrando la idea de que toda crítica a su administración tiene un interés ajeno al periodismo. Esto no tiene fundamento alguno. La libertad de expresión no es fruto de una venganza ni de una conspiración, es un derecho arduamente conquistado en el país.

EL UNIVERSAL no da línea a sus colaboradores, que encarnan un registro saludable y variado de posturas y opiniones políticas, ni les pide que formen parte de campañas de ningún tipo.

Quienes aquí escribimos somos dueños de nuestras voces, de nuestras plumas, de nuestras opiniones, y cada uno nos hacemos cargo de estas anteponiendo nuestro nombre y movidos no por intereses políticos ni económicos, sino por la búsqueda de un periodismo independiente, riguroso y crítico.

Presidente: lo que hacemos se llama periodismo, no añoranza por supuestos privilegios perdidos. Y en ningún caso nos mueve otro interés que no sea el de la información y el análisis de la realidad para nuestros lectores.

- Óscar Aguilar (Moskabrown)
- Alejandro Aguirre Guerrero
- Carlos Alazrakí
- Gustavo Alanís Ortega
- Pablo Álvarez Icaza Longoria
- Eduardo Arvizu Marín
- Raudel Ávila Solís
- Alberto Aziz Nassif
- Juan Pablo Becerra-Acosta
- Sabina Berman
- Enrique Berruga Filloy
- Óscar Mario Beteta
- Ángel Boligán (Bolígan)
- Luis Felipe Bravo Mena
- Enriqueta Cabrera
- Héctor Cárdenas
- Luis Cárdenas
- Magdalena Carral
- José Carreño Carlón
- Manuel J. Clouthier
- José Felipe Coria
- José Ramón Cossío Díaz

- José Antonio Crespo
- Leonardo Curzio
- Fernando de Anda (Fer)
- Héctor de Mauleón
- Christopher Domínguez Michael
- Gerardo Estrada
- Salvador García Soto
- Javier García-Galiano
- Juan Jesús Garza Onofre
- Rogelio Gómez Hermosillo
- Marcela Gómez Zalce
- Guadalupe González
- José González Morfín
- César Güemes
- Carlos Heredia Zubieta
- Ana Lilia Herrera Anzaldo
- Luis Herrera-Lasso M.
- Ricardo Homs
- Alejandro Hope
- David Huerta
- Gerardo Jaramillo
- Arnolde Kraus

- Arturo Kemchs (Kemchs)
- Mónica Lavín
- Irene Levy Mustri
- Emilio Lezama
- Kenia López Rabadán
- Carlos Loret de Mola A.
- Margarita Luna Ramos
- Francisco Madrid Flores
- Luis Magaña
- Mario Maldonado Padilla
- Adriana Malvido
- Waldo Matus (Waldo)
- Solange Márquez Espinoza
- Mario Meigar Adalid
- Elmer Mendoza
- Mauricio Merino
- Mauricio Meschoulam
- Jean Meyer
- Lourdes Morales Canales
- Ignacio Morales Lechuga
- Saskia Niño de Rivera
- Jorge Nuño Jiménez

- Jesús Orozco Henríquez
- Ricardo Rocha
- Roberto Rock
- Raúl Rodríguez Cortés
- Paola Rojas
- Sandra Romandía
- Antonio Rosas-Landa
- Lorena Ruano
- José Rubinstein
- Francisco Rivas
- Sara Sefchovich
- Guillermo Sheridan
- Javier Tejado
- Irene Tello Arista
- Arturo Sarukhán
- Francisco Valdés Ugalde
- Ernesto Velázquez Briseño
- Gerardo Velázquez de León
- José Woldenberg
- Duncan Wood
- Jesús Zambrano
- Alfonso Zárate

Ciudad de México a 28 de julio de 2021

Nota: Imagen recuperada de *El Universal Online*, 28 de julio de 2021.

2.2 Excélsior

Excélsior es el segundo periódico más antiguo de la Ciudad de México después de *El Universal*. Bajo la dirección de Rafael Alducín, el diario lanzó su primer número el 18 de marzo de 1917. La publicación comenzó siendo una sociedad anónima pero, debido a los problemas financieros por los que atravesaba, en 1932 se convirtió en una cooperativa.

Arno Burkholder de la Rosa (2008), doctor en historia moderna, refiere que este periódico es heredero de la prensa empresarial surgida en el porfiriato. La trayectoria de *Excélsior* es fundamental en la historia del periodismo nacional y es necesaria para comprender la manera en que se consolidó la relación entre la prensa y el gobierno mexicano.

Con el triunfo del constitucionalismo surgieron nuevos medios que apostaron por las transformaciones que el país estaba viviendo y que rompieron con los restos del porfiriato, entre ellos, *El Universal* de Félix Palavicini.

El aspecto comercial también influyó en la manera de hacer periodismo, pues la necesidad de recursos económicos determinó los contenidos y el público a quien iban dirigidas las publicaciones. Con su primer editorial, *Excélsior* dejó en claro que, aunque pretendía alejarse de cualquier filiación partidaria, apoyaba cualquier propuesta política encaminada a preservar la armonía y el desarrollo de México.

Si bien, entre 1916 y 1932 el periódico *Excélsior* fue un medio que tuvo que lidiar con la crisis revolucionaria, también disfrutó de las oportunidades brindadas por el nuevo gobierno en la reconstrucción del país. Desde la perspectiva del doctor Arno Burkholder:

El apoyo recibido por parte de Carranza y su capacidad para negociar con Calles y Obregón, aunado a la sobrevivencia de un modelo empresarial para hacer periodismo, le permitió convertirse en un diario importante durante esos primeros 16 años de existencia. (De la Rosa, 2008, p. 1414)

Tanto *El Universal* como *Excélsior* fueron periódicos que marcaron una nueva época en la prensa nacional. Pronto, el diario de Alducin pasó de ser un medio influido por *El Imparcial* (1896), de la vieja escuela porfirista, y se convirtió en un medio con voz propia. En el cardenismo (1936-1940) las empresas periodísticas fueron consideradas un sector de suma importancia, al igual que la industria papelera.

La producción de papel en México se realizaba, en su mayoría, de manera artesanal. Debido a la demanda de este suministro y a los elevados precios de las importaciones de Estados Unidos y Canadá, el gobierno de Lázaro Cárdenas fundó la Productora e Importadora de Papel S.A (PIPSA) con el objetivo de proveer este material a precios fijos.

Por su parte, la intervención cardenista también significó una vía para controlar la venta y distribución del papel y, en consecuencia, el contenido de los medios impresos. Bajo esta lógica, PIPSA se convirtió en mediadora de las relaciones entre el gobierno y la prensa al instaurar el Departamento Autónomo de Prensa y Publicidad, agencia encargada de distribuir boletines con información oficial. Al igual que muchas otras empresas, *Excélsior* disfrutó de los beneficios que ofrecía el cardenismo, el papel y la distribución de información a través de las oficinas de prensa.

Con la llegada de los años sesenta, las transformaciones que se vivían en todo el mundo también impactaron en el diario cuando un grupo de periodistas, entre los que destacan Julio Scherer García, Manuel Becerra Acosta Jr. y Regino Díaz Redondo, intentaron elevar la calidad profesional del diario, orientando su responsabilidad editorial hacia la sociedad.

Julio Scherer ocupó la subdirección editorial en 1963 y en 1968 fue designado director de *Excélsior*. Con su llegada, las páginas de este periódico se alejaron de la prensa oficialista. Pese a que la mirada crítica de Scherer García llevó al diario a vivir sus años más venturosos, también significó su exilio del periódico.

En 1976 se suscitó el *golpe a Excélsior*, un ataque a la libertad de prensa en México y el parteaguas de una nueva era en el periodismo crítico nacional. Para investigadores como Burkholder de la Rosa (2010), el punto de quiebre se dio el 8 de julio de 1976 cuando Julio Scherer fue destituido y acusado de malversar fondos de la empresa.

Durante su gestión, Julio Scherer logró posicionar a *Excélsior* como uno de los periódicos más importantes del país y el primero en adoptar el debate y la crítica política. La desestabilización ideada por el gobierno de Luis Echeverría Álvarez impulsó descontentos en la organización interna que le permitieron tomar el control del periódico.

Tras deliberar, los cooperativistas acordaron la expulsión definitiva de Scherer García y designaron la dirección a Regino Díaz Redondo, quien permaneció en el cargo hasta el 2001. En consecuencia, del consejo editorial saliente surgieron otras publicaciones, entre ellas la revista semanal *Proceso*, fundada por Julio Scherer en 1976, y el periódico *Unomásuno* (1977) de Manuel Becerra Acosta, que más tarde daría paso a *La Jornada* (1984).

Con un recorrido de 104 años, *Excélsior* se ha mantenido como un periódico relevante en la vida social del país, no obstante, a raíz de los constantes problemas económicos, el periódico fue vendido en enero de 2006 al empresario Olegario Vázquez Raña, propietario de Grupo Imagen.

Los datos obtenidos por el Catálogo Nacional de Medios Impresos e Internet 2020: Periódicos Ciudad de México y Extranjero, muestran que el impreso cuenta con una circulación promedio de 120,540 ejemplares y la mayoría de sus lectores son hombres (54%), mientras que el porcentaje de mujeres es de 46%.

Actualmente, la organización interna del diario se representa de la siguiente manera:

Tabla 2.

Cargos desempeñados por las y los periodistas en *Excélsior*

Nombre	Cargo desempeñado en el periódico
Olegario Vázquez Raña	Presidente
Olegario Vázquez Aldir	Vicepresidente
Ernesto Rivera Aguilar	Director General
Pascal Beltrán del Río	Director Editorial
Manuel Velázquez Mares	Director Editorial Digital
Pedro Díaz	Director Adjunto
Kyoshi Hayakawa	Coordinador de Diseño
Luis Contreras	Coordinador de Sistemas de Imagen Digital
Enrique Montiel	Coordinador de Desarrollo
José Antonio Torras González	Director Comercial

Nota: Elaboración propia a partir de la información obtenida en el directorio de *Excélsior* (2021) en línea.

Al revisar los cargos ocupados dentro de esta empresa editorial, se concluye que ninguna mujer se desempeña en un puesto de toma de decisiones en *Excélsior*, ni en los cargos directivos actuales, ni en la historia del diario.

2.2 La Jornada

La Jornada surgió de la fragmentación de otros medios y como resultado de la urgencia por una prensa crítica y plural. El golpe del gobierno de Echeverría Álvarez a *Excélsior* trajo graves consecuencias en el periodismo mexicano y también marcó una línea divisoria entre el quehacer periodístico de ese momento.

El diario se creó el 19 de septiembre de 1984 en la Ciudad de México, propuesta de un grupo de periodistas que recién salían de *UnomásUno* entre los que destacan Miguel Ángel Granados Chapa, Carmen Lira Saade, Humberto Musacchio y Héctor Aguilar Carmín. Bajo la dirección de Carlos Payán, el proyecto reunió a articulistas de diversas ideologías que, desde el periodismo, inauguraron la crítica al poder político en México.

Seis meses antes de su fundación, el 29 de febrero de ese mismo año, se realizó una reunión en el Hotel México en la que participaron intelectuales, como Gabriel García Márquez y Pablo González Casanova, con el propósito de impulsar una prensa crítica y democrática. En ese contexto, *La Jornada* fijó su propósito editorial: “ser un medio moderno plural, abierto en lo político y en lo ideológico.” (Payán, 1984, párraf. 10).

No obstante, el panorama financiero no era lo suficientemente estable para dar pie a este proyecto. Ante esta situación, algunos artistas plásticos encabezados por Rufino Tamayo y Francisco Toledo realizaron generosas aportaciones para que la iniciativa prosperara.

La Jornada nació como un periódico sin injerencia empresarial, pues sus fondos provenían de la colaboración de artistas, intelectuales, académicos, periodistas, escritores, estudiantes, campesinos, amas de casa y obreros que creyeron en el éxito de esta nueva propuesta editorial. (Saade, s/a)

Desde su primera edición, el periódico se publicó en formato tabloide de 32 páginas. El trabajo artístico de este diario estuvo a cargo del pintor Vicente Rojo, quien lo diseñó con el objetivo de destacar los hechos más relevantes y, al mismo

tiempo, incluir noticias resumidas para dar al lector la información esencial de cada día.

Desde su surgimiento como un medio plural e insubordinado a los intereses políticos y empresariales.”No había por entonces en el país –salvo las excepciones de Proceso, el *Unomásuno* y algunas publicaciones marginales– medios realmente independientes del poder” (Saade, s.a párraf. 1).

Bajo este ideal democrático y de descentralización, se creó el Desarrollo de Medios S.A de C.V (Demos), sociedad anónima responsable de la producción, venta y distribución del diario, sin injerencia en la política editorial. Así mismo, en 1995 creó su página web, convirtiéndose en el primer periódico mexicano que incursionó en internet.

De acuerdo con los datos obtenidos en el Padrón Nacional de Medios (s.a), en Ciudad de México, este diario tiene un tiraje promedio de circulación de 69,725 ejemplares y del total de sus lectores, el 54% son hombres y 46% mujeres.

En sus 37 años de historia, *La Jornada* ha tenido solo dos directores generales, Carlos Payán, quien estuvo al frente del diario durante 10 años, y Carmen Lira Saade, quien dirige el periódico desde 1996. El organigrama interno del diario se distribuye de la siguiente manera:

Tabla 3.

Cargos directivos desempeñados en el periódico *La Jornada*

Dirección	
Nombre	Cargo desempeñado en el periódico
Carmen Lira Saade	Directora General
Guillermina Álvarez	Asistente de la Dirección
Josetxo Zaldua Lasa	Coordinador General de Edición

Nota: Elaboración propia a partir de la información obtenida en el directorio de *La Jornada* (2021) en línea.

Tabla 4.**Coordinaciones en el periódico *La Jornada***

Coordinaciones	
Nombre	Área
Rosa Elvira Vargas	Información General
Margarita Ramírez Mandujano	Redacción
Luis Hernández Navarro	Opinión
Francisco García Noriega	Arte y Diseño
Arturo Espinosa Aldama	Tecnología y Comunicaciones
Arturo García Hernández	Online
Javier Loza Hernández	Publicidad

Nota: Elaboración propia a partir de la información obtenida en el directorio de *La Jornada* (2021) en línea.

Tabla 5.**Jefaturas en el periódico *La Jornada***

Jefaturas	
Nombre	Área
Pedro Aldana Aranda	Deportes
Roberto González Amador	Economía
Marcela Aldama	Mundo
Miguel Ángel Vázquez	Capital
Pablo Espinosa	Cultura
Socorro Valadez Morales	El Correo Ilustrado

Nota: Elaboración propia a partir de la información obtenida en el directorio de *La Jornada* (2021) en línea.

A diferencia de *El Universal* y *Excélsior*, en *La Jornada*, comenzando por la dirección, las mujeres ocupan seis cargos administrativos y directivos dentro del diario, un número superior al representado en los dos primeros periódicos. Por el contrario, en cuanto a las columnas de opinión en octubre de 2021, el número de columnistas hombres superó al de las mujeres, pues del total de periodistas que

escriben en la sección de opinión, 18 son hombres y cinco son mujeres. Sin embargo, resulta indispensable reconocer la trayectoria de Carmen Lira Saade, quien a lo largo de su carrera se destacó como corresponsal de guerra en Centroamérica y corresponsal internacional en Washington D.C. y China.

Tabla 6.

Las mujeres y la toma de decisiones en *La Jornada*, *Excélsior* y *El Universal*.

Periódico	Número de mujeres que colaboran en el medio dentro de un puesto directivo
El Universal	2
Excélsior	0
La Jornada	6

Nota: Elaboración propia a partir de la información obtenida en los directorios en línea de los tres periódicos en el 2021.

En esta revisión también se resalta que *La Jornada*, además de ser el medio con mayor presencia femenina, también fue el primer periódico en incursionar en internet y en digitalizar sus contenidos, aunque sin emplear hipervínculos ni la estructura del periodismo multimedia.

No obstante, pese a las deficiencias en cuestión digital, este diario destaca por su sello editorial y por los galardones Premio Nacional de Periodismo con los que se ha distinguido el trabajo periodístico de sus colaboradores, entre los que destacan Elena Gallegos Ramirez (1998), Sanjuana Martínez (2006) y su directora, Carmen Lira Saade (2010), quien en 2017 también recibió el Premio Democracia otorgado por el Centro Cultural Caras y Caretas, de la Fundación Octubre.

Capítulo 3

La Comunicación y el entorno digital

Por naturaleza, la comunicación es definida como un proceso de socialización entre dos o más individuos que tiene la finalidad de conformar un significado mediante un código o lenguaje en común (Gómez, 2016). Este intercambio no sugiere la existencia de un conflicto, pues solo se trata de un proceso de entendimiento del mensaje por parte de los mismos.

Es importante reconocer que la comunicación es un proceso vital en las relaciones humanas. La interacción con otros crea aprendizajes, comportamientos y vivencias que potencializan el crecimiento y el desarrollo social. Para Idalberto Chiavenato (2009), la comunicación es el intercambio de información entre personas con el fin de poner en común un mensaje, además, el autor menciona que es un proceso fundamental para la experiencia y socialización humana.

De acuerdo con el modelo aristotélico, la comunicación es un proceso lineal (emisor-mensaje-receptor) en el que el orador tiene el poder de crear una reacción deseada en el receptor. Sin embargo, con la aparición y desarrollo de la tecnología, la comunicación se ha mantenido en constante reestructuración.

Los abundantes flujos de información y la necesidad de inmediatez han modificado por completo la rutina periodística, ahora las y los trabajadores de los medios de comunicación requieren nuevas técnicas en la búsqueda, procesamiento, soporte y difusión de la información diaria (Puente, 2019).

El nacimiento del internet aceleró los procesos de comunicación en todo el mundo. Algo que comenzó siendo un proyecto militar, pronto se convirtió en el canal más relevante de intercambio entre la sociedad. El proyecto de ARPANET (*advanced research projects agency network*), surgido el 05 de diciembre de 1969, fue diseñado para mantener las comunicaciones en caso de emergencia ante la situación de incertidumbre ocasionada por la Guerra Fría.

La conexión creada por el Departamento de Defensa de los Estados Unidos pronto pasó a través de las universidades y proyectos de defensa del país con mayor naturalidad y en los años 80 aparecieron otras redes en diversos países.

Al iniciar 1990, con el auge de las herramientas digitales, comenzaron los primeros ensayos para desarrollar lo que actualmente es el internet. Este nuevo proyecto trajo consigo un nuevo perfil de usuarios que se proyectaban fuera de los círculos académicos, científicos y gubernamentales.

Con el nuevo milenio aparecieron servicios globales de internet como Yahoo (1994), Wikipedia (2003) y Safari (2003) y redes socio digitales que permitieron a los consumidores crear y compartir contenidos en la web. En 2004 surgió *Facebook*, una de las redes más populares y con un mayor número de usuarios en el mundo.

Pese a que, desde su fundación, *Facebook* fue una plataforma social para conectar con personas en diversas partes del mundo, las demandas actuales pronto lo llevaron a convertirse en un proveedor de información y en un soporte para los medios de comunicación que, gracias a sus herramientas digitales, ahora tienen la posibilidad de ofrecer información actualizada y atraer usuarios a sus páginas web.

La digitalización, reducción de los contenidos a una masa de *bits*¹⁹ que puede ser fragmentada y manipulada, y la aparición de nuevas formas de comunicación interactiva han traído importantes cambios en el ecosistema mediático. Estas plataformas permiten el intercambio entre las audiencias y las empresas de comunicación. De esta manera, también se construye una relación más estrecha con la información que se consume a diario.

Ante el nuevo paradigma digital, Carlos Scolari (2008) propuso la *comunicación digital interactiva* como otra rama de las Ciencias de la Comunicación que necesita de nuevas teorías para explicar su funcionamiento. Scolari resalta que la

¹⁹ El Diccionario Prehispánico de Dudas (2005) de la Real Academia Española explica que esta palabra deriva del inglés *bit* —acrónimo de *bi[nary digi]t*—, que significa, en informática, ‘unidad de medida de información equivalente a la elección entre dos posibilidades igualmente probables’.

hipertextualidad, ruptura del texto lineal y la reticularidad son las principales características de este nuevo modelo.

Por lo tanto, la comunicación digital sobrepasa al esquema *uno a uno* de la comunicación de masas y ofrece un modelo organizado en forma de red que, de manera simultánea, transmite información a través de diversos canales. La multimedialidad, hipertextualidad e interactividad, pilares fundamentales de la sociedad hiperconectada, rompen con las barreras del espacio y el tiempo características de los medios tradicionales.

Hablar de hipertextualidad implica remitirnos a Gerard Genette (1989), teórico francés que empleó este término dentro de la literatura para nombrar a la relación que existe entre un texto A (hipotexto) y un texto B (hipertexto). De esta manera, en la comunicación digital, la hipertextualidad representa una estructura discursiva interconectada con distintas piezas textuales o audiovisuales, es decir, que conjugan imágenes y sonidos.

La Real Academia Española (s.a) define que el hipertexto es un texto que contiene elementos que permiten a los lectores acceder a otra información. En el paradigma mediático, la información presente en los medios de comunicación modernos incluye enlaces incrustados en el texto que amplían la información, es decir, no muestra una estructura secuencial.

A partir de la digitalización de los medios de comunicación, los lectores han podido asumir un rol activo dentro del proceso comunicativo y decidir la manera en la que consumen la información. A su vez, la multimedialidad también enriquece el contenido y la información, pues ésta se presenta en distintos formatos audiovisuales.

Para el profesor Manuel Castells (2006), la Sociedad Red, resultado de las nuevas ventanas de la comunicación originadas por la tecnología, reúne las siguientes características: la información como materia prima, flexibilidad y convergencia tecnológica. En palabras del teórico español, es un estado de desarrollo social

caracterizado por la capacidad de los individuos para obtener, crear y compartir todo tipo de información de manera instantánea.

A diferencia de Carlos Scolari (2008), quien habla de una sustitución de paradigmas, Manuel Castells (2006) propone una interconexión entre modelos tradicionales y digitales que convergen en la sociedad red. En el siglo XX, la radio, la prensa y la televisión, considerados medios de comunicación de masas, propusieron e instauraron formas novedosas de manejar, transmitir y presentar la información. Ahora, en medio de la revolución tecnológica, dichos medios han empleado nuevas maneras de realizar coberturas anclando sus formatos con el internet y las redes socio digitales.

La irrupción tecnológica cambió la cotidianeidad y los modos de socialización pues la tecnología es, ante todo, un medio de interacción y reorganización que, al mismo tiempo, ha creado redes de comunicación horizontales y bidireccionales. Por ello, tal y como lo explicaban Scolari (2008) y Castells (2006), la sociedad moderna rebasa los antiguos esquemas de la comunicación de masas en donde solo existía un proceso lineal entre emisores y receptores.

Con la finalidad de explicar los cambios estructurales en la sociedad a partir de su interacción con el surgimiento de las nuevas tecnologías, Octavio Ianni (2006) utilizó el término *aldea global*, acuñado por Marshall McLuhan en 1964 para explicar los efectos de la globalización. La teoría de McLuhan parte de la capacidad de los medios para superar las barreras geográficas y acercar a las sociedades, convirtiendo la tierra en una gran aldea global.

Por otra parte, Octavio Ianni explica que se trata de una nueva realidad en la que los medios electrónicos permiten conocer y comprender lo que sucede en distintas partes del mundo sin importar las distancias temporales.

En el libro *Teorías de la globalización* (2006), Ianni menciona que, gracias a la tecnología, los medios de comunicación han alcanzado un grado de desarrollo que les permitió sobrepasar y romper fronteras culturales, políticas, ideológicas y religiosas. Como parte de la globalización, en la aldea global también se han

homogeneizado ideas y valores socio-culturales que han generado un intercambio de información sin límites.

Uno de los cambios más relevantes al esquema unidireccional de los medios tradicionales es que ahora la digitalización presenta un modelo interactivo. A principios de los años setenta, Jean Baudrillard (1974) expresaba que los *Mass Media* limitaban a su audiencia a desempeñar un rol pasivo en la comunicación, pues su estructura prohíbe para siempre la respuesta, lo que hace imposible todo proceso de intercambio sin cambiar en absoluto la unilateralidad de la comunicación.

En la actualidad, la comunicación digital tiene múltiples ventajas frente a la radio, la televisión y la prensa escrita debido a las posibilidades infinitas que ofrece. Gracias a la digitalización es que podemos transmitir grandes cantidades de información de manera inmediata y en tiempo real.

Ahora, frente a las restricciones temporales y lingüísticas de la comunicación del siglo XX, los medios digitales dan paso a usuarios activos que también incursionan en la creación de contenidos para las nuevas plataformas (Fenoll, 2011). Además, con la multimedialidad e hipertextualidad, los distintos formatos y lenguajes se interconectan ampliando los horizontes informativos.

Bajo esta lógica aparecen los denominados *cibermedios*, es decir, todos aquellos medios de comunicación que operan bajo la estructura de la *World Wide Web* o Red Informática Mundial. Una de las características más sobresalientes de estos nuevos medios es que alteran los modelos comunicativos al incorporar procesos interactivos para las audiencias.

Tal como lo expresa Scolari (2008), todos los cibermedios presentan una gran variedad de recursos significativos que generan una nueva concepción de la información sin las restricciones de la prensa escrita. Al poner fin a la brecha entre los medios de comunicación y sus usuarios, surgen nuevas formas de participación, entre estas destacan los foros de discusión, comentarios directos en la página web del medio (mismos que ahora reemplazan las cartas al editor) y

correos electrónicos a través de los cuales los lectores pueden opinar e incidir en la toma de decisiones sobre los contenidos.

Sin embargo, pese a la incursión de los medios en la web, no todos pueden considerarse propiamente “cibermedios”, pues algunos de ellos, sin modificar su estructura, intentaron adaptarse a las exigencias de la era digital. La investigadora Maryalejandra Montiel (2000) propone dos clasificaciones para dichos medios:

- Medios tradicionales con nuevos soportes: aquellos medios impresos que se adentran en internet sin modificar ni adaptar sus contenidos a la estructura electrónica. Es decir, difunden y muestran la misma información que en su versión impresa con la finalidad de atraer nuevos lectores a su sitio web, el cual carece de interactividad y elementos multimedia.
- Medios cibernéticos: se caracterizan por combinar y complementar la edición impresa con la cibernética y amplían los horizontes de la información con hipervínculos y contenidos multimedia (audio, video e imagen)

Con lo anterior, se entiende que no todos los periódicos en línea son cibermedios pues, aunque emplean herramientas digitales en sus portales, funcionan mayoritariamente como medios impresos. A pesar de ello, debido a las estructuras reticulares mediante las cuales transmiten sus contenidos, crean nuevos modelos comunicativos que los separan de los medios del siglo XX.

En el ciberespacio, espacio virtual creado por las redes informáticas, también se presentan importantes niveles de interacción. El término ciberespacio apareció por primera vez en 1984 en la novela *Neuromante* del escritor de ciencia ficción William Gibson. El autor utilizó esta palabra para nombrar al escenario espacial existente dentro de las computadoras.

No obstante, el término ha evolucionado para encontrar nuevos significados que den sentido a la interacción entre personas y softwares. Dentro de este nuevo paradigma cibernético, la sociedad participa de una comunicación dinámica en la que la información ya no es exclusiva de las empresas mediáticas, pues con la masificación de la tecnología, la creación de contenidos es cada vez más accesible para los individuos.

Al incrementar la participación ciudadana, se podría establecer que el ciberespacio amplía también el acceso a la información. Sin embargo, pese a la diversificación de medios, la brecha digital y económica es un obstáculo persistente. Las telecomunicaciones y el internet modificaron nuestras relaciones y revolucionaron la manera en la que nos conectamos con el mundo. A través de estas es que podemos ejercer, o no, derechos como la educación, la cultura y la información.

La pandemia de Covid-19 aceleró la digitalización en todo el mundo y la educación y el empleo de millones de personas se sostuvieron a partir del internet y las plataformas digitales (Cabero, 2020). No obstante, el acceso desigual a los servicios digitales impide que todos los niveles de la sociedad disfruten plenamente de sus derechos y de las oportunidades que ofrece el ciberespacio.

De acuerdo con José Flores (2020), director de comunicación de la Red en Defensa de los Derechos Digitales (R3D), organización civil encaminada a promover los derechos humanos en el entorno digital, explica que existen diversas brechas que dificultan la conectividad y entre ellas se encuentran las barreras geográficas, pues no en todas las zonas es posible captar la señal del internet, las barreras económicas que imposibilitan el pago de servicios digitales de calidad y, por último, las brechas educativas expresadas ante la falta de conocimiento y experiencia respecto al lenguaje cibernético.

José Flores señala que “la brecha digital es el conjunto de muchas asimetrías que atraviesan nuestra experiencia de vida” (Flores 2020, como se citó en Martínez, 2020, párraf. 4) y al respecto, la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de las Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH, 2020) muestra que el acceso a internet en México es desigual.

Se estima que durante 2020 había 81.4 millones de usuarios de internet, lo que representa el 72% de la población mayor de seis años, cifra que mantuvo un aumento de 1.9 puntos porcentuales respecto a la registrada en 2019 (70.1%) pero, a pesar del significativo avance, aún existen zonas del país que no destacan en la estadísticas. De acuerdo con la ENDUTIH 2020, el 78.3% de la población urbana utiliza el internet, mientras que en las zonas rurales, solo el 50.4% tiene acceso a estos servicios.

Por otra parte, las cifras cambian al dividirse por edad y sexo. La encuesta indica que 60% de los infantes cuentan con servicio de internet de los cuales, el 31.6% son niños y 31.5% son niñas. Al tratarse de las zonas rurales, los datos muestran que, de los infantes en edad escolar, el 14% son niños y el 13% niñas campesinas.

La disparidad en el uso de las nuevas tecnologías también es evidente entre el norte y el sureste del país, pues la mayor proporción de usuarios se concentran en Nuevo León, Baja California, Sonora y Ciudad de México. Por otro lado, los estados de la república que presentan un menor índice de conectividad son Chiapas y Oaxaca.

El INEGI informó que en el 2020, en Oaxaca el 77% de la población se situó en zonas urbanas, mientras que el 23% habitaba en el campo. Lo contrario ocurrió en Chiapas, estado en el que la mayoría de la población se concentraba en zonas rurales, 51%, y solo el 49% en espacios urbanos. Estos datos muestran que la expansión tecnológica se ve ensombrecida por el acceso dispar al ciberespacio y que la brecha digital perpetúa la desigualdad social, laboral, económica, política, educativa y de género.

Por otra parte, la organización ARTICLE 19 señala que “las TIC se desarrollan en idiomas que no corresponden a las realidades lingüísticas de las comunidades y las condiciones sociales adversas dificultan el acceso a las mismas, principalmente para las mujeres” (ARTICLE 19, 2021, p. 11).

En su *Informe sobre brecha digital, desigualdad y desinformación: La situación de Oaxaca y Chiapas*, la organización percibe que existe una problemática en torno a las tecnologías, pues en ocasiones se asocian con las etapas escolares, provocando la marginación de poblaciones que no son consideradas *productivas*.

Por esta razón, también importa diferenciar entre *usuarios* y personas con disponibilidad real de los dispositivos tecnológicos, ya que para disponer de los derechos digitales no basta con ser usuario, sino que se debe garantizar un acceso pleno a dichos servicios pues no es lo mismo tener internet sin un dispositivo capaz de acceder a la red.

La pandemia de Covid-19 también acrecentó la brecha digital en el entorno escolar. Al emprender la iniciativa *Aprende en casa*, el gobierno mexicano dio por sentado que todas las niñas y los niños en el país tenían la facilidad de continuar con su educación a través de la pantalla de un televisor o de una computadora.

Sin embargo, la realidad demostró que contar con un servicio básico de internet no es suficiente, pues al lanzar el programa de educación online de manera indiscriminada en todo el país, la Secretaría de Educación Pública no consideró las brechas históricas existentes en comunidades de Oaxaca y Chiapas.

En la encuesta se estima que durante el tercer trimestre del 2020 había 21.8 millones de hogares con internet, lo que representa el 60.6% del total nacional pero, al mismo tiempo, se muestra que el 96% de los usuarios accedió a la red a través de un teléfono móvil ya que solo el 33.7% disponía de una computadora con todos los servicios.

A nivel nacional, la Constitución Política alberga un marco normativo que pretende garantizar el derecho a la comunicación (artículo 2, B. VI), a la información y a la libertad de expresión (artículos 6 y 7). Además, el artículo 6 B.I también considera que la conectividad es un derecho fundamental.

Pero, aunque en México existe un marco legal que pretende garantizar estos derechos, la centralización de servicios básicos e infraestructura eléctrica en las zonas más urbanizadas del país impide que las comunidades rurales accedan y

disfruten de estas opciones. Encima de esto, los obstáculos que limitan el acceso, uso y apropiación de las tecnologías de la información incrementan las desigualdades sociales y económicas ya existentes entre mujeres y hombres.

Respecto a la disparidad de género en el campo de las TIC's, Soledad Venegas Nava, informática, bloguera y especialista en ciencias de la educación, menciona que "las mujeres no deben masculinizarse para pertenecer a este sector. Se deben seguir buscando soluciones a las problemáticas de las mujeres, pero deben hacerse desde su mirada y no desde la de los hombres" (López, 2021, párraf.9)

3.1 El ciberperiodismo

La tecnología también ha estado presente en lo que respecta al ejercicio periodístico, pues su impacto llevó a esta profesión a realizar importantes innovaciones que van más allá de la migración del papel al soporte digital. Entre los cambios que la digitalización propició en el periodismo del siglo XXI destaca la modificación de las rutinas profesionales y la exigencia de nuevos conocimientos y habilidades por parte de los periodistas, la diversificación de las fuentes y de la información, misma que ahora circula a través de redes sociales, además de la aparición de nuevos formatos para interactuar con los contenidos de cada empresa periodística.

María Elena Meneses (2016), especialista en medios, internet y cultura digital, destaca tres dimensiones que sufrieron cambios ante la digitalización. La principal es la económica, debido a que el internet influyó en el mercado informativo y en los costos de producción y publicidad de las empresas periodísticas, después se encuentra la dimensión funcional, es decir, en el ejercicio del periodismo en sí, pues las prácticas actuales emplean herramientas digitales para la producción de contenidos. La última dimensión se refiere al ejercicio profesional, que ahora requiere inmediatez y nuevas prácticas.

Ramón Salaverría (2008), catedrático español, define que el *ciberperiodismo* es la especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para la investigación, elaboración y difusión de contenidos periodísticos. Bajo este nuevo perfil, la prensa organiza su discurso en estructuras hipertextuales sin límites de tiempo ni espacio que amplían los horizontes de la información y revolucionan su manera de llegar a los lectores.

Ramón Salaverría y Delia Covi Druetta (2016) coinciden en que 1995 fue el parteaguas para la gran mayoría de los periódicos digitales en Iberoamérica. Como ya se mencionó, el primer periódico mexicano en publicar a través de Internet fue *La Jornada* en febrero de 1995, posteriormente, en abril de ese mismo año, aparecieron los diarios *Reforma* y *El Norte* seguidos por *El Imparcial* y *El Universal*, periódico que tuvo su plataforma electrónica hasta marzo de 2001.

La investigadora Covi Druetta (2016) señala que el ciberperiodismo en México se desarrolló en tres etapas, la primera de ellas a mediados de los años ochenta con la incorporación de equipos de cómputo a las redacciones de los diarios, la siguiente se presentó en 1995, cuando los periódicos ofrecían una simple *versión espejo* de sus publicaciones impresas y, para finalizar, la etapa más madura del periodismo digital con la incorporación general, aunque desigual, de los diarios a los portales web. Gracias a la convergencia digital presente en esta fase de desarrollo, el periodismo ha incorporado herramientas digitales para crear contenidos más atractivos.

Al respecto, Joaquim Gil (1999), periodista español, establece que solo puede denominarse *periodismo digital* a aquél que rompe con la comunicación lineal y unidireccional, es por ello que, al ofrecer múltiples formas de navegar a través de la información y los contenidos, el hipertexto es considerado la columna vertebral del ciberperiodismo.

La interactividad, característica fundamental del periodismo digital, posibilita el intercambio de opiniones y argumentos básicos para la formación de una opinión pública racional, sin embargo, María Elena Meneses (2010) menciona que la convergencia digital, además de los múltiples beneficios que ofrece, también ha

creado una fuerte crisis de identidad en el periodismo debido a que las estructuras horizontales de comunicación facilitan que los usuarios pueden crear y replicar información en la web sin necesidad de sustento o rigor periodístico.

El modelo del periodismo convergente también puede generar fenómenos que erosionan la función social del periodismo, tales como la precarización de la profesión, el desapego por los temas que afectan a la sociedad y la subordinación a los intereses del mercado.

La digitalización en el entorno social también ha modificado los hábitos de consumo de los lectores de la prensa escrita. El estudio anual de *Global Entertainment & Media Outlook 2021-2025* muestra que el valor del negocio de los periódicos cayó un 12% durante el 2020 a causa de las nuevas rutinas sociales generadas por la pandemia de Covid-19.

El confinamiento y las medidas de seguridad sanitaria redujeron la circulación de los impresos en un 10% y aunque los portales web de dichos medios se mantuvieron actualizados con la información diaria, el crecimiento en circulación digital, es decir, el pago de suscripciones que algunos periódicos cobran para acceder a sus contenidos en línea, sólo significó el 5% del negocio total.

A pesar de estas cifras, las necesidades de innovación y competencia en el mercado de la información acrecientan, cada vez más, la inserción de los medios de comunicación en el entorno digital. A propósito, datos obtenidos del *Catálogo de Medios Impresos, Digitales, Electrónicos, Virtuales, Internet y Redes Sociales 2021* del Instituto Electoral de la Ciudad de México muestran que en ese año se registraron 175 medios digitales en la Ciudad de México, mientras que el número de impresos fue de 35.

No obstante, en 2019 se contabilizaron 157 periódicos digitales, con lo que se puede apreciar un crecimiento del 11% durante los siguientes dos años. Por su parte, en 2021 la cifra de impresos cayó en un 12.5% respecto a 2019, año en el que se registraron 40 periódicos en la Ciudad de México. Esta disparidad entre ambos soportes informativos muestra que la profesión ha tenido que migrar a los

soportes digitales, que hacen más rentable el negocio de la información, y ajustar sus contenidos a las exigencias modernas.

Para el periodismo del siglo XXI es innegable que el impacto de las tecnologías transformó aspectos de la profesión como sus rutinas, habilidades, diversificación de fuentes de información e incluso propició la aparición de nuevos formatos y presentaciones para los géneros periodísticos (Fenoll, 2011). A su vez, el desarrollo del periodismo digital tiene una estrecha relación con el surgimiento de las redes sociales, ya que estas han cambiado los esquemas de la información y sus modos de lectura.

Ante este cambio radical, Ramón Salaverría (2015) expresa que el periodismo debe adaptarse a las exigencias del internet, y facilitar las lecturas rápidas, por ello sugiere retomar el *índice de complejidad de Gunning*, diseñado para medir la facilidad de las lecturas y su comprensión. Dicho estudio muestra que entre más sencillas sean las palabras y más cortas las frases, será más fácil comprender la totalidad de un texto.

El autor señala que la labor de los periodistas digitales es favorecer la información concisa y optar por los titulares cortos y directos que incluyan palabras clave sobre el tema que se trata con el fin de obtener mayores posibilidades de ser posicionado por el algoritmo SEO (Search Engine Optimization) entre los primeros lugares de búsqueda en la web (Salaverría, 2015).

A diferencia de la prensa escrita, el ecosistema digital ofrece mayores oportunidades para innovar y sobresalir en el mercado informativo. No obstante, la doctora Evelyn Castro Méndez (2017) sostiene que debido a la presión por obtener la primicia, la dinámica de los cybermedios puede exponer al periodista a no respetar algunos de los valores básicos en la profesión, como la precisión, ética, credibilidad y originalidad.

En la sociedad de la información, la competencia y diversificación de medios implican también calidad informativa e innovación sin dejar de lado la responsabilidad que exige el periodismo. Aunque la convergencia digital pueda

significar mayores oportunidades económicas, es necesario que la ética y el rigor metodológico prevalezcan al frente de los medios y sus contenidos.

Con el fin de complementar dicho análisis, en el próximo apartado se abordará el origen, trayectoria y labor periodística de *Animal Político*, *Nación 321* y *Aristegui Noticias*, medios mexicanos surgidos en internet en los cuales la dinámica informativa es diversa a la de aquellos que comenzaron en papel, ya que su historia e independencia también determinan la producción y perspectiva de las investigaciones periodísticas que realizan.

3.2 Animal Político

Animal Político es un medio nativo digital fundado por el periodista Daniel Moreno Chávez en 2010 que pertenece al Grupo Editorial Criterio. Desde su origen, con temas de interés político, económico y social, *Animal Político* puso a la ciudadanía en el centro de sus contenidos.

Diferenciándose de medios como *El Universal* o *La Jornada*, que incursionaron en el periodismo digital basándose en su publicación impresa, *Animal Político* es un medio que surgió en internet y que emplea el modelo del nuevo periodismo haciendo uso de hipervínculos y contenidos multimedia que dan un diseño único e interactivo a sus investigaciones.

Animal Político menciona en su portal web que es un medio independiente que prioriza la investigación periodística y que:

entiende que la información no es lo que dicen y hacen los actores políticos, sino la que surge de las iniciativas de aquellos que ejercen su ciudadanía y no aceptan pasivamente las decisiones de la clase política. En *Animal Político* apostamos a la información generada por nuestro propio equipo, al periodismo de investigación y a los proyectos multimedia para ofrecer a nuestros lectores un servicio que incluya lo más destacado del acontecer nacional e internacional. (párr. 3)

Entre sus trabajos más relevantes se encuentran *Las empresas fantasma de Veracruz*, investigación de los periodistas Arturo Ángel y Hugo Arteaga (2016), que reveló el esquema de corrupción perpetrado por el gobierno de Javier Duarte y sus funcionarios más cercanos en Veracruz, quienes entregaron contratos a una red de empresas fantasma mediante las cuales desviaron al menos 645 millones 693 mil pesos entre 2012 y 2013.

Dicho trabajo periodístico recibió el Premio Walter Reuter 2016 y el Premio Nacional de Periodismo 2017 en la categoría *Reportaje de investigación*, también se convirtió en el parteaguas de *La estafa maestra: graduados en desaparecer dinero*, una investigación conjunta con la asociación civil Mexicanos Contra la Corrupción y la Impunidad (MCCI) publicada el 05 de septiembre de 2017 que mostró el desvío de tres mil 433 millones de pesos a través de empresas privadas, servidores públicos, universidades públicas y dependencias del gobierno.

La estafa maestra ganó el premio Ortega y Gasset de periodismo 2018 en la categoría *Mejor historia o investigación periodística* y el Premio Nacional de Periodismo en la categoría *reportaje*. Además de las investigaciones especiales, *Animal Político* destaca por ser el primer medio en hacer *fact checking*, es decir, un proceso de revisión y verificación de los datos y los hechos de una noticia antes de su publicación, a través del subsitio *El Sabueso*, único medio de verificación de noticias en México.

El *Media Kit 2020* del Grupo Editorial Criterio muestra que el 52% de sus consumidores son personas con estudios de licenciatura, de los cuales 51% son hombres y 49% mujeres. Al ser un medio nativo digital, su modelo de negocios ha adoptado diversas estrategias económicas que le han permitido acoplarse a las exigencias del mercado sin faltar a los objetivos del medio: independencia, rigor periodístico y transparencia.

Por ello, en el marco del Taller de Periodismo Emprendedor en el Caribe colombiano, impartido en Barranquilla, Colombia durante el 2017, Daniel Moreno, fundador y director de *Animal Político*, expresó que en la actualidad, “si el modelo de negocios de un medio de comunicación se basa, ante todo, en los clicks, deberá asumirse que la primera consecuencia será priorizar los contenidos virales y los encabezados escandalosos antes que el rigor periodístico” (Moreno, 2017, como se citó en Fundación Gabo, 2017, párraf. 5)

Esta afirmación es un ejemplo que profundiza sobre los ideales de negocio detrás de *Animal Político*, primer medio digital en apostar por el *crowdfunding*, un modelo de financiación en donde un grupo de personas o entidades se unen para colectivizar ingresos y aportaciones, con fines financieros, para llevar a cabo proyectos comerciales o asociativos. Se trata de una puesta en común de recursos, bien a modo de inversiones o simplemente donaciones (Fernández, 2013).

De esta manera, *Animal Político* cuenta con un modelo de negocios basado en las donaciones de sus lectores que les permiten continuar haciendo periodismo independiente. En 2016, el medio lanzó la campaña #EjidoAnimal en la que, junto con Fondeadora, primer sitio de *crowdfunding* en México, incursionó en este proyecto de financiamiento periodístico. No obstante, el 16 de julio de 2019 cerró su cuenta en esta plataforma y comenzó con un modelo económico basado en las suscripciones de sus lectores.

Además de la multimedialidad y de su innovador modelo de negocios, el periodismo de investigación que realizan los reporteros de *Animal Político* destaca de aquél que se realiza en periódicos impresos. A diferencia de las noticias diarias publicadas en los medios nacionales, el periodismo de investigación requiere análisis profundos y completos sobre diversos temas de interés público. *La Investigación a Partir de Historias* (2013), manual de periodismo de investigación publicado por UNESCO, lo define como:

La tarea de revelar cuestiones encubiertas de manera deliberada, por alguien en una posición de poder, o de manera accidental, detrás de una masa caótica de datos y circunstancias que dificultan la comprensión. Es una actividad que requiere el uso de fuentes y documentos tanto públicos como secretos. (Karklins, 2013, p.3)

En *Animal Político* también destaca el código de ética, un instrumento ausente en *La Jornada* y *Excélsior* y, pese a que *El Universal* cuenta con un manual de ética desde el 2011, este únicamente se centra en los contenidos de su versión impresa. En cambio, la redacción de *Animal Político* se rige por normas de transparencia, independencia, responsabilidad, respeto y honestidad que regulan también las interacciones y comentarios en sus redes sociales.

Las opiniones, colaboraciones y comentarios vertidos a través de *Twitter*, *Facebook* o cualquier aplicación de internet no son responsabilidad de *Animal Político*, sin embargo, también se reserva el derecho de no publicar o eliminar aquellos que obstaculicen o contraríen la labor informativa y periodística de *Animal Político*. (Animal Político, s/a, párraf. 3)

Respecto a la importancia que este medio brinda a detalles como el lenguaje, la ética y la perspectiva de género (ausentes en los periódicos impresos), también es importante destacar el *Glosario Feminista* que explica algunos de los términos que se emplean de forma cotidiana dentro del movimiento feminista.

Este instrumento, creado por Tiare Sandoval y Samedi Aguirre, fue diseñado para “guiarnos en esta lucha por la justicia, los derechos y la igualdad” (Sandoval y Aguirre, 2022, párraf.2). Para continuar, se presentan una serie de tablas que muestran la estructura de *Animal Político*, dividida en las siguientes áreas de funcionamiento:

Tabla 7.**Animal Político y las mujeres periodistas dentro del medio.**

Nombre	Cargo desempeñado
Daniel Moreno	Director
Francisco Sandoval	Subdirector
Tania Montalvo	Editora general
Claudia Ramos	Editora general de "México desigual" y coordinadora de "El Plumaje"
Manuel Montes de Oca	Director comercial

Multimedia	
Nombre	Cargo desempeñado
Rodrigo Crespo	Realizador de video
Jorge Ramis	Editor de audiencias
Elizabeth Cruz	Editora de video
Jesús Santamaría	Ilustrador
Mauricio Robles	Programador

Editorial	
Nombre	Cargo desempeñado
Lizbeth Padilla	Editora
Arturo Daen	Editor
Gonzalo Ortuño	Editor
Eréndira Aquino	Editora
César Reveles	Editor
Verónica Santamaría	Editora
Tania Casasola	Editora
Gerardo Borbolla	Editor

Samedi Aguirre	Editora
----------------	---------

Equipo de reporteras y reporteros	
Nombre	Cargo desempeñado
Nayeli Roldán	Reportera
Manuel Ureste	Reportero
Arturo Ángel	Reportero
Itxaro Arteta	Reportera
Alberto Pradilla	Reportero
Andrea Vega	Reportera
Zedryk Raziel	Reportero

Nota: Elaboración propia a partir de la información obtenida en el directorio web de Animal Político (2022). Al ser un medio digital, en esta ocasión se incluye el departamento multimedia.

En *Animal Político* es mayor el número de mujeres que participan dentro de las decisiones editoriales respecto a los tres periódicos impresos abordados en el capítulo anterior. Con base en la información obtenida en su directorio web, se observa que 11 de los 26 puestos de trabajo en el medio son ocupados por mujeres, lo que representa el 42% de la fuerza de trabajo en *Animal Político*.

Otra diferencia evidente es el tratamiento de la información periodística. En el portal digital de este medio se pueden encontrar secciones como *México Desigual*, dedicado a las noticias e información relacionada con la discriminación y la desigualdad en el país. Entre sus notas destacan investigaciones sobre la violencia sexual, mujeres indígenas, embarazos adolescentes, trabajadoras del hogar y salarios desiguales.

Dentro de estas investigaciones destacan aquellas realizadas respecto a la brecha económica entre mujeres y hombres, misma que se agudizó de manera alarmante con la pandemia por Covid-19. De acuerdo con la información publicada por el

medio el 17 de mayo de 2021, las mujeres son el sector productivo más afectado por la pandemia.

Para respaldar esta afirmación se emplean cifras de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo Nueva Edición (ENOEN, 2021), elaborada por el INEGI entre enero y marzo, que muestran que en el primer trimestre de 2021, 1.6 millones de personas salieron de la fuerza laboral, de las cuales el 84% eran mujeres, es decir, un millón 363 mil 287 trabajadoras.

De la misma manera, en junio de 2021 se publicó el reportaje *Techos seguros: una salida para mujeres víctimas de violencia*. Con el apoyo del Programa de Laboratorios de Periodismo de Soluciones²⁰ de la Fundación Gabo, el equipo de investigación, diseño y edición, conformado únicamente por mujeres, documentó la red de apoyo que los refugios brindan a las mujeres que sufren de violencia en sus hogares. Al igual que la mayoría de sus investigaciones, esta también es un ejemplo de periodismo multimedia que se complementa con gráficos, videos e infografías

Retomando lo antes dicho, las producciones periodísticas realizadas por *Animal Político* son una de las razones más sobresalientes por las cuales se decidió analizar este medio digital. Entre estas investigaciones destacan *Las empresas fantasma de Veracruz* (2016) y *La estafa maestra* (2017), ganadoras importantes nacionales e internacionales, sin embargo, para efectos de esta investigación, a continuación se presentan una serie de reportajes pertenecientes a la sección “Especiales” en la página web del medio, en los cuales han participado mujeres periodistas.

²⁰ El periodismo de soluciones complementa y refuerza la cobertura de temas que buscan respuesta a los problemas sociales existentes. La Red Internacional de Periodistas IJNET lo define como aquél que investiga y explica, de forma crítica y clara, los esfuerzos por resolver problemas ampliamente compartidos. Por otra parte, la Fundación Gabo señala que no se trata de un *culto al héroe*, ni de mostrar determinadas soluciones, solo de exponer aquellas que están comprobadas o que son razonables.

Tabla 8.

Las mujeres al frente de la investigación periodística

Investigaciones periodísticas realizadas por Animal Político	
Reportaje	Periodistas
La estafa maestra: graduados en desaparecer dinero público (2017)	Nayeli Roldán , Manuel Ureste y Miriam Castillo (Animal Político y MCCI)
Las empresas fantasmas de Veracruz (2016)	Arturo Ángel Mendieta y Hugo Arteaga
Matar en México: impunidad garantizada (2018)	Arturo Angel, Paris Martínez y Daniela Rea
Hospitales de lujo, servicios deficientes (2018)	Itxaro Arteta Monteagudo
COVID 19: La pandemia que agravó la desigualdad de género (2020)	Dalila Sarabia , Margarita Vega , Itxaro Arteta Monteagudo
Techos seguros: Una salida para mujeres víctimas de violencia (2021)	Itxaro Arteta Monteagudo
Anexos en Guanajuato: en la mira del narco y sin apoyo de las autoridades (2021)	Alberto Pradilla y Javier Bravo
Prisión preventiva, el arma que encarcela a pobres e inocentes (2021)	Equipo INTERSECTA: Estefanía Vela Barba , Adriana E. Ortega , Nicole Huete , Regina I. Medina , Haydeé Gómez Avilez y Maria Fernanda Torres Montañez . Equipo Animal Político: Arturo Ángel, Dalila Sarabia y Manu Ureste
No es daño colateral, es nuestro futuro amenazado: niñez y adolescencia guanajuatense en la mira de la delincuencia organizada (2021)	Carmen Pizano y Edith Domínguez

Elaboración propia a partir de los trabajos periodísticos publicados por Animal Político. La información de estas investigaciones se encuentra en la sección "Especiales".

Como puede notarse, es mayor la participación de mujeres periodistas en *Animal Político* y su presencia en la toma de decisiones define, entre otros aspectos, la línea editorial, la perspectiva y los temas que se presentan en dicho medio. A diferencia de los medios impresos expuestos en el capítulo anterior, en *Animal Político* se privilegian coberturas periodísticas que ponen énfasis en temas de género, salud reproductiva y desigualdad.

Sin embargo, a pesar de la perspectiva de género empleada en sus investigaciones especiales y del balance en el número de trabajadoras y trabajadores, en septiembre de 2022, a través de Twitter, mujeres periodistas declararon haber sido víctimas de acoso sexual por parte de Arturo Ángel, jefe de información del medio, sin recibir un posicionamiento claro de *Animal Político* desde 2017 (La cadera de Eva, 2022).

Yuri Ávila, periodista de *San Francisco Chronicle*, reveló que en 2019, mientras laboraba en *Animal Político*, recibió comentarios sobre su físico por parte de Arturo Ángel, por lo que realizó una denuncia interna en su contra. “Es muy indignante enterarme que el medio para el que cubrí temas de género, diversidad y derechos humanos haya encubierto y ascendido a una persona con varias denuncias por acoso sexual” (Salazar, 2022).

Las denuncias en contra de las conductas del periodista datan desde el 2019, sin embargo, el medio decidió hacer caso omiso a las acusaciones debido a la “falta de conocimiento y especialización en estos casos”, tal como lo mencionan en su comunicado web el 29 septiembre de 2022:

Las quejas formales fueron precedidas por dos quejas en 2019, las cuales no fueron procesadas como debían debido a la falta de conocimiento y atención de estos casos, así como en la falta de mecanismos internos para su evaluación y resolución. Desde la dirección de este Grupo Editorial reconocemos nuestra responsabilidad (Grupo Editorial Criterio, párraf. 5).

Finalmente, después de las denuncias con el *hashtag* #MeToo, *Animal Político* confirmó haber destituido a su colaborador, afirmando su “compromiso con los derechos humanos” para forjar un espacio libre de violencia de género.

3.3 Aristegui Noticias

Aristegui Noticias es un portal web independiente que surgió en 2012 y que cubre temas periodísticos relacionados con política, rendición de cuentas y derechos humanos. Durante su trayectoria periodística, Carmen Aristegui, directora y fundadora del medio, también ha trabajado en proyectos de radio y televisión en México.

En su trabajo de investigación destacan reportajes como *La red de prostitución del PRI* (2014), una estructura que operó por más de una década al interior del Partido Revolucionario Institucional (PRI) del Distrito Federal. En esta investigación, una reportera de Noticias MVS infiltrada en las oficinas del PRI-DF, informó la manera en que las mujeres eran engañadas, seleccionadas y condicionadas a trabajar en una red de prostitución dirigida por Cuauhtémoc Gutiérrez de la Torre, en ese entonces máximo dirigente del PRI en el Distrito Federal.

De la misma manera, Carmen Aristegui documentó los casos de pederastia cometidos por la iglesia católica que implicaban al cardenal Norberto Rivera Carrera y publicó el libro *Marcial Maciel: Historia de un criminal* (2010), una investigación de la vida de Marcial Maciel y los numerosos casos de pederastia en los que se vio involucrado.

En noviembre de 2014 la periodista presentó *La casa blanca de Peña Nieto*, una investigación realizada por su equipo de trabajo en la que se muestra la relación entre Enrique Peña Nieto y la constructora Grupo HIGA, empresa beneficiada con contratos en el Estado de México durante la gubernatura del político, al mismo tiempo que comenzó a financiar y construir la mansión, conocida como *la casa blanca*. (Lizárraga y Huerta, 2014)

Dicho reportaje reveló que la compra de la casa, ubicada en Lomas de Chapultepec por un valor de siete millones de dólares estadounidenses, es propiedad de Ingeniería Inmobiliaria del Centro, una empresa que pertenece a Grupo Higa, comprobó que el Estado Mayor Presidencial resguardaba la casa de

Sierra Gorda 150, y que el presidente Enrique Peña Nieto y Angélica Rivera estuvieron de acuerdo con el arquitecto que diseñó la residencia.

Consecuentemente, en marzo de 2015, MVS Noticias despidió al equipo de reporteros argumentando un supuesto conflicto empresarial con la periodista Carmen Aristegui debido a su incorporación a MéxicoLeaks, una herramienta que permite la difusión de información de interés público a los medios de comunicación y organizaciones civiles a través de plataformas seguras que garantizan el anonimato de las fuentes.

MVS argumentó el uso no autorizado de su nombre en Méxicoleaks y despidió a dos de los principales reporteros del equipo de Aristegui, Daniel Lizárraga e Hirving Huerta, también autores del reportaje de la red de prostitución operada por Cuauhtémoc Gutiérrez, líder del PRI DF. Debido al choque de miradas en cuanto a ética periodística, la compañía la despidió a ella y a todo su equipo de investigación.

Posteriormente, el 16 de enero de 2017, la periodista Carmen Aristegui fundó el sitio web *Aristegui Noticias*, una alternativa en internet, y lanzó al aire el programa *Aristegui en vivo* desde su portal online, un espacio de información radiofónica con debates, especialistas y reportajes exclusivos. Más adelante, en 2018, firmó una alianza con Grupo Radio Centro con el objetivo de que el noticiero continuara su transmisión a través de la radio con alcance nacional.

Cabe mencionar que en julio 2019, *Aristegui Noticias* destacó en el *Ranking de Medios Nativos Digitales*²¹ al lograr los mejores números de audiencia en toda su historia, con cinco millones de visitantes en su portal web (El Financiero, 2019), mientras que en mayo de 2021, se colocó en la tercera posición del ranking con 5.487 millones de visitantes únicos, rebasando a medios como *SDP Noticias* y *Animal Político*.

²¹El *Ranking de Medios Nativos Digitales* es realizado por *El Economista* y *Comscore* (compañía de investigación en marketing) y desde 2015, analiza mensualmente el volumen de usuarios de los medios nativos digitales en México.

En cuanto a su organización y modelo de negocios, el medio es financiado con publicidad de *Google AdSense*, un mecanismo que ofrece ingresos a partir de los contenidos *online*. A través de esta plataforma, se seleccionan anuncios en función de los contenidos de cada sitio que después son monetizados.

Pese a que Carmen Aristegui es la dueña, fundadora y directora de *Aristegui Noticias*, los datos de la propiedad no están disponibles en el directorio web, sitio que solo ofrece los correos electrónicos generales del área de redacción y publicidad. Sin embargo, se decidió incluir a este medio en la investigación por la importancia que representa la figura de la periodista Carmen Aristegui, quien ha acumulado destacables reconocimientos en esta profesión, entre los que figuran el Premio Maria Moors Cabot, el Premio Gabo, el Premio Knight y el Premio Nacional de Periodismo y por el papel que juega al frente del medio, mismo que lleva su apellido.

De igual forma, Carmen Aristegui se ha caracterizado por impulsar y denunciar temas de relevancia social, como el abuso de poder, la violencia contra periodistas, la censura y la libertad de expresión, además de ejercer el periodismo de investigación con independencia, ética y transparencia, dando espacio a las voces que, en muchas ocasiones, no figuran en los discursos oficiales (Vázquez, 2008). Por esta razón, y dadas sus aportaciones al periodismo mexicano, es una de las mujeres más importantes en los medios de comunicación nacionales e internacionales.

Para complementar la información sobre el número de mujeres que trabajan en este medio, en octubre de 2022 se realizó una entrevista con Araceli Ledesma, Coordinadora de la Unidad Audiovisual y del Área de edición de video en *Aristegui Noticias* desde el año 2020, quien mencionó que el número de mujeres y hombres es desigual. “Yo soy la única mujer en la Unidad Audiovisual y somos tres quienes trabajamos ahí. En general, el equipo de *Aristegui Noticias* es de 25 personas, pero sólo hay siete mujeres”.

Respecto a las principales dificultades que enfrentan las periodistas, Araceli Ledesma explicó que las cargas de trabajo, en ocasiones excesivas, influyen en su permanencia dentro del medio: “a mayoría de las que llegan al área de redacción se van pronto. Creo que en el periodismo hay mucho acoso, tanto sexual como laboral. Afortunadamente en *Aristegui Noticias* nunca hemos enfrentado acoso sexual, pero el laboral es bastante, lo cual influye en que las mujeres no quieran quedarse dentro del equipo”.

Esta problemática también puede explicarse con la “triple jornada laboral” a la que se enfrentan las mujeres, concepto que retomó importancia a consecuencia de la pandemia por Covid-19. El estudio *Madres trabajadoras y Covid-19 efectos de la pandemia en circunstancias de teletrabajo en México*, elaborado por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD, 2021), señala que las jornadas laborales de las mujeres incrementaron con la emergencia sanitaria.

La nueva configuración laboral ocasionada por la Covid-19 hizo más evidentes las desigualdades entre mujeres y hombres y también acentuó los roles de género en los hogares y en los centros de trabajo.

El trabajo se reparte igual, pero yo he notado muchas veces que a las mujeres se nos exige más, esto viene incluso desde Carmen Aristegui. No sé si tenga que ver con el periodismo de la vieja escuela sobre ser exigente con los novatos, pero con las mujeres sí. Los errores tienen que ser mínimos, tienes que ser muy puntual, tus temas tienen que ser los más importantes. Hay más presión, por eso hay más hombres que mujeres (Ledesma, 2022)

3.4. Nación 321

Nación 321 es un medio nativo digital de noticias, videos, análisis político, smartnews e infoentretenimiento fundado en octubre de 2016 por Mario de la Rosa con la intención de informar a los *Millennials*²² a través de contenidos virales y nuevas herramientas de comunicación:

“Es un espacio en la red dirigido a quienes están transformando al país o tienen en sus manos la posibilidad de hacerlo; para llegar a ellos había que hacerlo bajo sus términos, noticias en directo, videos, memes y redes sociales” (Estrada, 2018, párraf.2).

A partir de la construcción de una nueva narrativa periodística, este medio presenta la información de manera atractiva, agrupando contenidos de política, sociedad, economía, derechos humanos y estilo de vida sin dejar de lado temas *Millennials*, como ahorro, vivienda, emprendimiento y redes sociales con un lenguaje sencillo que se ajusta a la multimedialidad del medio.

De acuerdo con su fundador, los medios de comunicación deben romper con la cotidianeidad de los consumidores, adaptarse a los nuevos hábitos de consumo y aportar contenidos que ofrecen los demás (De la Rosa, 2018, s.15.21).

Debido a esto, en 2018, *Nación 321* recibió tres nominaciones en las siguientes categorías: “Mejor Start-up digital de noticias” en La Asociación Mundial de Periódicos y Editores de Noticias (WAN-IFRA)²³, “Mejor página web de información electoral” en *Reed Latino Awards* por la cobertura que realizó durante la campaña

²²El término Millennials corresponde a aquellas personas nacidas entre 1981 y 1996. De acuerdo con Oblinger (2003), viven hiperconectados, realizan varias tareas a la vez, se comportan como consumidores exigentes, y buscan el éxito profesional a través de actividades que disfrutan.

²³La Asociación Mundial de Periódicos y Editores de Noticias (WAN-IFRA), es la organización global de la prensa mundial.

presidencial en 2018²⁴ y “Break in News” en los Eliot Awards²⁵ por su iniciativa #VotoMillennial, una plataforma y herramienta interactiva que dio seguimiento a las preferencias electorales de los jóvenes a través de videos, encuestas, entrevistas y noticias.

Además de acentuar el paso de los medios tradicionales (Mass media) hacia los portales web de información, el avance tecnológico también modificó, entre otras cosas, los hábitos de consumo e interacción de las nuevas generaciones. En la actualidad, el entretenimiento también es una necesidad que los medios buscan satisfacer (Vidales, González y Medina de la Viña, 2010).

Consecuentemente, las demandas del público cambian, provocando que los medios de comunicación intenten adaptarse a estas necesidades de consumo a través de innovaciones que involucran nuevos soportes, canales y lenguajes para difundir la información (Marin, 2010).

A pesar de ello, en un entorno como el actual en el que se ha desarrollado una espiral de producción de altos volúmenes de información (Salaverría et al., 2020), las nuevas generaciones de periodistas han optado por construir contenidos innovadores que sean tendencia y perduren frente a la amplia oferta informativa que se genera a diario.

Por su estructura multimedia y modelo de infoentretenimiento, el público meta de *Nación 321* está conformado, en su mayoría, por generaciones de jóvenes que buscan una propuesta entretenida y de calidad. Entre los contenidos que ofrece, se encuentran videos breves que resumen las noticias, infografías, *reels*²⁶ y memes que se comparten en las redes sociales del medio.

²⁴Los premios Reed Latino Awards son organizados por “Campaigns and Elections”. Cada año se premia a lo mejor de la comunicación política en Iberoamérica.

²⁵Eliot Awards premia a los líderes digitales de habla hispana que generan material relevante en las redes sociales.

²⁶Un reel en *Instagram* es una herramienta propia de la plataforma social que permite crear videos cortos. Contiene funciones de grabación y edición, así como efectos, stickers, audio y música. La duración de los reels varía entre los 15 y 60 segundos.

La dinámica comunicativa que presenta este medio se inserta en la cultura *snack* (Scolari, 2020), definida por el teórico argentino como un ecosistema ideal para que los contenidos breves florezcan. Desde el punto de vista de Scolari, el volúmen de información que abunda en internet y la competencia por acaparar la atención de los usuarios, incrementaron notablemente las producciones periodísticas efímeras: clips, cápsulas informativas y memes²⁷.

De esta manera, la cultura *snack* anuncia una nueva reconfiguración cultural en la que todo texto breve adquiere la potencialidad de convertirse en un meme, un producto visual que circula a través de internet, convirtiéndose en un código de comunicación nativo de los medios digitales. En consecuencia, las redes sociales impulsaron transformaciones en las rutinas y narrativas periodísticas, que a su vez crearon un nuevo panorama informativo en el que la noticia forma parte de un proceso dinámico que se construye de forma colectiva.

Al respecto, *Nación 321* es un ejemplo claro de que el periodismo se puede favorecer de las herramientas transmedia para llegar a un público joven, como el *millennial* y aunque se trata de un medio nativo digital, al igual que *Aristegui Noticias* y *Animal Político*, este proyecto produce contenidos multimedia que se adecuan a las redes sociales como *Instagram*, plataforma que privilegia los videos cortos y la imagen sobre el texto.

Para continuar con la revisión de los puestos que ocupan las mujeres en estos medios, el directorio de *Nación 321* presenta lo siguiente:

²⁷ El meme es un discurso caracterizado a través de imágenes y textos breves que tiene como objetivo difundir ideas. Su uso se ha popularizado en las redes sociales, principales plataformas de soporte para estos contenidos. La Real Academia Española (s.a) lo define como una imagen, vídeo o texto, por lo general distorsionado con fines caricaturescos, que se difunde principalmente a través de internet.

Tabla 9.

Puestos directivos en Nación 321

Nombre	Cargo desempeñado
Tania Soto	Directora
Jeremías Benítez Rétiz	Editor gráfico digital
Christopher Rosales	Director de desarrollo

Elaboración propia a partir de la información que se encuentra disponible en el directorio web de Nación 321 durante 2021.

De esta manera, en el directorio solo aparecen tres puestos, de los cuales, uno es ocupado por la periodista Tania Soto, actual directora del medio. Para complementar, se tomaron en cuenta las notas publicadas en el sitio web y los principales temas abordados fueron política nacional y seguridad.

En cambio es importante destacar que aunque es un medio digital, algunas de las secciones del portal de internet se encuentran desactualizadas, por ejemplo, estilo de vida y *Millennials*. Por otra parte, en sus redes sociales destacan las infografías, *stories*²⁸ y *reels*, formato con el que presentan la información más relevante.

Es evidente que el ejercicio periodístico de *Nación 321*, que retoma herramientas para realizar contenidos ágiles y efímeros, es parte de la brevedad sobre la que teorizó Carlos Scolari en la actual cultura contemporánea, donde las noticias se consumen, principalmente, en redes sociales que agilizan los procesos de comunicación en la sociedad y, que a su vez, facilitan el acceso a la información.

²⁸ Las stories o historias de Instagram son contenidos audiovisuales cortos que, a diferencia de las publicaciones regulares, tienen una duración determinada y desaparecen después de 24 horas. De acuerdo con Alba Mora Roca, periodista y directora ejecutiva de AJ+, las stories tienen la capacidad de contar historias por sí mismas.

Conclusiones

Esta investigación buscó visibilizar la presencia de las periodistas en la prensa mexicana y sus aportaciones al nuevo panorama informativo, influenciado por las nuevas tecnologías y las redes sociales. El primer objetivo fue rescatar los nombres de algunas de las mujeres que forjaron el periodismo en México, desde la llegada de la imprenta a la Nueva España, hasta nuestros días.

Los inicios del periodismo y de la imprenta en México, al igual que otros sucesos en la historia de la sociedad, estuvo marcado por una diferenciación entre mujeres y hombres, que condicionó las labores que cada persona debía desempeñar con base en su sexo y características biológicas. Estos preceptos ideológicos convirtieron a los hombres en los actores que dictaron la manera de ver el mundo y limitaron a las mujeres a permanecer en las sombras, escondidas detrás de un hombre o de seudónimos masculinos.

Mediante la búsqueda documental, realizada en tesis, artículos e investigaciones especializadas, pude encontrar la otra cara del periodismo mexicano, en el que las mujeres tenían algo que decir, pues desde que inicié mi formación escolar, siempre se nombró a los hombres como científicos, guerreros y pensadores, los únicos precursores de las grandes ideas e inventos que nos llevaron a la modernidad.

Cuando comencé a idear este proyecto de investigación, no imaginaba la importancia ni las enseñanzas que mujeres como Laureana Wright, Hermila Galindo o Juana Belén Gutiérrez habían dado a esta profesión. Por lo tanto, uno de los principales hallazgos fue que las mujeres se aventuraron en el periodismo mexicano sin pedir opiniones ni permiso, iniciando un proceso revolucionario que aún continúa presente.

Aunque los estereotipos de género y las condiciones sociales impidieron que las mujeres alcanzaran el mismo grado de desarrollo profesional que los hombres, ellas buscaron la manera de aventurarse en esta actividad para sentar las bases de sus propias publicaciones. El primer capítulo rescata algunos de los semanarios y periódicos fundados exclusivamente mujeres que permitieron que, más adelante, los nombres femeninos figuraran en esta profesión.

Uno de los hallazgos de esta investigación me permitió observar la disparidad que aún persiste en los puestos laborales y salarios que perciben mujeres y hombres, pues a pesar de la incorporación de las periodistas a las redacciones y a las universidades del país, las oportunidades que poseen no son las mismas.

Para actualizar los datos proporcionados en el primer capítulo, retomaré las cifras del Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO, 2022) que, con base en la información de la Secretaría de Educación Pública (SEP) y del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), mostraron que en México, durante el 2022, un total de 278,25 personas estudiaron una licenciatura en Comunicación y Periodismo en universidades públicas y privadas que calcularon una matrícula estudiantil compuesta por 53% mujeres y 47% hombres.

Pese a que más de la mitad de las egresadas son mujeres, la retribución que reciben por su trabajo no es proporcional. En 2021 el IMCO reportó que las mujeres alcanzaron 10 mil 619 pesos mensuales, una cantidad menor en comparación con la que recibieron los hombres, quienes ganaron 13 mil 704 pesos al mes, y aunque en 2022 el Instituto decidió no mostrar las cifras salariales por cuestiones de "seguridad", el PwC México²⁹, junto con la Bolsa Institucional de Valores (BIVA) y Mujeres Invirtiendo demostraron que en México, las mujeres ganan 27% menos que los hombres.

²⁹"PwC" se refiere a PricewaterhouseCoopers México, miembro de PricewaterhouseCoopers International Limited, red de firmas presente en 155 países con más de 284,000 personas comprometidas en brindar calidad en los servicios de auditoría, impuestos y consultoría de negocios.

En cuestión de puestos gerenciales, tema central de esta tesis, el estudio *Compromiso por la igualdad salarial: estado de la brecha salarial en las empresas* (2022), también se evidenció que en niveles directivos la disparidad fue mayor por tres puntos porcentuales y alcanzó el 30%.

Por lo tanto, resulta inquietante descubrir que a pesar de los esfuerzos realizados por las colegas del pasado, y aun cuando representan más del 50% de las matrículas universitarias en el país (IMCO, 2021), las mujeres ocupen sólo el 28.6% de los lugares en los medios de comunicación (ENOE, 2019) y el 11% de los puestos de dirección dentro de las redacciones en México (Reuters, 2022).

Una de las hipótesis más importantes de esta investigación versó en torno a la diferencia entre medios impresos y digitales, suponiendo que la digitalización ofrecía mayores oportunidades laborales para las periodistas y permitía que se desarrollaran con libertad en esta profesión. Es por eso que decidí revisar el directorio de tres periódicos impresos: *El Universal*, *La Jornada* y *Excélsior*, y tres digitales: *Animal Político*, *Nación 321* y *Aristegui Noticias* con el objetivo de medir la incidencia de mujeres que participan en cada uno y el número de periodistas que se desempeñan en algún cargo directivo dentro de los mismos.

En el segundo y tercer capítulo corroboré que, aunque parten de la misma metodología, la manera de hacer periodismo en la era digital ofrece nuevas y mayores posibilidades para la información que consume la sociedad. El periodismo, como se explicó con anterioridad, tiene un largo recorrido que inició con hojas volantes y que evolucionó hasta llegar a las pantallas de los teléfonos móviles.

Por añadidura, la tecnología también configuró cambios en la vida de las mujeres y el inciso J de la Plataforma de Acción de Beijing (1995) enfatiza que el acceso a internet garantiza sus derechos en la sociedad red. Adicionalmente, su estancia al

frente de los puestos de liderazgo en los medios de comunicación también es necesaria para lograr el empoderamiento femenino.

Por lo tanto, con las mujeres al frente de los medios, es posible analizar, informar y denunciar las condiciones de violencia que viven, además de modificar el tratamiento que se da a la información (sin perspectiva de género) y erradicar las representaciones que sexualizan y cosifican la imagen de la mujer en los contenidos mediáticos ya que, el periodismo es vital para visibilizar la violencia contra las mujeres y sensibilizar a las audiencias acerca de estos problemas.

Bajo esta hipótesis investigué el origen, estructura y ejercicio periodístico de *El Universal*, *Excélsior* y *La Jornada*, periódicos que con la llegada del internet adaptaron sus publicaciones a la era digital y migraron a plataformas web. No obstante, su producción periodística continúa siendo la misma de las ediciones impresas, solo que ahora ofrecen *soft news*³⁰ en su versión digital.

Respecto a la perspectiva de género y representación de mujeres en estos medios, los resultados me permitieron concluir que, en los tres casos, su ausencia en los cargos gerenciales es notoria y solo en *La Jornada* la dirección es ocupada por una mujer, mientras en *Excélsior* no hay ninguna mujer en la toma de decisiones.

De igual forma, se revisó la trayectoria y trabajo periodístico de los tres medios digitales en cuestión y la proporción de mujeres es mayor que en el caso de los periódicos impresos. En general, *Animal Político* tiene a más mujeres desempeñándose en el medio como editoras y reporteras, así mismo, en las investigaciones premiadas y más relevantes de *Animal Político* han participado mujeres periodistas que dan una nueva visión a sus reportajes.

³⁰El término *Soft News* hace referencia a las noticias que son una mezcla de información y entretenimiento, comúnmente relacionado con la vida privada de las celebridades.

Para complementar la información de cada medio, en reiteradas ocasiones envié correos electrónicos a los periódicos solicitando el número aproximado de mujeres que laboraban en la redacción y el cargo que desempeñaban, pero no hubo respuesta. Esta fue una de las principales limitaciones con las que me encontré al realizar la investigación, por lo que la tesis sólo retoma la información pública que aparece en sus directorios web.

No obstante, realicé solicitudes de información, vía Plataforma Nacional de Transparencia, a la Dirección General de Medios Impresos y a la Unidad de Normatividad de Medios de Comunicación de la Secretaría de Gobernación para conocer si, en los últimos cuatro años, existían sanciones hacia los medios de comunicación de corte periodístico que incumplieran con lo establecido en el artículo 38 numeral 8 de la *Ley General de Acceso de las Mujeres a Una Vida Libre de Violencia* y en el artículo 42, fracción V, de la *Ley General de Igualdad entre Mujeres y Hombres* que establecen lo siguiente:

vigilar que los medios de comunicación no fomenten la violencia contra las mujeres y que favorezcan la erradicación de todos los tipos de violencia, para fortalecer el respeto a los derechos humanos y la dignidad de las mujeres (*Ley General de Acceso de las Mujeres a Una Vida Libre de Violencia, 2007*).

velar por que los medios de comunicación transmitan una imagen igualitaria plural y no estereotipada de mujeres y hombres en la sociedad, promuevan el conocimiento y la difusión del principio de igualdad entre mujeres y hombres y eviten la utilización sexista del lenguaje (*Ley General de Igualdad entre Mujeres y Hombres, 2006*)

Con lo anterior, se señala la responsabilidad que posee la Secretaría de Gobernación para atender estas problemáticas y también se inserta su compromiso de diseñar estrategias que los medios de comunicación puedan implementar para erradicar todos los tipos de violencia hacia las mujeres.

En respuesta a estas solicitudes, la autoridad competente señaló no haber localizado ninguna sanción a medios impresos y electrónicos de corte periodístico por violaciones a estas leyes, a pesar de los ejemplos de prácticas periodísticas antiéticas retomadas en esta investigación, como la cobertura del feminicidio de Ingrid Escamilla.

Para continuar con la investigación, también envié correos electrónicos al Colectivo Periodistas Unidas Mexicanas (PUM) para solicitar su informe sobre violencia y acoso en línea contra periodistas y también hice entrevistas para recabar información referente a los tratos que reciben las periodistas en las redacciones y la posición que ocupan dentro de los medios. De esta manera pude conocer su perspectiva sobre esta profesión y contrastar la información documental con sus experiencias.

Desde el punto de vista de las entrevistadas, las mujeres reciben una carga de trabajo diferenciada, en ocasiones excesiva, y no tienen las mismas oportunidades para tomar decisiones referentes a los contenidos que se cubren y publican en los medios. Esto se puede explicar con la segregación vertical y laboral (Wirth, 2001), dos tipos de discriminación laboral que impiden a las mujeres alcanzar puestos relevantes en sus centros de trabajo.

Linda Wirth (2001) menciona que la segregación vertical es la representación dispar de mujeres y hombres dentro de la jerarquía empresarial. En esta situación también interviene el “techo de cristal”, barreras invisibles creadas por prejuicios sociales que dificultan el acceso de las mujeres en los puestos directivos y, a su vez, el “suelo pegajoso”, que retiene a las trabajadoras en puestos de menor relevancia.

Por el contrario, la segregación horizontal es resultado de la concentración desigual de mujeres y hombres en distintos tipos de trabajo, es decir, cuando la fuerza laboral de un sector productivo se compone de un solo sexo en particular.

En la práctica, esto significa que las mujeres suelen estar sobre representadas en ocupaciones que ofrecen menos oportunidades de crecimiento y salarios inferiores.

Los conceptos expuestos explican con mayor profundidad la desventaja social, económica y profesional en la que se encuentran las mujeres en México y aunque el movimiento #MeToo, surgido en redes sociales, y las protestas contra la normalización del acoso en los espacios públicos contribuyeron a una cobertura más responsable de los temas de género, la violencia contra las periodistas se genera, principalmente, en sus centros de trabajo, con sueldos menores a los de sus colegas y restricciones que les impiden ascender a los puestos gerenciales.

En resumidas cuentas, el periodismo, además de presentar distintas versiones de los hechos, produce y recrea los imaginarios sociales, razón por la que posee una responsabilidad social importante. Con la llegada del internet y el desarrollo de las plataformas digitales, esta profesión también ha logrado poner en el centro de los reflectores temas relevantes que ayuden a disminuir la desigualdad.

A su vez, el surgimiento de los medios nativos digitales, el periodismo con perspectiva de género encontró un lugar más seguro y amplio para desenvolverse, por ello, aunque no forman parte de esta investigación, resulta importante resaltar los esfuerzos de medios y organizaciones como *Mujeres.Net*, *Periodistas de a Pie*, *La Lista*, *Comunicación e Información de la Mujer A.C.(CIMAC Noticias)*, *La cadera de Eva*, *Malvestida*, entre otros, que adoptaron una perspectiva periodística que privilegia la perspectiva de género y los derechos humanos.

Resulta evidente que las plataformas digitales también alentaron a las mujeres a fundar sus propias empresas mediáticas, agenda y línea editorial para construir un periodismo más inclusivo, es por ello que el trabajo de las periodistas en el país ha contribuido a amplificar la voz de las mujeres marginadas.

De la misma manera, el periodismo digital nos ha invitado a cuestionar los usos del lenguaje y la manera en que, históricamente, se han abordado los temas relacionados con mujeres y niñas, dejando de lado la cosificación y revictimización por las que apuesta el periodismo tradicional ³¹ y aunque aún son pocas las periodistas al frente de las agencias noticiosas en México, sus aportes y primeros pasos en las plataformas digitales han abierto la puerta a nuevos espacios para las voces que no tenían un lugar en los medios de comunicación impresos, en la radio o en la televisión.

El periodismo tiene la responsabilidad y el compromiso de elaborar nuevas narrativas que involucren todas las voces presentes en la sociedad y crear canales alternativos para presentar estos contenidos de manera libre y sin ataduras editoriales. Como se abordó en esta investigación, la perspectiva de género no siempre suele aprenderse en las aulas o en las redacciones y depende de la ética profesional de los medios y de las y los periodistas que escriben en ellos.

Ahora, en tiempos de crecimiento tecnológico e informativo acelerado, resulta urgente que las empresas mediáticas comiencen a incentivar a las mujeres a ocupar puestos en donde puedan incidir en la toma de decisiones, así como a incorporar manuales de ética en las redacciones para realizar coberturas responsables y respetuosas con los derechos humanos. Por último, la capacitación constante en estos temas pondrá en el centro del debate la necesidad de erradicar la discriminación y las brechas de género dentro y fuera de los medios de comunicación.

³¹En su libro *Lugar de enunciación* (2020), la periodista feminista Djamila Ribeiro, expresa que, desde su perspectiva, el concepto de “periodismo tradicional” es un referente del periodismo forjado únicamente desde una visión masculina.

Referencias

-Altamirano, Nadia (2010), *El alto riesgo para comunicadoras en México*, CIMAC Noticias, Disponible en:

<https://cimacnoticias.com.mx/noticia/el-alto-riesgo-para-comunicadoras-en-mexico/>

-Alsina, Miquel, (1989), *La construcción de la noticia*. Barcelona, Paidós Comunicación.

-Amorós, Celia, (1997). *Tiempo de feminismo*, Madrid, Cátedra.

-Animal Político, ¿Quiénes somos? www.animalpolitico.com

-Animal Político [@pajaropolitico] texto retomado del Twitter. Disponible en https://twitter.com/Pajaropolitico/status/1575602956908404736?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwtterm%5E1575602956908404736%7Ctwgr%5Ee4dcda97de360f1fa4cc81003e8b30b27e055471%7Ctwcon%5Es1_&ref_url=https%3A%2F%2Fd-25805151292613765623.ampproject.net%2F2210172057000%2Fframe.html

-ARTICLE 19, (2021). *Informe sobre brecha digital, desigualdad y desinformación: La situación de Oaxaca y Chiapas*, 30 de septiembre de 2021, p.10. [Consultado el 07 de febrero de 2022]

-ARTICLE 19, (2020) *Informe especial C.O.V.I.D: Libertad de expresión e información durante la pandemia de COVID-19 en México y CA*

-ARTICLE 19, (2020). *Informe Primer semestre de 2020: crecen exponencialmente las agresiones contra la prensa y continúan los asesinatos*. Disponible en: <https://articulo19.org/primer-semester-de-2020-crecen-exponencialmente-las-agresiones-contra-la-prensa-y-continuan-los-asesinatos/>

-Althusser, Louis, (1970). *Ideología y aparatos ideológicos del Estado*, Editorial Quinto Sol.

-Aznar, Hugo. (2005) "Códigos y recomendaciones para los medios", en *Ética de la comunicación y nuevos retos sociales*, Paidós, España.

-Baudrillard, Jean (1974). *Crítica de la economía política del signo*, México, Siglo XXI.

-Beard, Mary, (2017) *Women & Power*, Liveright Publishing Corporation

-Buquet, Ana.(2013), *Intrusas en la universidad*, PUEG-IISUE, UNAM, México.

-Burkholder de la Rosa, Arno, (2008). *El periódico que llegó a la vida nacional. Los primeros años del diario Excelsior (1916-1932)*, Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora. [Consultado el 01 de noviembre de 2021] Disponible en: <https://historiamexicana.colmex.mx/index.php/RHM/article/view/1678/1496>

-Burkholder de la Rosa, Arno (2010) "El olimpo fracturado. La dirección de Julio Scherer García En Excelsior (1968-1976)", en *Historia Mexicana* [en línea], El Colegio de México,. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=60021670005>

- Cacho, Lydia, (2005). *Los demonios del Edén. El poder que protege a la pornografía infantil*. Editorial Debolsillo.
- Cabero Almenara, Julio y Llorente Cejudo, Carmen (2020). "Covid-19: transformación radical de la digitalización en las instituciones universitarias" en *Revista Campus Virtuales*, Vol.9, Núm.2.
- Cámara de Diputados, "Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia", en *Diario Oficial de la Federación*. Órgano del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos, 1º de febrero de 2007, Centro de Documentación, Información y Análisis. Disponible en:
https://www.cndh.org.mx/sites/default/files/documentos/2019-04/Ley_GAMVLV.pdf
- Castells, Manuel, (2006), *La sociedad red: una visión global*, Alianza Editorial, Madrid.
- Castro Méndez, Evelyn Norma, (2017). "El hipertexto y la multimedia como herramientas para documentar y dar profundidad a la noticia" en *El discurso periodístico en el siglo XXI*, Universidad Nacional Autónoma de México.
- Centro Latinoamericano en Sexualidad y Derechos Humanos, (2013). *Mujeres en la red*, 11 de abril de 2013, Río de Janeiro, Brasil.
 Disponible en: <http://www.clam.org.br/busca/conteudo.asp?cod=10354>
- Chaher, Sandra, (2022). *Ser periodista en Twitter : violencia de género digital en América Latina*, 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires :Comunicación para la Igualdad Ediciones ; Bogotá: Sentiido; París : UNESCO.
- Chiavenato, Idalberto, (2009). *Comunicación*, segunda edición.
- Cobo, Rosa, *Sociología crítica y teoría feminista*, Universidad de A. Coruña.
- Código Penal de la Ciudad de México*, "Artículo 293 Quáter del Código Penal de la Ciudad de México", México, 26 de febrero de 2021.
 Disponible en:
http://www.paot.org.mx/centro/codigos/df/pdf/2021/GOCDMX_BIS_26_02_2021-6.pdf
- Colectivo Periodistas Unidas Mexicanas (PUM), *AcosoDATA1: sondeo sobre acoso, hostigamiento y violencia sexual contra las mujeres que trabajan en medios periodísticos en México*, marzo de 2019
- Comité de Derechos Humanos de las Naciones Unidas, «Dictamen aprobado por el Comité a tenor del artículo 5, párrafo 4, del Protocolo Facultativo, respecto de la comunicación núm. 2767/2016» 31 de julio de 2018.

-Comunicación e Información de la Mujer A.C. (CIMAC), *Cartografía de Violencia contra Mujeres Periodistas en México*. Disponible en: <https://cartografia-cimac.uwazi.io/es/> (consultado el 30 de junio de 2021)

-Comunicación e Información de la Mujer A.C. (CIMAC), Palabras impunes: estigmatización y violencia contra mujeres periodistas en México 2019-2022. Disponible en: https://cimac.org.mx/wp-content/uploads/2022/11/Informe_CIMAC_2022_AMLO_Estigmatizacion.pdf

-*Constitución Federal de los Estados Unidos Mexicanos*, (1857), "Artículo 7". México. Disponible en: <http://www.ordenjuridico.gob.mx/Constitucion/1857.pdf>.

-Cortina Quijano, Aurora. (2000). *Los congresos feministas de Yucatán en 1916 y su influencia en las legislaciones local y federal*, México, Instituto de Investigaciones Jurídicas-UNAM

-De Beauvoir, Simone, (2013). *El segundo sexo*, Editorial De Bolsillo, México.

-De Lauretis, Teresa, Conferencia en el Centro Cultural de la Cooperación. Buenos Aires. (2014 abril 29). Género y Cultura Queer. (Archivo de vídeo). Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=SY_5x0BdlFk

-El congreso feminista de Yucatán", 1916 . *FEM*, México, 1979. El Congreso Feminista, 1916", publicado en inglés en la Revista *Signs Journal of otoño, 1979* y la versión en español en este mismo año en la revista *FEM*, pionera del feminismo contemporáneo, bajo el título "El Congreso Feminista, 1916", en *FEM, La mujer en la historia de México*, vol. III, núm. 11, nov-dic., pp. 55-59.

-Enoch, Jessica y Devereaux Ramírez, Cristina (2019). *Mestiza Rhetorics: an anthology of Mexican Activism in the Spanish-Language Press in 1887-1922*, Southern Illinois University Press.

-Escorcía Ramírez, Neri Aidee, (2013). "Los inicios del feminismo mexicano. La cuestión de la mujer en Horacio Barreda y Hermila Galindo" en *Revista de investigación y divulgación sobre los estudios de género*. Número 13. Universidad Michoacana de San Nicolás Hidalgo. Disponible en: http://bvirtual.uco.mx/descargables/706_inicios_feminismo_mexico_7-22.pdf

-Espinosa, Joss. "Mujeres trabajadoras: ¿A qué nos referimos con la doble jornada laboral para las mujeres?" en *La Izquierda Diario*, 29 de octubre de 2020. Disponible en: <https://www.laizquierdadiario.mx/A-que-nos-referimos-con-la-doble-jornada-laboral-para-las-mujeres>

-Estrada, Rocío (2018), "Periodismo para chavos: Mario de la Rosa" en *Líderes Mexicanos*, 20 de diciembre de 2018. Disponible en <https://lideresmexicanos.com/noticias/periodismo-para-chavos-mario-de-la-rosa/>

-Facio, Alda. y Fries, Lorena. (2005). "Feminismo, género y patriarcado" en *Academia, revista sobre enseñanza del derecho en Buenos Aires*. Año 3, número 6. Acervo de la Biblioteca Jurídica Virtual del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM. Disponible en: <https://revistas-colaboracion.juridicas.unam.mx/index.php/revista-ensenanza-derecho/articulo/viewFile/33861/30820>

-Federici, Silvia, (2018), *El patriarcado del salario: críticas feministas al marxismo*, Traficantes de sueños, Madrid.

-Fenoll Tome, Vicente, (2011). "Usuarios activos y pasivos: la interactividad de la audiencia en los medios digitales" en *Aposta, revista de ciencias sociales*, número 51, Universidad de Valencia, disponible en:

https://www.researchgate.net/publication/277267890_Usuarios_activos_y_pasivos_La_interactividad_de_la_audiencia_en_los_medios_digitales_El_caso_de_la_Formula_1_en_Valencia

-Fernández, Anna, (2008) *Las mujeres en la política latinoamericana - Nuevos liderazgos, viejos obstáculos*, Universidad Autónoma Metropolitana, Xochimilco, Distrito Federal. México.

-Fernández Fernández, Iñigo. (2010). *Un recorrido por la historia de la prensa en México. De sus orígenes al año 1857*. México: Universidad Panamericana

-Fernández, Mónica, (2013). "El Crowdfunding, la revolución de la empresa" en *El Blog de IMF*. 31 octubre 2013. www.imf-formacion.com/blog/corporativo/finanzas/6333

-Flores Magón, Ricardo. (2015) *Obras completas: Ricardo Flores Magón. Regeneración, XI 1915*. DF, México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (Obras Completas). Dirección General de Publicaciones CONACULTA.

-Fundación Gabo, Periodismo y Narración: Desafíos para el siglo XXI, 27 de octubre de 1997. Recuperado el 10 de septiembre de 2022. Disponible en: <https://fundaciongabo.org/es/recursos/discursos/periodismo-y-narracion-desafios-para-el-siglo-xxi>

-Gallego, Adriana, Rocha, Pedro, y Rueda, Mónica (2015). El rol de las mujeres en la investigación. *13th laccei Annual International Conference* [En línea]. Disponible en: <http://www.laccei.org/LACCEI2015-SantoDomingo/Extende-dAbstracts/EA102.pdf>

-Galindo, Hermila. (2011) "La mujer en el porvenir." en *Ideas Feministas de Nuestra América*. Disponible en: <http://ideasfem.wordpress.com/textos/ff13>.

-Gantus, Fausta. (2019), *La libertad de imprenta en el siglo XIX: vaivenes y tensiones de su regulación*. Volumen 69, México. Disponible en: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-65312019000300093&lng=es&nrm=iso

-García Martínez, Anayeli. "Avanza Ley Ingrid': sanciona filtración de información de delitos contra las mujeres" en CIMAC Noticias, periodismo con perspectiva de género, 24 de marzo de 2022.

Disponible en

<https://cimacnoticias.com.mx/2022/03/24/avanza-ley-ingrid-diputados-aprueban-sancionar-difusion-de-informacion-de-delitos-contra-las-mujeres>

-Garone Gravier, Marina. (2007). *Impresoras hispanoamericanas: un estudio de la cuestión*. Barcelona, España.

-Garone Gravier, Marina (2021), "Los primeros impresos de la nueva España" en *¿Qué ocurrió después de 1521? Ciclo de conferencias sobre gramática, cultura oral y cultura escrita en México*, El Colegio Nacional, 02 de junio de 2021. Disponible en: <https://colnal.mx/agenda/que-ocurrio-despues-de-1521-9/>

-Genette, Gérard,(1989). *Palimpsestos: la literatura en segundo grado*. Taurus.

-Gobierno del Estado de Yucatán (1975) *Primer Congreso Feminista de México 1916*, México.

-González Reyna, Susana (2012). *Géneros Periodísticos: Reflexiones sobre el discurso*, Universidad Nacional Autónoma de México, México.

-Gómez de Lara, Fernando. (1997) *Estudios sobre la libertad de prensa en México*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.

-Gómez, Fedor Simón José . (2016). La Comunicación. *Salus*, 20(3), 5-6. Recuperado el 18 de septiembre de 2022. Disponible en:

http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1316-71382016000300002&lng=es&tlng=es.

-Gramsci, Antonio, (1929). *Cuadernos de la cárcel*, Ediciones Era.

-Grupo Editorial Criterio (2020). *Media Kit*. Disponible en:<https://editorialcriterio.com/beta/media/animalpolitico.pdf>

-Hallin, Daniel. y Mancini, Paolo. (2004). *Sistemas mediáticos comparados: Tres modelos de relación entre los medios de comunicación y la política*. Barcelona: Hacer editorial

-Hernández Carballido, Elvira. (2015). “Del siglo XIX: las primeras periodistas mexicanas” en *Boletín UNAM*, Universidad Nacional Autónoma de México: México. Disponible en: https://www.dgcs.unam.mx/boletin/bdboletin/2015_394.html

-Hernández Carballido, Elvira. y Hernández Téllez, Josefina. (2010). “El nosotros en la historia del periodismo y las mujeres mexicanas” en *El nosotros desde nuestra mirada*, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo y Universidad Veracruzana, México. Disponible en:https://www.uaeh.edu.mx/investigacion/productos/4953/el_nosotros_desdde_nuestra_mirada_2010.pdf

-Hernández Carballido, Elvira. (2003). *La participación femenina en la Revolución Mexicana*. Tesis de doctorado. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM.

-Hernández Carballido Elvira (1997). *Las primeras reporteras mexicanas: Magdalena Mondragón, Elvira Vargas y Esperanza Velazquez Bringas*. Tesis de maestría. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM.

-Hernández, María Elena. (2004) “La formación universitaria de periodistas en México” en *Comunicación y Sociedad*, núm. 1, enero-junio. Universidad de Guadalajara Zapopan, México. Disponible en:<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=34600106>

-Hernández, Lilia Silvia (2000). Participación en el Primer Foro Internacional de Mujeres en Radio “Voces de Mujeres”, Ciudad de México, 11-13 de noviembre de 1998, IMER / Conmujer, México.

-Hunter Lee, Mark, (2013). *La investigación a partir de historias. Manual para periodistas de investigación*, UNESCO.

-Ianni. Octavio, (2006). *Teorías de la globalización*, Siglo XXI, México.

-Informe del Secretario General a la Asamblea de las Naciones Unidas, , Resolución 70/162 “La seguridad de los periodistas y la cuestión de la impunidad”, 04 de agosto de 2017. (Revisado el 03 de agosto de 2021). Disponible en:

<https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/N17/245/47/PDF/N1724547.pdf?OpenElement>

-Instituto Mexicano para la Competitividad A.C, *Compara carreras 2021*. Disponible en: <https://imco.org.mx/comparacarreras/carrera/321>

-Instituto Mexicano para la Competitividad A.C, *Compara carreras 2022*. Disponible en: <https://imco.org.mx/comparacarreras/>

-Instituto Nacional Electoral de la Ciudad de México, *Catálogo de Medios Impresos, Digitales, Electrónicos, Virtuales, Internet y Redes Sociales 2021* [en línea] Disponible en: <https://www.iecm.mx/www/taip/minutas/ja/2021/IECM-JA022-21.pdf>

-Instituto Nacional Electoral, Coordinación Nacional de Comunicación Social Catálogo Nacional de Medios Impresos e Internet 2020 Periódicos Ciudad de México y Extranjero [en línea] [Consultado el 05 de noviembre de 2021]

-Instituto Nacional de Estadística y Geografía, *Estadísticas a propósito de las personas ocupadas como periodistas y locutoras*, comunicado de prensa 201/20, primero de mayo de 2020. [Consultado el 20 de septiembre de 2021]. Disponible en https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2020/LibertadPrensa2020_Nal.pdf

-Instituto Nacional de Estadística y Geografía en colaboración con la Secretaría de Comunicaciones y Transportes y el Instituto Federal de Telecomunicaciones, “Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de las Tecnologías de la Información en los Hogares” (ENDUTIH), tercer trimestre del 2020, *Comunicado de prensa número 352/21*, 22 de junio de 2021 [consultado el 29 de enero de 2022]. Disponible en: https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2021/OtrTemEcon/ENDUTIH_2020.pdf

-Instituto Nacional de Estadística y Geografía, *Censo de Población y Vivienda del 2020*, 11 de marzo de 2021. [Consultado el 03 de febrero de 2022] Disponible en: www.inegi.org.mx/app/tabulados/interactivos

-Instituto Nacional de Estadística y Geografía, “Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo” (ENEO) cuarto trimestre de 2019, *Comunicado de prensa número 201/20*, 01 de mayo de 2020.

-Instituto Nacional de Estadística y Geografía, *Comunicado de prensa núm. 371/21*, “Módulo sobre ciberacoso 2020” 5 de julio de 2021, (Consultado el 03 de agosto de 2021) Disponible en: <https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2021/EstSociodemo/MOCIBA-2020.pdf>

-Instituto Nacional de Estudios Históricos de las Revoluciones de México. “Vindicación de los derechos de la mujer”, carta de Leona Vicario a Lucas Alamán en *El Federalista Mexicano*, 1831.” Secretaría de Cultura. Acceso: noviembre 28, 2020. Disponible en: <https://contigoenladistancia.cultura.gob.mx/detalle/carta-de-leona-vicario-a-lucas-alamán>.

-Jaiven, Ana. (2005). "La participación de las mujeres en la Revolución Mexicana: Juana Belén Gutiérrez de Mendoza (1875-1942)" en *Diálogos Revista Electrónica de Historia*, vol. 5, núm. 1-2. Universidad de Costa Rica, Costa Rica. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=43926968005>

-Jaiven, Ana. y Ramos, Carmen. (1993) . *Mujeres y revolución 1900-1917*, (estudio preliminar y compilación) Secretaría de Gobernación/Instituto Nacional de Estudios Históricos de la Revolución Mexicana /Instituto Nacional de Antropología e Historia. México.

-Kapuscinski, Ryszard (2002). *Los cínicos no sirven para este oficio. Sobre el buen periodismo*. Barcelona, España: Anagrama

-Lagarde y de los Ríos, Marcela (1990), *Los cautiverios de las mujeres: madresposas, monjas, putas, presas y locas*, Universidad Nacional Autónoma de México, México, 1990. Disponible en:

<https://desarmandolacultura.files.wordpress.com/2018/04/lagarde-marcela-los-cautiverios-de-las-mujeres-scan.pdf>

-Lagarde y de los Ríos, Marcela. (2012) "Identidad de género y derechos humanos: la construcción de las humanas" en *El feminismo en mi vida: hitos, claves y topías México: Inmujeres DF*. Disponible en:

<http://www.derechoshumanos.unlp.edu.ar/assets/files/documentos/identidad-de-genero-y-derechos-humanos-la-construccion-de-las-humanas.pdf>

-Lerner, Gerda. (1990). *La creación del patriarcado*. Wisconsin: Editorial Crítica. Disponible en:

<http://humadoc.mdp.edu.ar/sid/Feminismo/Lerner.%20Gerda%20-%20La%20creaci%23U00f3n%20del%20patriarcado.pdf>.

-Lira Saade, Carmen en La Jornada, *¿Quiénes somos? La sociedad, el espejo de las princesas*, [en línea], México, La Jornada.com.mx. Disponible en: <https://www.jornada.com.mx/pages/quienes-somos/> [consulta 20 de octubre de 2021]

-López, Citlalli, *Cómo las mujeres están rompiendo las brechas digitales y de género en tecnología* [en línea], México, Aristegui Noticias. Disponible en: <https://aristeguinoticias.com/2809/mexico/como-las-mujeres-estan-rompiendo-las-brechas-digitales-y-de-genero-en-tecnologia/> [consulta 15 de diciembre de 2021]

-Lorente, Rosalina. (2001). "Mujer periodista en la era de las nuevas tecnologías de la información", en *Mujeres en medio: repaso crítico a los medios de comunicación y su lenguaje*, Asociación de Mujeres Profesionales de la Comunicación (AMECO), España.

-Macharia, Sarah "GMMP: la representación de las mujeres en las noticias de México", ponencia *online* presentada en el seminario de periodismo CIDE para exponer los

resultados del proyecto de investigación Global Media Monitoring Project 2020, Ciudad de México, martes 24 de agosto de 2021.

-Marín, Juan. (2010). *La era digital: nuevos medios, nuevos usuarios y nuevos profesionales. Razón y palabra.*

-Martínez, Ana. (2022). "Brecha salarial en México: Las mujeres ganan 27% menos que los hombres". *El Financiero* (México), marzo 07, 2022. Disponible en: <https://www.elfinanciero.com.mx/economia/2022/03/07/brecha-salarial-en-mexico-las-mujeres-ganan-27-menos-que-los-hombres/>

-Martínez, París, (2020). "Brecha digital en México, la senda que va de lo virtual a lo simulado" [en línea] en *Este País*, 02 de agosto de 2020 (consultado el 15 de enero de 2022). Disponible en: https://estepais.com/tendencias_y_opiniones/brecha-digital/brecha-digital-en-mexico-la-senda-que-va-de-lo-virtual-a-lo-simulado/

-Medina Brener, Larisa. (2014). "Prendas de emoción y política: tradición y modernidad en la revista femenina "El Hogar" en la década de 1920" en *Scielo. Historia y Gráfica*. Disponible en: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-09272014000100004&lng=es&tlng=es.

-Méndez Lara, Francisco Ivan, (2016). "Venustiano Carranza y la prensa, un panorama periodístico: 1913-1919" en *Caleidoscopio*, Facultad de Filosofía y Letras UNAM.

-Mendoza, Gerardo, (2019). *El periódico El Pueblo y la propaganda política carrancista (octubre de 1914 - enero de 1915)*. Bibliographica.

-Meneses Flores, Susana (1998). *Dos mujeres abriendo brecha: Laureana Wright y Juana Belén Gutiérrez de Mendoza*. Seminario de Investigación III. Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa.

-Meneses, María Elena y Pérez Salazar, Gabriel (2016). "Cómo y qué se estudia sobre Internet y la Sociedad de la Información en México. Una mirada desde la amig" en *Comunicación y sociedad*.

-Meneses Rocha, María Elena, (2010). *El periodismo en la Sociedad de la información. Implicaciones de la convergencia en los procesos de producción informativa, en la cultura profesional y en la calidad de la información: El caso de México*. Tesis de Doctorado Facultad de Ciencias Políticas y Sociales: Universidad Nacional Autónoma de México.

-Montenegro, Jesús Lechuga, Ramírez Argumosa, Giovanna y Guerrero Tostado, Maricruz (2018). *Educación y género. El largo trayecto de la mujer hacia la modernidad en México*, Economía UNAM, vol. 15, núm. 43.

- Montiel, Maryalejandra (2000). *Los cibermedios como nuevas estructuras de comunicación social*, Escuela de Comunicación Social, Universidad de Zulia, Venezuela.
- Noguez, Olivia. (2012). Hermila Galindo y “La mujer moderna” (1915-1916). Abriendo espacios: entre la domesticidad y los derechos por la igualdad. *Revista Historia 2.0, Conocimiento Histórico en Clave Digital*, 2(4), 60-78.
- Observatorio de Participación Política de las Mujeres en México (2019). *Alto a la violencia contra las mujeres en los medios de comunicación*. Disponible en: https://www.ieebcs.org.mx/img/flyers/Pronunciamiento_OPPMM190820.pdf
- Orellana Trinidad, Laura. (1999). *Hermila Galindo. Una mujer moderna*. México, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. Biblioteca Digital del Archivo General de Torreón. Disponible en: <http://www.torreon.gob.mx/archivo/pdf/libros/41%20Hermila%20Galindo%20una%20mujer%20moderna.pdf>
- Papadópulos, Jorge y Radakovich, Rosario (2005), *Estudio Comparado de Educación Superior y Género en América Latina y el Caribe*, IESALC-UNESCO.
- Payán, Carlos en *La Jornada, número Bajo Cero*, 1984. [Consultado el 18 de octubre de 2021] Disponible en: <https://www.jornada.com.mx/2009/09/18/opinion/024o1eco>
- Paz Avedaño, Reyna. (2020) “Leona Vicario, la primera periodista en el país en sentido político.” *La Crónica* (México), marzo 02, 2020. Disponible en: https://www.cronica.com.mx/notas-leona_vicario_la_primera_periodista_del_pais_en_el_sentido_politico-1147231-2020.
- Posetti, Julie, et al., (2020) *Violencia en línea contra las mujeres periodistas: Instantánea mundial de la incidencia y las repercusiones*, UNESCO. Disponible en: <https://www.icfj.org/sites/default/files/2021-03/Online%20Violence%20Against%20Women%20Journalists%20Global%20Snapshot%20Spanish.pdf>
- Proyecto de Monitoreo Mundial de Medios, *¿Quién figura en las noticias?* México, Informe Nacional 2020, p. 24
- Puente Martínez, Gabriela Sofía (2019). *El periodista en la era digital: transformaciones y cambios del oficio periodístico en la prensa escrita*, Pontificia Universidad Católica de Ecuador.
- Quim, Gil, (1999). *Diseñando al periodista digital*, Sala de Prensa, artículo 89, [Consultado el 15 de febrero de 2022]. Disponible en: <https://es.calameo.com/read/0001348840f6d509d6df7>

- Ramírez Vanegas, Adriana (2021), *Situación de la violencia contra mujeres periodistas en México: Balance Anual 2020*. HEINRICH-BÖLL-STIFTUNG, Ciudad de México, México y El Caribe. Disponible en:
<https://mx.boell.org/index.php/es/2021/05/03/situacion-de-la-violencia-contra-mujeres-periodistas-en-mexico-balance-anual-2020>
- Reed Torres, Luis. (2010). “La prensa y la Guerra de Independencia (1806-1821)” en Documentación de las Ciencias de la Información. Vol. 33.
- Reuters Institute (2022), *Women and leadership in the news media 2022: evidence from 12 markets*. Disponible en:
<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/women-and-leadership-news-media-2022-evidence-12-markets>
- Ribeiro, Djamila. (2020). *Lugar de enunciación*, Ediciones Ambulantes.
- Rubio Rios, Flor. (2019). “Juana Belén Gutiérrez de Mendonza. Entre la política y la polémica” en *Escripta. Revista de Historia*, Volumen 2, número 3. Facultad de Historia: Universidad Autónoma de Sinaloa. Disponible en:
<http://escripta.uas.edu.mx/index.php/escripta/article/view/106/51>
- Ruiz Castañeda, María del Carmen. (1995). “Periodismo Colonial. Las hojas volantes (1541-1700).” en *El periodismo en México: 500 años de historia*. Segunda edición. México.
- Ruiz Castañeda, María del Carmen. (1956) “La mujer en el periodismo.” *Revista de Filosofía y Letras*, no. 60, 276.
- Salaverría, Ramón, Buslón, Nataly, López-Pan, Fernando, , López-Goñi, Ignacio y Erviti, María Carmen (2020). *Desinformación en tiempos de pandemia: tipología de los bulos sobre la Covid-19*. Disponible en <https://bit.ly/2MHSvzO>
- Salaverría, Ramón (2016). *Ciberperiodismo en Iberoamérica*, Fundación Telefónica.
- Salaverría, Ramón, (2015). *Curso de redacción en Internet*, Universidad de Navarra.
- Salazar, Diana, [@Danielasalbe]. (2022, septiembre, 29). Texto del Twitter disponible en https://twitter.com/Danielasalbe/status/1575548869433528320?t=WBqw67pXJBP0_WEskRmxDA&s=19
- Sandoval, Tiare y Aguirre, Samedi (2022). “Glosario Feminista” en *Animal Político*, Disponible en:
<https://animal.mx/salud-y-estilo-de-vida/glosario-feminista-para-principantes/>
- Scolari, Carlos, (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona: Editorial Gedisa, S.A.

- Scott, Joan (2008). *Género e historia*, México, FCE, Universidad Autónoma de la Ciudad de México.
- Signa Lab del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO) (2022). *Asedio, amenaza y ataque: la condición de Vulnerabilidad de periodistas en México*, México.
- Tuñón Pablos, Esperanza, y Martínez Ortega, Juan Iván. (2017). "La propuesta político-feminista de Hermila Galindo: Tensiones, oposiciones y estrategias". *Revista interdisciplinaria de estudios de género de El Colegio de México*. Disponible en: <https://doi.org/10.24201/eg.v3i6.143>
- UNICEF, (2017). *Guía para periodistas: Comunicación, Infancias y Género*.
- Urrutia,Alonso y Jiménez, Nestor. "AMLO: en México no hay periodismo profesional", [en línea], México, *La Jornada*, 22 de abril de 2020. Disponible en: <https://www.jornada.com.mx/ultimas/politica/2020/04/22/amlo-en-mexico-no-hay-periodismo-profesional-5335.html>, [consultado el 10 de junio de 2021]
- Valles Ruiz, Rosa María (2006) "Mujeres periodistas: Empoderamiento restringido" en *Revista mexicana de ciencias políticas y sociales*. Disponible en: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-19182006000200137&lng=es&nrm=iso
- Valles Ruiz, Rosa María. (2013). *1916, Segundo Congreso Feminista de México. Crónica Centenaria*. Pachuca de Soto, México: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.
- Vázquez Zurita, Irina Ivonne, (2008). Carmen Aristegui: entrevista de semblanza, [Tesis de licenciatura]. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM
- Vidales López, Nereida, González Aldea, Patricia y Medina de la Viña, Elena. (2010), *Jóvenes y televisión en 2010: Un cambio de hábitos*, Obtenido de <http://www.ocendi.com/descargas/zer30-05.pdf>
- Wirth, Linda (2001). *Breaking Through the Glass Ceiling: Women in Management*. Geneva: International Labour Office.
- Wirth, Linda (2002). «Breaking Through the Glass Ceiling: Women in Management». First International Conference Pay Equity Between Women and Men: Myth or Reality?, Luxembourg.
- Zavala, Jocelyn, (2021) "¿Qué es el techo de cristal en México y qué podemos hacer?" en *Conecta, sitio de noticias del Tecnológico de Monterrey*. Disponible en: <https://tec.mx/es/noticias/santa-fe/educacion/que-es-el-techo-de-cristal-en-mexico-y-que-podemos-hacer>

Anexos

Entrevista con Araceli Ledesma, Coordinadora de la Unidad Audiovisual y del Área de edición de video en Aristegui Noticias.

¿En qué consiste tu trabajo en Aristegui Noticias?

-Soy coordinadora de la unidad audiovisual y del área de edición de vídeo, por lo tanto, mi trabajo está enfocado sobre todo en hacer contenido audiovisual, tanto para el sitio como para el programa que es Aristegui En Vivo. Mi equipo es muy pequeño. Somos tres personas.

Nuestro trabajo consiste en la selección de bytes, de insertos que vayan a entrar para el programa, armar piezas, los Full Tracks, que son las notas grabadas de los redactores y ya para el sitio se escriben los guiones y se arman los vídeos con lo que salió en el programa o con notas que se difunden en el día.

¿Y cuánto tiempo llevas trabajando en esa área dentro de Aristegui Noticias?

-En Aristegui llevo cinco años y como coordinadora de la unidad dos años, pero en edición de vídeo sí son cinco años. El primer año estuve entre redacción y edición, pero siempre en edición de vídeo.

Me decías que tu equipo es muy pequeño, ¿cuántas mujeres trabajan contigo?

-En mi área soy la única mujer.

¿Tú tienes relación con otras áreas de Aristegui Noticias? ¿Dirías que hay un número equilibrado de mujeres o hay menos mujeres que trabajan en estos equipos?

-No está equilibrado, la verdad.

¿Cuántas mujeres son?

-Somos, aproximadamente, siete mujeres y el equipo es de 25, entonces sí es complicado, incluso las que llegan a entrar en los puestos para redacción o en mi área, se van rápido, tal vez es una cuestión de aspiraciones laborales, pero sobre todo también por el ambiente. Si es un poco complicado, en general, en el periodismo hay mucho acoso, tanto sexual como laboral. Aquí no hay acoso sexual, por fortuna, pero el laboral es bastante, lo cual influye en que las mujeres no quieran quedarse dentro del equipo.

Me imagino que resulta más complicado. ¿Y ahí en Aristegui tienen un código de ética? Estuve buscando y no encontré ningún código o manual para cubrir temas de género, entonces ¿cómo es que llevan a cabo la cobertura de estos temas?

-Tenemos un código, pero no es público, es interno. Se implementó hace como tres años porque hubo algunos casos un poco complicados en cuanto a acoso laboral, lo implementamos casi siempre en casos extremos porque ahora los que estamos hemos aprendido a tener un ambiente más sano y a hablar las cosas en su momento, pero en casos extremos lo hemos llegado a implementar.

No te podría decir exactamente de qué va todo el código porque no lo recuerdo. Se implementó hace tres años, pero no recuerdo todos los puntos que nos mandaron.

Bien, pero entonces sí lo tienen en caso de que llegue a haber alguna situación de acoso laboral. Para pasar a la siguiente pregunta, veo que en Aristegui cubre, principalmente, temas de política, seguridad y economía, pero ¿has llegado a cubrir temas de género? ¿Tienen algún manual de cómo de cómo abordar estos temas?

-Sí, cubrimos bastantes, pero no hay un manual como tal, porque creo que casi siempre o bueno, por lo menos los que yo he visto, con los que trabajo, en mi equipo, tienen muy claro de qué manera abordar estos temas; es muy personal,

en realidad no nos hemos visto en la necesidad de llegar a "ah, mira, tienes que ver esto", han sido pocos casos en los que ha salido, pero es más por el rush de un programa en vivo, ahí es donde he notado que a veces se les va la onda de "oye, acuérdate son víctimas, son mujeres", ahí es donde he visto más o menos, pero en realidad no es como que tengamos algunos requerimientos para tratar estos temas.

¿Y en este tiempo que llevas trabajando has tenido algún problema o alguna situación de discriminación por ser mujer? ¿Has recibido algún comentario sexista o misógino?

-No recuerdo alguno. No podría decirte que fue como "directo", pero he tenido problemas con dos ex compañeros de trabajo, como tal no fue directo o no sé, tal vez me está costando identificarlo, pero sí fue una cuestión de que eran más autoritarios y violentos conmigo porque yo era mujer y fue lo único. Afortunadamente el resto del equipo fue muy solidario conmigo, pero son los únicos que podría recordar así como muy puntuales.

Y me decías que sientes que es más pesada la carga de trabajo para las mujeres que llegan a la redacción, ¿por eso no permanecen tanto tiempo?

-Es una cuestión muy personal, así es como lo veo, parece que el trabajo se reparte igual, pero he notado muchas veces que a las mujeres se nos exige más, incluso viniendo desde Carmen Aristegui, si hay una tendencia a llamarnos más la atención. No sé si sea una onda del viejo periodismo de ser súper exigente con los que llegan, pero con las mujeres sí es como de "oye, esto", los errores tienen que ser mínimos, tienes que ser puntual, tus temas tienen que ser los más importantes, ¿sabes? Hay más presión, por eso creo que hay más hombres que mujeres.

Pero tú eres la directora de tu área. En cuestión de puestos directivos y de toma de decisiones, ¿crees que hay más hombres tomando decisiones en Aristegui Noticias?

-Hombres, de hecho yo soy la única mujer, digamos que dentro de estos rangos altos soy la única mujer.

Y para poder llegar a esos puestos ¿ hay convocatorias o exámenes para acceder a estos puestos? ¿Todos pueden participar por igual o se designan?

-No es como que haya una convocatoria, como tal los designan, pero pues sí observan nuestro trabajo.