



Editorial

Este mes de diciembre ha sido decisivo para el destino de este país en los próximos cuatro años. La campaña electoral ha sido la más decisiva de nuestra joven democracia con cuatro partidos por encima del 15% en intención de voto. Y con un 40% de indecisos. Todos los partidos políticos han echado el resto en sus mítines de quince días de campaña para convencer en un momento de volatilidad absoluta en el voto y de todas las imágenes que se nos han quedado gravadas en la retina, se pone de manifiesto la ausencia absoluta de la figura femenina. Salvo las fugaces apariciones de la ex ministra Carmen Chacón o la vicepresidenta Sáenz de Santamaría, ésta en sustitución del presidente en funciones, los debates, carteles o mítines han estado protagonizados por hombres, lo que evidencia que todavía estamos muy lejos de los niveles de igualdad de género que creíamos haber alcanzado en 2015.

Aún cuando los datos ratifican la notable participación de las mujeres en una gran parte de los sectores productivos de la economía, la invisibilidad de las mujeres es el resultado de la ausencia de éstas en los puestos de responsabilidad. Lo hemos constatado en la estrategia de campaña de todos los partidos políticos que, en el mejor de los casos, han considerado descartar la mujer de la primera línea y en el peor, haberla ignorado.

Cuando propusimos que el séptimo número de *Communication Papers* se centrara en el análisis de la relación entre género y cultura periodística no imaginamos la realidad electoral que ha precedido su publicación.

El contexto político ha sido una prueba más de las conclusiones a las que han llegado las investigaciones objeto de los artículos científicos que hemos publicado. Sus resultados confirman la precariedad laboral de las mujeres periodistas que pone de manifiesto la permanencia anacrónica de la cultura masculina en las redacciones.

Las contribuciones científicas que han depositado su confianza en nuestra revista para ser publicadas en este número abordan el tema de la promoción de la igualdad de género en la industria mediática con acierto, sentido de la responsabilidad y un enfoque crítico que pone en valor los resultados alcanzados.

Aprovecho esta oportunidad para felicitarles felices fiestas navideñas.

Carmen Echazarreta Soler
Editora *Communication Papers*