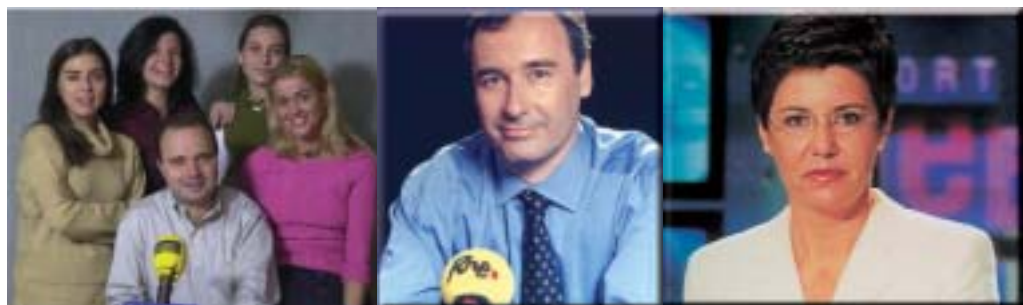




Segundo Informe



Representación de género en los informativos de radio y televisión



MINISTERIO
DE TRABAJO
Y ASUNTOS SOCIALES

SECRETARÍA GENERAL
DE POLÍTICAS
DE IGUALDAD

INSTITUTO
DE LA MUJER



SEGUNDO INFORME

*REPRESENTACIÓN DE GÉNERO
EN LOS INFORMATIVOS DE RADIO
Y TELEVISIÓN*

DIRECTORA DE LA INVESTIGACIÓN: PILAR LÓPEZ DÍEZ



Segundo Informe Representación de Género en los Informativos
de Radio y Televisión. 2005

Pilar López Díez
Doctora en CC de la Información (UCM)
illar@eresmas.net

© Instituto Oficial de Radio y Televisión. RTVE, 2005

Carretera Dehesa de la Villa, s/n.
MADRID
Depósito legal: M. 10.593-2005
Imprime: NEOGRAFIS, S. L.

Agradecimientos

Han pasado tres años desde que el Instituto Oficial de Radio y Televisión (IORTV) de RTVE firmara el primer Convenio de Colaboración con el Instituto de la Mujer del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales con el objetivo de encarar un trabajo original que no se había llevado hasta ese momento en ninguna emisora de radio o canal de televisión tanto público como privado. Estas dos instituciones, basándose en las directivas de la Unión Europea, recogidas en los sucesivos Planes de Igualdad de Oportunidades y en las recomendaciones del IV Programa de Acción de Beijing, apoyaron, entre otras acciones, la realización de la investigación, Representación de género en los informativos de radio y televisión, cuyos resultados se dieron a conocer en enero de 2002. Esta investigación se diseminó por las redacciones y sirvió, entre otros objetivos, para dar a conocer entre la profesión periodística un concepto del que la mayoría antes no había oído hablar: la perspectiva de género.

En esta ocasión presentamos el 2º Informe, con los resultados actuales y el análisis comparativo con los de la primera temporada. Pero antes de alcanzar la conclusiones queremos seguir agradeciendo la empatía desarrollada por el Director del Instituto Oficial de Radio y Televisión, Miguel Ángel Ortiz Sobrino, con quienes creemos que es necesario el trabajo de investigación y también de sensibilización entre la profesión periodística respecto al tratamiento de las imágenes construidas por los medios. Después de tres años, y un basto trabajo de apoyo y compromiso en distintos frentes, hoy renovamos nuestro agradecimiento.

Agradecemos a Rosa María Perís, ahora directora del Instituto de la Mujer, el que acogiese de forma muy favorable este proyecto y los que se han venido desarrollando a lo largo del último año. Rocío de la Hoz tiene ahora otras responsabilidades, pero como Subdirectora General de Programas fue una colaboradora entusiasta, eficaz y oportuna; muchas gracias, Rocío. La Dirección de Programas de Educación y Cultura tiene al frente a Ana Mañeru que siempre creyó en la necesidad del trabajo con los medios de comunicación, además de con quienes trabajan en la educación y la cultura; gracias por ello.

Especialmente quiero agradecer su colaboración a Fernando Díaz Farfán, del Master de Radio (RNE y la UCM), no sólo por su contribución en esta investigación, sino por pertenecer a ese grupo de hombres que se entusiasma con los proyectos y los éxitos de las mujeres; gracias, Fernando.

El departamento de Atención al Usuario de Radio Nacional de España está dirigido por una documentalista, Mónica Pérez Escaravias, quien, junto con Noelia Romero Gallego me proporcionaron información muy apreciada para conseguir los resultados que presentamos; gracias por vuestro esfuerzo, rapidez y eficacia.

*Pilar López Díez
Madrid, 31 de enero de 2005*

INDICE

1. Introducción y metodología	7
1.1. Introducción	7
1.2. Antecedentes	7
1.3. Objetivos del estudio	8
1.4. Historia	9
1.5. Metodología	10
2. Resultados en los informativos de radio	15
2.1. Representación de las mujeres y de los hombres	15
2.1.1. Resultados generales: personas mencionadas y periodistas que cubrieron las noticias	15
2.1.1.1. Comparación de resultados entre las dos temporadas	16
2.1.2. Personas mencionadas, personas entrevistadas y tiempo hablado	16
2.1.2.1. Personas mencionadas	16
2.1.2.2. Personas entrevistadas	17
2.1.2.2.1. Comparación de resultados entre las dos temporadas	18
2.1.2.3. Personas entrevistadas y tiempo hablado	19
2.1.3. La representación de género según profesión/ocupación	20
2.1.3.1. Comparación de resultados entre las dos temporadas	21
2.1.4. Diversificación de la representación por profesiones de las personas entrevistadas. Datos globales de todas las cadenas de radio	21
2.1.4.1. Comparación de resultados entre las dos temporadas	23
2.1.5. La representación de género de las personas entrevistadas según profesión/ocupación, por cadenas de radio	24
2.1.5.1. Comparación de resultados entre las dos temporadas	25
2.1.6. Diversificación de la representación por profesiones de las personas mencionadas	26
2.1.6.1. Comparación de resultados entre las dos temporadas	28
2.1.7. La representación de género de las personas mencionadas según profesión/ocupación, por cadenas de radio	28
2.1.8. Presencia de las mujeres y de los hombres, según los temas tratados en las noticias: Temas "blandos" y temas "duros"	28
2.1.8.1. Comparación de resultados entre las dos temporadas	29
2.1.9. ¿Las periodistas mencionan a más mujeres que los periodistas?	30
2.1.9.1. Comparación de resultados entre las dos temporadas	31
2.1.10. Noticias cuyo tema central es foco de interés para las mujeres	32
2.1.10.1. Comparación de resultados entre las dos temporadas	34
2.1.11. La forma en que los informativos de mediodía de radio presentan a mujeres y hombres	34
2.1.11.1. Menciones de las personas según su relación familiar o estatus vicario	34
2.1.11.2. Personas representadas como víctimas	35
2.1.11.2.1. Comparación de resultados entre las dos temporadas	36
2.1.11.3. Alabanzas y acusaciones	36
2.2. Presencia de las periodistas que cubren las noticias en los informativos de radio respecto a sus compañeros	37
2.2.1. Presentadoras/es	37
2.2.1.1. Comparación de resultados entre las dos temporadas	37
2.2.2. Redactores/as	37
2.2.2.1. Comparación de resultados entre las dos temporadas	38
2.2.3. Corresponsales, enviadas/os especiales, presentadores/as de Deportes ..	38
2.2.3.1. Comparación de resultados entre las dos temporadas	38

3. Resultados en los informativos de televisión	39
3.1. Representación de las mujeres y de los hombres	39
3.1.1. Resultados globales: personas mencionadas y periodistas	39
3.1.1.1. Comparación de resultados entre las dos temporadas	40
3.1.2. Personas mencionadas y personas entrevistadas. Resultados globales: las deportistas no existen para los telediarios	40
3.1.2.1. Personas mencionadas por profesión y por canal de televisión	42
3.1.2.1.1. Comparación de resultados entre las dos temporadas.	43
3.1.2.2. Más o menos noticias por telediario: la visibilización de la 'agencia femenina'	44
3.1.2.3. Personas mencionadas vs. personas entrevistadas. Resultados globales	45
3.1.2.3.1. Comparación entre las dos temporadas	46
3.1.2.4. Tiempo hablado por mujeres y hombres, por profesión	47
3.1.2.5. Personas entrevistadas por profesión y canal de televisión	49
3.1.2.5.1. Comparación de resultados entre las dos temporadas.	52
3.1.2.6. Diferencias en la correlación entre personas entrevistadas y tiempo hablado	53
3.1.3. Presencia de las mujeres y de los hombres en los informativos de televisión, según temas	54
3.1.3.1. Comparación de resultados entre las dos temporadas	56
3.1.4. Noticias cuyo tema central es foco de interés para las mujeres	57
3.1.5. La forma en que los informativos de televisión presentan a mujeres y hombres en las noticias	59
3.1.5.1. Identificación de las personas mencionadas en función de su relación familiar	59
3.1.5.2. Personas representadas como víctimas	60
3.1.5.3. Alabanzas y acusaciones	61
3.1.5.4. Posición de la cámara	61
3.1.6. Presencia de las periodistas en las redacciones de los informativos de televisión	62
4. Resumen	65
4.1. Informativos de radio	65
4.2. Informativos de televisión	66
4.3. Comparación de resultados entre las dos temporadas (2000-01) y (2004-05)	67
5. Conclusiones	70

1. INTRODUCCIÓN Y METODOLOGÍA

1.1. Introducción

En la sociedad española está teniendo lugar un gran debate y, por lo tanto, se está produciendo una transformación en las concepciones ideológicas acerca de la igualdad entre mujeres y hombres como no se ha llevado a cabo hasta ahora en ningún país. Ningún otro país de nuestro entorno cultural (ni de Europa, ni del norte de América) se ha involucrado en el intento de la resolución del problema de la violencia masculina como lo ha hecho España. La recientemente aprobada Ley Integral de Violencia de Género es uno de los mecanismos más importantes que pueden, a largo plazo, si se implementan las medidas que contempla, afectar de forma directa a la situación de las mujeres, y no solamente a las que ven peligrar su vida en función de su relación con hombres violentos, sino también al resto, a todas las mujeres que de una u otra forma sufrimos las desigualdades de género en mayor o menor grado.

Sabemos que una de cada cinco europeas es maltratada, y que el 95% de todos los actos de violencia masculina tienen lugar dentro de la casa familiar; pero los derechos de las mujeres continúan siendo derechos "secundarios" y todavía no están totalmente integrados en el concepto de los derechos fundamentales. Por otra parte, no hay indicadores comunes que nos permitan conocer, en profundidad, la realidad del problema en todos los países de la Unión Europea, y no se han puesto en práctica políticas efectivas reales de protección de la vida y mucho menos se han desarrollado medidas de sensibilización a través de la educación y los medios de comunicación.

Frente a esta realidad, la sociedad en su conjunto tiene que actuar, y la mayoría lo hará si los medios de comunicación, especialmente la radio y la televisión, que son los medios masivos, contribuyen de forma activa a diseminar nuevos argumentos que desafíen las convenciones más tradicionales sobre lo que significa hoy ser mujer y ser hombre. La identidad de género, tanto masculina como femenina, elaborada también a través de los medios masivos, se está construyendo continuamente a través de la lucha y las negociaciones por los significados: todo el proceso de aprobación de la Ley contra la Violencia de género puso de manifiesto las diferencias sobre temas de profundo calado y sobre las que hubo que actuar y se tuvieron que alcanzar acuerdos.

La sociedad conoce y se informa a través de los medios de comunicación, y la información es la manera más eficaz para conseguir mayores grados de independencia, de libertad para perseguir otras dimensiones en la vida que no estén basadas, en el caso de las mujeres, en la subordinación al poder masculino que es lo que la parte masculina ha legitimado como el canon. La información conlleva también ofrecer otras alternativas, otros puntos de vista que, al mismo tiempo, deben ser contemplados por quienes la elaboran. Creemos que la profesión periodística debe hacer frente continuamente a los retos a los que les obliga su condición de intermediarios de ese flujo constante de ideas, opiniones, formas de ser y estar para poder elaborar piezas y relatos más acordes con los planteamientos que rigen en el siglo XXI.

Las políticas de igualdad de oportunidades que se vienen implementando en España desde 1983, han producido una masa crítica de mujeres que observan a los medios de comunicación, igual que lo hizo la IV Conferencia Mundial de Beijing, en 1995, con sumo interés, inquietud, y a veces, con estupor; y que les exigen, en función del servicio público al que están obligados los medios audiovisuales, a informar y formar a la sociedad en los principios de igualdad entre hombres y mujeres. Por todo ello es por lo que el informe que presentamos no solo va dirigido a quienes trabajan en los medios de comunicación, sino también a la audiencia más inquieta e interesada con las elaboraciones que sobre la masculinidad y la femineidad elaboran los medios.

1.2. Antecedentes

En la temporada 2000-2001, a raíz del primer convenio de colaboración suscrito entre el Instituto Oficial de Radio y Televisión, IORTV (RTVE) y el Instituto de la Mujer, se llevó a cabo una primera investigación, *Representación de género en los informativos de radio y televisión*, que, a lo largo de dos reimpresiones, ha desvelado a la audiencia, y también a la profesión periodística, aquellas magnitudes que, a simple vista, no son observables cuando nos colocamos delante de un televisor para ver las noticias o cuando las oímos a través de cualquier receptor de radio. La investigación nos permite

mirar más allá de la individualidad de los acontecimientos diarios. La selección de la muestra, el visio-nado, la codificación, el tratamiento estadístico de los datos y su interpretación, y la obtención de los resultados, no son operaciones que la audiencia realiza en su vida cotidiana. Por eso los hallazgos de estudios, como el que presentamos, interesan extraordinariamente a la audiencia y la convierte en un público activo, exigente y demandante de productos más rigurosos. Esta es, precisamente, la tarea que corresponde a los organismos interesados en la promoción de políticas de igualdad.

A raíz del Primer Informe, se han llevado a cabo tareas de formación con periodistas¹ de distintos lugares geográficos: Madrid, Castilla y León, Asturias y Región de Murcia, y también para periodistas iberoamericanos, en Cartagena de Indias, en donde se puso de manifiesto la conveniencia de compartir con la profesión periodística aspectos "ocultos" en la agenda mediática que no son posibles desvelar si no se hace una inmersión en las claves de la perspectiva crítica de género. Para la profesión periodística, contemplar la vida desde la perspectiva de género es un proceso de aprendizaje y no es posible implementarla basándose en el llamado sentido común y en los procesos periodísticos aprendidos en la formación reglada o a través de la práctica periodística. El sentido común y la práctica periodística están recorridos por la discriminación de género y las convenciones sociales. Sólo es posible superar dicha miopía, tal como decíamos en las conclusiones del Primer Informe, a través de la instalación del software necesario que nos ayude a ver la vida con gafas de género. La perspectiva de género permite elaborar relatos mucho más diversos, creativos y completos. Si la manera de ver la vida del 50% de la población está ausente de las noticias, los informativos son planos, monocordes, monótonos y aburridamente iguales. Es preciso bucear en los resultados del estudio para comprobar la uniformidad que refleja el trabajo en las redacciones y el resultado de prácticas productivas cuyos resultados son productos tan similares que su mayor distinción es abundar o tratar de evitar el sensacionalismo, el morbo y la superficialidad de los acontecimientos que ocurren en el mundo.

1.3. Objetivos del estudio

Esta sociedad del conocimiento, cada vez más exigente con las personas a la hora de interactuar en un mundo cambiante en donde los continuos estímulos nos obligan a posicionarnos y a actuar, requiere de los medios audiovisuales un esfuerzo cada vez mayor para proveer al amplio público con las herramientas necesarias que le aseguren, sino la felicidad, sí el mayor éxito en aquellos cometidos vitales a los cuales no puede dejar de hacer frente. Como recoge el periodista Bill Kovach, "el propósito del periodismo consiste en proporcionar a la ciudadanía la información que necesita para ser libre y capaz de gobernarse a sí misma"². La manera en que los medios masivos seleccionen las noticias, el lenguaje que utilicen, las imágenes que proporcionen, cómo narren la historia, el seguimiento que hagan de los temas, la redundancia con la que presenten determinados hechos, influye en la percepción del público sobre los acontecimientos contados. La investigación nos informa³ de la falta de recursos de las mujeres para valorar como tales determinadas agresiones a las que son sometidas, debido a las informaciones que obtienen de los medios masivos, de manera que las mujeres tienen tendencia a considerar no delictivas actuaciones que las leyes castigan.

Por eso el análisis del producto de los medios de comunicación interesa a determinados sectores sociales y a los organismos públicos encargados de poner en práctica las directivas y recomendaciones emanados en el Plan de Acción de la Conferencia Mundial de la ONU y de las políticas de igualdad de oportunidades. En este aspecto, el vigente Plan de Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres del Instituto de la Mujer recoge en uno de sus objetivos la necesidad de fomentar que los medios de comunicación difundan los logros y avances de las mujeres y promover la formación de las y los profesionales de la comunicación y la publicidad, para el correcto tratamiento de la imagen de la mujer. Por otro lado, RTVE adoptó, en 2002 un decálogo de recomendaciones a sus periodistas, sobre el tratamiento de la violencia masculina contra las mujeres, en uno de cuyos puntos, se recoge la necesidad de "Ampliar la representación de las mujeres para evitar su victimización", y añade: también hay mujeres ingenieras, transportistas, pintoras, mineras, médicas...

¹ Y no solo periodistas, también participaron activamente en los cursos personas dedicadas a la enseñanza en sus tres niveles: primaria, secundaria y profesorado universitario, además de estudiantes y otros colectivos sociales.

² *Los elementos del periodismo*. 2003. Kovach, B., y Tom Ronsensiel, Madrid: Aguilar, S. A.

³ Sylvia Walby. "Reducing gendered violence: Defining, measuring and interpreting interpersonal violence and responses to it", en *Gender and Violence in the Nordic countries*. www.nordforks.org

Para conocer el estado de la cuestión, y compararla con los resultados del Primer Informe cuya muestra se tomó al final de la temporada 2000-01, se puso en marcha el actual estudio, cuyo objetivo es investigar en primer lugar, conjunta e individualmente (por cadena de radio, y canal de televisión, y en su conjunto) las representaciones o imágenes que elaboran los distintos medios a través de los informativos. No sólo se trata de cuantificar la proporción de mujeres y hombres que son sujetos de la información mediada en las noticias de radio y televisión, sino de conocer el grado de representación de las periodistas respecto a sus compañeros. Sobre la base de la hipótesis mantenidas en las últimas décadas, respecto a que las periodistas se hacían cargo en mayor proporción que sus compañeros de las noticias "blandas", es decir, aquellas noticias menos importantes y que no constituyen el primer nivel informativo, nos planteamos como objetivo validar o no dicha hipótesis.

Si uno de los objetivos era obtener resultados cuantitativos, estos se complementan con el estudio del papel que llevan a cabo las mujeres y los hombres en las noticias audiovisuales, de los puestos que ocupan en la sociedad que los medios representan, de los temas o asuntos públicos en que unas y otros tienen mayor o menor presencia y la forma en que las noticias muestran a mujeres y hombres (en función de su relación o estatus vicario, como víctimas o personas acusadas, etc.). Con un último objetivo, se trata de deslindar el tipo de noticias "diferentes" que podrían cubrir los distintos canales de televisión y cadenas de radio; la narración de este tipo de noticias son las que, desde la teoría crítica de los medios de comunicación, creemos que ayudarían significativamente a introducir nuevos modelos de representación de mujeres y hombres más igualitarios, de manera que conseguirán combatir los estereotipos tradicionales y los roles de género con que tratan a las mujeres la mayoría de las noticias de los informativos.

Tratamos, también, de contactar con la profesión periodística crítica e interesada en actualizar sus conocimientos respecto a un asunto, la perspectiva de género, sobre el que no se le proporcionó los conocimientos necesarios en su formación reglada en las facultades y centros de formación.

Por último, y no por ello menos importante, el objetivo del estudio es proporcionar a la audiencia más sensibilizada, especialmente a las mujeres involucradas en organismos de igualdad, un instrumento que les permita trabajar e influir sobre otros sectores sociales, menos informados, para conseguir mejorar la realidad de la vida de uno de los colectivos más vulnerables y menos considerados por la sociedad, la amplia mayoría de mujeres a quienes los medios audiovisuales apenas tienen en cuenta más allá de la lectura diaria de los índices de audiencia.

1.4. Historia

Fue la investigación académica anglosajona de los primeros años setenta, la que, al albor de la preocupación de las mujeres y las asociaciones feministas por las representaciones elaboradas por los medios de comunicación, dio el primer paso en la investigación sobre las imágenes de las mujeres y hombres construidas por aquéllos. Aunque los resultados de aquellas investigaciones no llegaron, lógicamente, al amplio público, sí sirvieron como estímulo para la reflexión y la actividad de los grupos feministas sobre este tema, y también para introducir este asunto como tema de interés entre una minoría de profesoras en las universidades españolas. Desde 1984 se vienen realizando investigaciones cuyos resultados apenas sorprenden: la escasa representación de las mujeres, respecto a los hombres, y, la elaboración de imágenes y textos que refuerzan el papel tradicional y estereotipado al que la mayoría de las mujeres se han tenido que aplicar, y la ausencia de modelos alternativos, aunque existentes y reales, en la actual sociedad española.

Es preciso destacar la importancia que ha tenido el *Global Media Monitoring Project* (GMMP) que empezó a andar en 1995, y cuya influencia fue importante en las conclusiones de la IV Conferencia Mundial de Mujeres que tuvo lugar en Beijing. Este proyecto de mujeres y asociaciones feministas ha logrado hacer visible en todo el mundo el asunto de la representación de género en las noticias. En enero de 1995 se llevó a cabo una investigación sobre las noticias de periódicos, radio y televisión en 71 países⁴. La experiencia se repitió en 2000, en 70, y se volverá a llevar a cabo en estos primeros

⁴ Entre ellos, España, en donde se analizaron 1.422 noticias de prensa, radio y televisión, con la metodología empleada, también, en el presente informe; quien lo dirige, coordinó entonces un grupo de 26 personas, estudiantes de periodismo muchas de ellas, pero también, profesionales de distintas áreas interesadas en participar en un proyecto mundial de estas características.

meses de 2005. La experiencia de participar en este tipo de investigaciones se ha demostrado como muy eficaz⁵ para ver y analizar los medios de comunicación desde otra perspectiva, a la que no es posible acceder desde los supuestos tradicionales de la subordinación femenina y la dominación masculina, es decir, la que exige las gafas de la perspectiva de género.

1.5. Metodología

La técnica del análisis de contenido ha sido el procedimiento preciso y sistemático al que se ha sometido el objeto de investigación.

La unidad de muestreo, entendida como la parte de la realidad que consideramos separada e independiente para analizar, la constituye en radio, el informativo, y en televisión, el telediario. El informativo, definido como aquel espacio presentado por la misma persona, con estructura y recursos sonoros propios, e individualizado del resto de la programación por los recursos técnicos y humanos establecidos. Los espacios deportivos presentados dentro de la estructura anteriormente definida, han sido considerados. No se ha tenido en cuenta ni la información del tiempo, del tráfico ni la publicidad.

Se eligió la noticia como unidad de análisis o registro, es decir, como unidad mínima del contenido que hemos seleccionado de cada unidad de muestreo y a la que haremos referencia al presentar los resultados. La codificación, entendida como el proceso por el cual los datos brutos son sistemáticamente transformados y clasificados en categorías que permiten la descripción precisa de las características importantes del contenido a analizar, se realizó atendiendo a aquellas características que afectan a la unidad de análisis, es decir, la noticia.

Se establecieron 18 variables o categorías para los informativos de radio, y 19 para los telediaros, que a su vez contemplan diferentes valores que posteriormente se especifican.

Sobre la base de la unidad de análisis se eligieron dos presupuestos que consideramos relevantes a la hora de analizar desde la perspectiva de género el producto emitido: las macroestructuras semánticas o temas, y los agentes comunicativos que intervienen en la elaboración de la noticia.

En lo que respecta a la variable tema o macroestructura semántica, se contemplaron los siguientes valores:

0. No se conoce.
1. Cultura, entretenimiento.
2. Vida social, nacimientos, celebraciones.
3. Delitos, juicios, asuntos legales.
4. Accidentes, tragedias, terremotos.
5. Economía, negocios, comercio.
6. Educación.
7. Medio ambiente.
8. Salud, medicina.
9. Derechos humanos.
10. Crisis internacionales, refugiados.
11. Temas laborales, negociaciones.
12. Defensa nacional, gastos militares.
13. Política, gobierno, elecciones.
14. Pobreza, vivienda, desempleo.
15. Religión.
16. Manifestaciones, concentraciones.
17. Ciencia.
18. Deportes.
19. Terrorismo, guerras.
20. Otros.

⁵ Gallagher, Margaret. 2001. *Gender setting. New Agendas for Monitoring and Advocacy*. Londres: Zed Books.

Sobre la base de que los temas podían adoptar los valores reseñados, se estableció, también, una segunda clasificación de los temas atendiendo a si la noticia tiene como tema central a las mujeres, con los siguientes valores:

0. No tiene a las mujeres como tema central.
1. Control de natalidad, derechos reproductivos.
2. Cambio en los papeles de las mujeres, en el hogar y fuera de la casa.
3. Cuidado de la infancia.
4. Educación y formación.
5. Mujeres de las minorías.
6. Representación de las mujeres en los medios, en el cine.
7. Mujeres rurales.
8. Orientación sexual.
9. Asuntos sociales.
10. Violencia, acoso, violación, muerte.
11. Mujer y religión.
12. Mujer y poder en cualquier área, política, negocios, educación.
13. Mujer minusválida.
14. Salud de las mujeres.
15. Derechos legales.
16. Mujer y trabajo: condiciones de trabajo, salarios, oportunidades para los negocios, desempleo.
17. Otros temas que tienen a las mujeres como enfoque central.

El segundo aspecto a considerar de cada unidad de análisis o noticia es la representación de género tanto de las personas productoras del discurso, como de las personas objeto de la información, atendiendo a la variable género.

En lo que respecta a las personas internas, productoras del discurso, es decir, las y los profesionales que intervienen en las noticias, se establecieron cuatro categorías que corresponden a las diferentes tareas que desarrollan en su elaboración. Las cuatro categorías establecidas fueron:

1. Presentador/a del informativo o telediario.
2. Redactor o redactora.
3. Corresponsal, enviada/o especial, presentador/a de deportes.
4. Comentarista o analista.

La intervención de cada profesional en calidad de cada una de las cuatro categorías anteriores, sólo se ha codificado una vez por noticia.

Para una cabal interpretación de los datos y del análisis que se desarrolla a lo largo de este Informe, es imprescindible comprender la forma como se ha registrado la presencia de las categorías profesionales citadas. La unidad de análisis, tal como se manifiesta en esta metodología, es la noticia, por lo que un o una profesional, es registrada tantas veces como esté asociada a noticias distintas.

En cuanto a las personas objeto de la información, se ha investigado su participación teniendo en cuenta las siguientes variables:

1. Género.
2. Edad.
3. Raza.
4. Profesión/Ocupación a la que se asignó los siguientes valores:
 0. Profesión no declarada.
 1. Política/o.
 2. Funcionariado.
 3. Personal de ONG's.
 4. Policía, militares.
 5. Religioso/a.

6. Profesorado.
7. Personal sanitario: médicas, psicólogos, enfermeros, etc.
8. Empresario/a, abogada/o, economista.
9. Científica/o, ingeniero/a, periodista.
10. Personal del sector servicios.
11. Oficios cualificados, sindicalista.
12. Agricultura, pesca, ganadería.
13. Autores, escultoras, pintoras, etc.
14. Deportista, entrenador/a.
15. Ama/o de casa.
16. Estudiante.
17. Pensionista, jubilado/a.
18. Desempleado/a.
19. Persona acusada de cometer un delito⁶.
20. Otra.

Además, la investigación sobre el objeto de la información, es decir, sobre las personas que intervienen en las noticias, bien como protagonistas, testigos, personas expertas, que hacen declaraciones, que muestran opiniones, testimonios, etc. se ha estudiado su intervención desde tres perspectivas:

1. Como *personas mencionadas*, se registró a todas las personas (por género) de las que hablaba la noticia, mencionadas por su nombre propio.
2. Como *personas entrevistadas* se registró el número de veces que han hablado las personas en cada noticia de la muestra elegida (se ha considerado sólo a la misma persona una vez en cada noticia). (No hemos considerado únicamente el nombre propio, sino a la mujer y al hombre que, individualmente, también se ha recogido su voz (en los 'cortes' de radio), o imagen ('totales' de televisión) aunque no haya sido identificado ni por el nombre de pila).
3. Como *tiempo* se recogió el tiempo total que las personas (por género) han intervenido con su voz. (Si de una misma persona se han extraído varios 'totales', se han sumado todos los tiempos y se ha asignado la suma a esa persona una sola vez por noticia, como se ha recogido anteriormente).

Si un aspecto importante es la mención o el tiempo hablado por las personas objeto de la información, hemos considerado también la forma en que ha sido tratada cada una de las personas en cuanto a cuatro variables:

1. Estatus vicario: es decir, si la persona es identificada en la noticia como esposa, padre, hija, o cualquier otro tipo de relación familiar. Se establecieron los siguientes valores:
 0. No.
 1. Esposa, hija, madre, etc.
 2. Esposo, hijo, padre, etc.
2. Víctima. Si la noticia describe a la persona como víctima. Se eligieron las siguientes circunstancias:
 0. No.
 1. Víctima de un accidente o catástrofe natural.
 2. Víctima de violencia de género (también sexual).
 3. Víctima de un delito (que no sea sexual).
 4. Víctima de la guerra.
 5. Otro tipo de víctima (p.e. persona condenada a muerte).
3. ¿Está la persona acusada? (Entendiendo todo tipo de acusaciones: delitos, errores, juicios morales, etc.):

⁶ Se ha considerado así únicamente a las personas que han sido acusadas de cometer un delito y de las que no se informa de su profesión. Si éste es conocida, así se registra.

- 0. No.
 - 1. Sí.
4. Reconocimiento (incluye alabanzas o reconocimientos de cualquier tipo, tanto si es justificado como no):
- 0. No.
 - 1. Sí.
5. En televisión se consideró la variable ángulo de la cámara desde la cual se tomó a las personas objeto de la información, y se establecieron los siguientes valores:
- 1. Plano frontal.
 - 2. Plano picado.
 - 3. Plano contrapicado.

Nota: En este Informe se ha tratado de utilizar el lenguaje no sexista, es decir, cuando se habla de hombres nos referimos específicamente a las personas de género masculino; cuando se habla de científicos, políticos, ingenieros, etc. son los científicos, políticos, ingenieros, etc. que son hombres, por tanto, no hemos invisibilizado a las mujeres en los grupos integrados por hombres y mujeres. Para referirnos a las personas (mujeres y hombres) que ejercen dichas profesiones, hemos elegido el femenino/masculino o el masculino/femenino de manera aleatoria: empresaria/o, médico/a, etc.

Universo

Informativos diarios de la radio española e informativos de televisión diarios de las cadenas generalistas españolas que emiten en abierto.

Muestra

El 4º Convenio suscrito entre el Instituto de la Mujer del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales y el Instituto Oficial de Radio y Televisión (IORTV) de RTVE, se firmó el 27 de julio de 2004, de manera que la toma de la muestra debía ser en fechas lo más próximas posibles a dicho día. Se descartaron los meses de julio y agosto por las vacaciones veraniegas. Sobre un total de seis semanas, se eligieron al azar dos, de los informativos de mediodía, de lunes a viernes, de las cuatro principales cadenas de radio de alcance nacional: *Diario directo* de Radio1 de RNE, *Hora 14* de la Cadena SER, *Noticias Mediodía* de Onda Cero y *Mediodía* de la Cadena COPE. Las fechas resultantes fueron las semanas del 4 al 8 y del 11 al 15 de octubre de 2004. Los cuatro informativos de radio diarios que se analizaron durante diez días dieron un resultado de 40 informativos que produjeron un total de 843 noticias, que fue la unidad de análisis elegida. En el caso de televisión, y con el objetivo de comparar muestras similares, se eligió la primera semana mencionada, con el resultado de 35 telediarios que produjeron un total de 880 noticias.

2. RESULTADOS 2004 EN LOS INFORMATIVOS DE RADIO

“Sin menoscabo de su libertad de expresión, y en su calidad de formadores de opinión e instrumentos para modelar valores, los medios de comunicación y la industria de la cultura deben contribuir a cambiar los estereotipos sexistas existentes en la percepción pública y a presentar una imagen objetiva de los hombres y las mujeres”⁷.

2.1. Representación de las mujeres en las noticias

2.1.1. Resultados generales: personas mencionadas y periodistas que cubrieron las noticias

Cuadro 1

Representación de mujeres y hombre (en %) en los informativos de radio

Cadena	Profesionales ⁸			Personas mencionadas ⁹		
	Mujeres	Hombres	Muestra	Mujeres	Hombre	Muestra
RNE	43	56	288	14	86	608
SER	54	46	161	18	82	302
ONDA CERO	33	66	206	16	84	534
COPE	57	43	165	13	87	287
Todas	46 (47)	54 (53)	820 (887)	15 (15)	85 (85)	1.731 (1.664)

(Las cifras entre paréntesis corresponden a los resultados de la temporada 2000-01).

Según señalan los organismos internacionales que luchan por combatir la discriminación social contra las mujeres, imágenes más diversas e igualitarias de las mujeres pueden ayudar a superar las desigualdades a las que tienen que hacer frente con respecto a los hombres. A partir de la IV Conferencia Mundial de Mujeres en Beijing, que consideró a los medios de comunicación como una de las doce áreas de especial interés para conseguir el objetivo de lograr la igualdad, grupos de mujeres y también organismos gubernamentales se están comprometiendo en una política de sensibilización encaminada a conocer cuáles son las imágenes que los medios construyen sobre las mujeres y los hombres. En general, ha habido mucho desconocimiento y poca respuesta por parte de los medios ante esta toma de conciencia por parte de la ciudadanía más informada. En las redacciones la dimensión de género no está tipificada como valor noticial, de manera que este enfoque no existe en la mayoría de las noticias¹⁰. A continuación veremos la representación cuantitativa que alcanzan hombres y mujeres en tanto sujeto y objeto de las noticias radiofónicas.

Comenzando por la primera parte del Cuadro 1, que nos muestra qué profesionales cubrieron las noticias de las dos semanas, vemos que, actualmente, existe cierto equilibrio entre las y los periodistas: 46% de mujeres y 54% de hombres recogiendo la media de las cuatro cadenas. Hay diferencia, sin embargo, entre cadenas; mientras que las noticias de la COPE las trabajan más mujeres que hombres, lo contrario, con una diferencia significativa, ocurre en Onda Cero.

En cuanto a las personas mencionadas en los informativos de radio en 2004, sigue existiendo una gran desproporción entre los hombres y las mujeres: un 85% de hombres frente a un 15% de mujeres.

⁷ Hacia una Estrategia marco de la Unión Europea sobre la igualdad entre hombres y mujeres (2001-2005).

⁸ Existen diferencias significativas entre las emisoras respecto al número de noticias que son cubiertas por hombres o por mujeres. El chi-cuadrado muestral es 25,9, frente al valor crítico de 7,8 para un nivel de confianza del 95%

⁹ Respecto a la hipótesis de si los porcentajes de mujeres y hombres son significativamente diferentes en las cuatro emisoras el valor del chi-cuadrado muestral es 2,2, frente al valor crítico de 7,8 para un nivel de confianza del 95%, lo que no permite rechazar la hipótesis de homogeneidad.

¹⁰ Altés Rufias, Elvira y Gallego Ayala, Juana, “Estereotipos y roles de género en los medios de comunicación”, en *Manual de información en género*, López Díez, Pilar (Ed.). 2004. Madrid: IORTV e Instituto de la Mujer; (pp. 59).

2.1.1.1. Comparación de resultados entre las temporadas (2000-01) y (2004-05)

Considerando todas las cadenas, las cifras de la primera temporada nos hablaban de casi tantas mujeres como hombres, también, a la hora de cubrir las noticias: un 47% frente a un 53%. Sin embargo, algunas cifras han bailado: mientras que RNE era la cadena en la que menos mujeres periodistas cubrían las noticias: un 32% frente a un 68% de hombres, en la temporada 2004-05 sube la proporción de mujeres, ahora es de un 43%, y, consecuentemente, baja la de hombres a un 56%.

Onda Cero es la cadena que más cambios ha sufrido en cuanto al equilibrio en representación de periodistas por género¹¹ mientras en 2000-01 prácticamente habían cubierto las noticias tantas mujeres como hombres (51% y 49%), en los resultados de este año la proporción baja a un 33% de mujeres frente a un 66% de hombres. La COPE, por otra parte, aunque sigue teniendo más mujeres que hombres a la hora de cubrir las noticias, la proporción ha bajado desde 2001; 12 puntos de diferencia entre las dos fechas.

Aunque en la muestra de la temporada actual han resultado menos noticias que en la anterior, el número de personas mencionadas ha aumentado; pero, a pesar de ello, las cifras de representación de mujeres y hombres como mencionadas/os en los informativos de radio no ha variado en absoluto en los tres años: un 15% de mujeres mencionadas frente a un 85% de hombres.

2.1.2. Personas mencionadas, personas entrevistadas y tiempo hablado

2.1.2.1. Personas mencionadas

No todas las personas que intervienen en un acontecimiento que da lugar a una noticia tienen voz en los informativos. A muchas de ellas se las nombra porque de una u otra forma están relacionadas con la información que se cubre o, incluso, son protagonistas de la noticia, pero no se dispone de sus declaraciones¹²; esta es la tipología que hemos definido como personas mencionadas. Respecto a esta variable, las mujeres que se dedican a la política (entendida ésta desde todos los ángulos: políticas que trabajan en el Congreso, en organismos autonómicos, municipales, etc.; también mujeres que han sido elegidas dentro de sus propios partidos, etc.) son las más mencionadas. Más de una de cada tres mujeres mencionadas, trabaja en la política (un 5,7%).

Después de las políticas, les siguen las mujeres a las que no se las identifica (la llamada *vox populi*). A estas, las personas que han sido acusadas de haber cometido algún delito¹³, y a continuación, las autoras, pintoras, escritoras, actrices, etc. El 1,5% de mujeres militares o policías tiene todo el sentido en esta muestra¹⁴.

Si nos referimos a los hombres, también los políticos están sobrerrepresentados (casi uno de

¹¹ En este análisis queremos seguir utilizando el concepto de género en vez de sexo. Precisamente en una investigación que titulamos *Representación de género en los informativos de radio y televisión*, que analiza como variable explícita el diferente peso que tienen mujeres y hombres a la hora de elaborar información sobre los hombres y las mujeres, consideramos adecuada, y no pensamos que induzca a error, mantener el concepto "género" como variable, en vez de sexo. La Estrategia Marco comunitaria para la igualdad entre hombres y mujeres en vigor (2001-2005) o los planes de igualdad de oportunidades, hablan, efectivamente, de mujeres y hombres, y no de machos y hembras a quienes se tendrían que referir, en caso de que estuviesen hablando de personas en función del sexo. El género es la construcción cultural que nos hace a las hembras llegar a ser mujeres, y a los machos, hombres. El sexo hace mención a los atributos genitales por los que nacemos como machos y hembras.

¹² Elfriede Jelinek ganó el Nobel de Literatura, pero en ninguna emisora se puso un 'corte' de la nueva Premio Nobel. Lo mismo ocurrió con Wangari Mathai, Premio Nobel de la Paz.

¹³ En este caso toma importancia significativa la detención de varios activistas de ETA, entre ellos Soledad Iparraguirre, el 3 de octubre, acontecimiento al que se le dio toda la importancia, y que fue recogido en todas las cadenas de radio de varios días sucesivos (mientras que se registró su domicilio, se la trasladó a París para su interrogatorio, etc.).

¹⁴ Con la muerte de Silvia Nogaledo y Aurora Rodríguez, dos policías nacionales asesinadas por Pedro Jiménez García, un preso en permiso penitenciario.

Cuadro 2

Distribución (en %) de las personas mencionadas y entrevistadas, según género y profesión.
Todas las emisoras de radio

Profesión/Ocupación	Personas mencionadas		Personas entrevistadas	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Político/a	5,7 (3,5)	41 (38,4)	9,9 (4)	54,9 (49)
Profesión no declarada	2,3 (2,5)	2,9 (2,6)	3,8 (3)	4,4 (4)
Oficios cualificados, sindicalista	0	2,3	0,7	5,1
Funcionariado	0,6	3,7	0,7	3,1
Personal de ONG's	0,2	0,3	0,7	2,8
Personal sanitario	0,2	0,6	0,7	1,3
Empresaria, abogado, economista	0,1	2,5	0,5	2,1
Autores, escultoras, pintoras, etc.	1,6	7,9	0,3	0,8
Estudiante	0,1	0,1	0,3	0,2
Profesorado	0,1	0,2	0,2	1,6
Deportista, entrenador/a	0 (2,9)	10,4 (17,4)	0,2 (0)	1,2 (4)
Policia, militares	1,5	1,6	0	2,1
Científica/o, ingeniero/a, periodista	0,5	2,7	0	1,2
Agricultura, pesca, ganadería	0	0,2	0	0,7
Religioso/a	0	0,8	0	0,5
Pensionista, jubilado/a	0,1	0,3	0	0,2
Persona acusada cometer delito	1,7	7,6	0	0
Ama de casa	0,3	0	0	0
Personal del sector servicios	0	0,1	0	0
Desempleado/a	0	0	0	0
Total	15 (15)	85 (85)	18 (14)	82 (86)
Muestra	1.730 (1.664)		608 (502)	

(Las cifras entre paréntesis corresponden a los resultados de la temporada 2000-01).

cada dos hombres mencionados fue un político). A continuación les siguen los deportistas (futbolistas, en su inmensa mayoría –no hay que olvidar que en la muestra tomada tuvo lugar el “caso Luis Aragonés”¹⁵–). Quienes se dedican a las artes y la *vox populi*, además de los científicos y los empresarios, les siguen con más del 2,5%.

2.1.2.2. Personas entrevistadas

Los informativos de radio dedican recursos y tiempo, fundamentalmente, a la Política, con una diferencia significativa respecto al resto de tematizaciones: Sanidad, Educación, Empleo y otras; este hecho se puede observar siguiendo las intervenciones de las personas entrevistadas. Respecto a las entrevistadas, es decir, aquellas mujeres a las que se les ha dado –o se ha recogido– su voz, son mayoritariamente, también, las mujeres que trabajan en la política (una de cada dos mujeres entrevis-

¹⁵ La expresión racista “Dígale a ese negro de mierda que Vd. es mejor que él...” que el entrenador de la Selección Nacional de Fútbol, Luis Aragonés, dedicó al considerado por la FIFA, en diciembre de 2004, como segundo mejor futbolista mundial, Thierry Henry, tuvo gran eco en los informativos nacionales y europeos en la primera semana de muestra (4 al 8 de octubre).

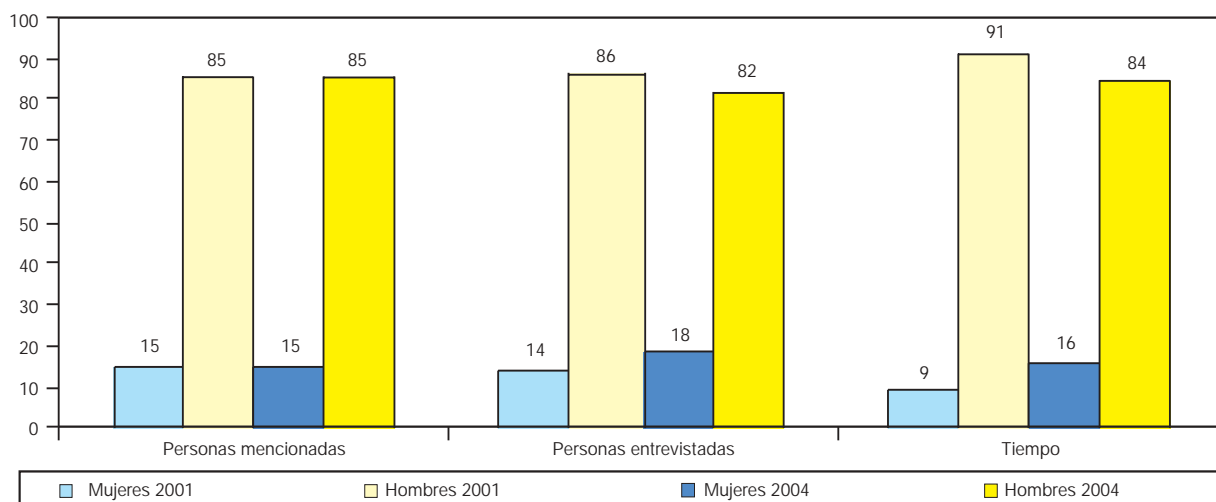
tadas, fue una política; 60 en números absolutos). Les siguen la *vox populi*, (con un 3,8% del total de personas entrevistadas); las funcionarias, mujeres que trabajan en las ONG's, etc. Sin embargo, en números absolutos conseguiríamos cifras insignificantes si consideráramos menos de ese 0,7% que suponen 4 mujeres en números absolutos. Por eso podemos concluir que básicamente la voz femenina que se oye (78%) en los informativos es de una política o de una mujer no identificada por su profesión¹⁶.

Respecto a los hombres la situación es muy parecida en términos relativos, en la medida en que de 608 personas que hablaron, 334 eran políticos¹⁷ y un 4,4% hombres de los que no se citaba su profesión (27 hombres en números absolutos); podemos concluir, también, que la voz masculina que se oyó en los informativos de radio fue la de los políticos y la de aquellos vecinos o viandantes a los que se les colocó el micrófono delante de su boca para que informaran u opinaran sobre algún acontecimiento reciente.

2.1.2.2.1. Comparación de resultados entre las temporadas (2000-01) y (2004-05)

Si comparamos los resultados en cuanto a las personas mencionadas, no hay diferencias entre las dos temporadas (15% de mujeres y 85% de hombres). En números absolutos fueron en la primera temporada 1.664 personas mencionadas y en la actual, 1.730. La diferencia más importante se refiere al aumento de las políticas mencionadas (del 3,5% pasan al 5,7%), debido, fundamentalmente, a las políticas correctoras de acción positiva por una parte, y a la necesidad de adaptar la representatividad de los partidos, por otra; estas políticas que han introducido un número mayor de mujeres en determinadas instituciones públicas, comenzando por el Gobierno, se manifiestan como positivas para, como vemos, elaborar significados culturales que combatan la estereotipación y la infra-representación de las mujeres.

Gráfico 1
Personas mencionadas, personas entrevistadas y tiempo.
formativos de radio



Por otra parte, se mantiene en una proporción similar la representación de las mujeres como *vox populi* (2,5% al 2,3% actual); y desaparecen, en esta muestra, las deportistas mencionadas (2,9%). Los políticos también aumentan ligeramente su presencia (de 38,4% al 41%) y también bajan los deportistas (17,4% al 10,4%).

¹⁶ Que, generalmente, se les pide un testimonio sobre algún hecho, por ejemplo, en esta muestra sobre violencia de género: vecinas de las policías, o de las mujeres que fueron asesinadas.

¹⁷ Ya hemos aclarado que cuando hablamos de políticos nos referimos sólo a los hombres que trabajan en la política.

Respecto a las personas entrevistadas es en donde las cifras varían significativamente en las dos temporadas. En los informativos radiofónicos se entrevistaron a más mujeres¹⁸ que en la temporada anterior –casi 4 puntos de diferencia–. Si hablamos en términos absolutos, mientras que en la primera temporada se recogieron declaraciones de 68 políticas, en la temporada actual la cifra sube hasta 108 (la categoría que más incremento ha experimentado fue precisamente en esta categoría, en las mujeres que trabajan en la política).

2.1.2.3. Personas entrevistadas y tiempo hablado

Uno de los resultados que se encontraron en el Primer Informe era la desproporción entre los porcentajes de mujeres entrevistadas (14%) y el tiempo que estas mujeres hablaban (9%). En el estudio actual ha disminuido esta desproporción en tres puntos porcentuales, ya que en la temporada actual el porcentaje de mujeres entrevistadas es del 18% y el tiempo ha subido hasta el 16%.

Es decir, en la primera temporada las mujeres no solamente hablaban muchas menos veces que los hombres, sino que el tiempo que duraban esas intervenciones era también menor respecto al de los hombres. En la temporada actual no ocurre lo mismo: como vemos en el Cuadro 3, en la fila señalada en azul, no existe una desproporción significativa entre la columna dos y la cuatro (15,2% vs.

Cuadro 3
Distribución (en %) de personas entrevistadas y tiempo hablado, por profesión y género

Profesión/Ocupación	Personas entrevistadas		Tiempo hablado		Diferencia
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	
Estudiante	66,7	33,3	32	68	-34,8
Personal sanitario	33,3	66,7	11	89	-22,3
Autores, escultoras, pintoras, etc.	28,6	71,4	13	87	-15,2
Profesión no declarada	46 (44,7)	54 (55,3)	34 (35,9)	66 (64,1)	-11,6 (-8,9)
Personal de ONG's	19	81	13	87	-6
Funcionariado	17,4	82,6	12	88	-5,4
Deportista, entrenador/a	12,5	87,5	8	92	-4,1
Empresaria, abogado, economista	18,8	81,3	16	84	-3,1
Oficios cualificados, sindicalista	11,4	88,6	11	89	-0,7
Policía, militares	0	100	0	100	0
Religioso/a	0	100	0	100	0
Científica/o, ingeniero/a, periodista	0	100	0	100	0
Personal del sector servicios	0	0	0	0	0
Agricultura, pesca, ganadería	0	100	0	100	0
Ama de casa	0	0	0	0	0
Pensionista, jubilado/a	0	100	0	100	0
Desempleado/a	0	0	0	0	0
Persona acusada cometer delito	0	0	0	0	0
Político/a	15,2 (8,2)	84,8 (91,8)	16 (5,8)	84 (94,2)	0,4 (-2,4)
Profesorado	9,1	90,9	32	68	23,2

(Las cifras entre paréntesis corresponden a los resultados de la temporada 2000-01).

¹⁸ Sin embargo la proporción de mujeres entrevistadas respecto al total de personas es significativamente mayor, al 90% de nivel de confianza, que la proporción del tiempo hablado por las mujeres respecto al tiempo total utilizado por las personas entrevistadas.

16%); esta categoría de quienes trabajan en la política determina la afirmación que recogemos al comienzo de ese párrafo, debido al peso específico del colectivo de personas entrevistadas que trabajan en la política (54,9% de políticos y 9,9% de políticas) (véase el Cuadro 2).

2.1.3. La representación de género según profesión/ocupación

"La institución de los medios de comunicación está comprometida con la producción, reproducción y distribución del conocimiento [...]. Este conocimiento nos capacita para encontrar sentido en la experiencia, da forma a nuestras percepciones y contribuye al almacenamiento del conocimiento del pasado y a la continuidad de la comprensión presente"¹⁹.

El Cuadro 4, ordenado, decrecientemente en función de la representación alcanzada por las mujeres entrevistadas, nos muestra lo que se detecta tan claramente en el Gráfico 2, mayoritariamente, comparando a las mujeres y hombres entrevistados en los informativos de radio: son los hombres los que alcanzan la máxima representación en casi todas las profesiones. Vemos que sólo en el caso del estudiante, las estudiantes son elegidas en mayor proporción que sus compañeros (un 67% frente a un 33%)²⁰.

Si consideramos el resto de las profesiones, los hombres adquieren mayor representación como personas entrevistadas en los informativos de radio de mediodía.

Cuadro 4

Distribución (en %) de las personas entrevistadas en los informativos de radio, según género y profesión. Todas las cadenas de radio

Profesión/Ocupación	Mujeres	Hombres	Base
Estudiante	67	33	3
Profesión no declarada	46	54	50
Personal sanitario	33	67	12
Autores, escultoras, pintoras, etc	29	71	7
Personal de ONG's	19	81	21
Empresario/a, abogado/a, economista	19	81	16
Funcionariado	17	83	23
Político/a	15	85	394
Deportista, entrenador	12,5	87,5	8
Oficios cualificados, sindicalista	11	89	35
Profesorado	9	91	11
Policía, militares	0	100	13
Religioso/a	0	100	3
Científica/o, ingeniero/a, periodista	0	100	7
Personal del sector servicios	0	0	0
Agricultura, pesca, ganadería	0	100	4
Ama de casa	0	0	0
Pensionista, jubilado/a	0	100	1
Desempleado/a	0	0	0
Persona acusada cometer un delito	0	0	0

¹⁹ McQuail, Denis. *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona, Ediciones Paidós. 1991; (pp. 77-78).

²⁰ No obstante, es preciso señalar que, como vemos en el Cuadro 4, sobre la base de que han sido tres estudiantes a quienes se entrevistó, ese 67% nos habla, en valores absolutos, de dos chicas y un chico.

Como venimos señalando, quienes se dedican a la política y la *vox populi* son las personas más entrevistadas en los informativos de radio; la diferencia entre las políticas entrevistadas y los políticos que hablaron es muy significativa (15% ellas, 85% ellos), sin embargo, lo que llama la atención son las personas sin profesión declarada. De un total de 50 personas, en números absolutos, se recogen las impresiones de forma mucho más equilibrada, pero en cualquier caso, con una diferencia de 8 puntos a favor de los hombres que no fueron identificados. Vemos que la reflexión que se hacen muchos periodistas y también periodistas, de que no eligen a más mujeres porque no hay tantas profesionales, expertas, catedráticas, etc. como sus compañeros, no se sostiene, ya que cuando se trata de personas que han estado cerca de la noticia y de quienes se necesita su testimonio, aunque hay mayor equilibrio, siguen primando la voz masculina.

2.1.3.1. Comparación de resultados entre las temporadas (2000-01) y (2004-05)

En la primera temporada eran las amas de casa quienes conseguían el mayor ranking de representación en cuanto al género, con el 100% de todas las personas entrevistadas según esta profesión (4, en números absolutos). A las amas de casa les seguían las estudiantes con el 90%. En la temporada actual son únicamente las estudiantes quienes alcanzan una mayor representación en cuanto a personas entrevistadas.

Las personas no identificadas guardan cierto equilibrio en las dos temporadas (45%-55% en la primera, frente al 46-54 en esta segunda). Aumenta la representación de entrevistadas respecto a entrevistados como personal sanitario (33%-67% en esta segunda temporada, frente al 17%-83% de la anterior) sobre la misma base (12 personas). También aumentan las cifras si nos atenemos a la categoría Empresarias, abogados, economistas: en 2000-01 sobre la base de 27 personas entrevistadas, todos eran empresarios (o abogados o economistas); en la temporada presente, aunque baja la base a 16 personas entrevistadas, las mujeres de esta tipología ascienden hasta el 19% (los hombres, el 81%). En la muestra elegida se ha entrevistado a más funcionarias que hace cuatro años y como ya se ha destacado, el mayor aumento se produce en cuanto a la profesión política (8%-92% en la primera temporada, frente al 15%-85% actual).

Pero también es cierto que desde el año 2003 las cifras de representación de las mujeres elegidas para distintos cargos son muy superiores a esa proporción representada en los informativos de radio (15% de políticas frente al 85% de políticos) como pasamos a ver. Según los últimos datos²¹ en el Gobierno actual hay un 50% de ministras; en los gobiernos autonómicos, un 29% de consejeras y una Presidenta de Comunidad Autónoma²²; en el Congreso, un 36% de diputadas y en el Senado, un 25% de senadoras. Por último, en los Parlamentos Autonómicos hay un 36% de parlamentarias y las comisarias europeas actualmente constituyen el 25% de la Comisión Europea. Creemos pertinente la recomendación a los medios de comunicación recogida en la Estrategia Marco de la Unión Europea sobre la Igualdad entre Hombres y Mujeres (2001-2005): *“Sin menoscabo de su libertad de expresión, y en su calidad de formadores de opinión e instrumentos para modelar valores, los medios de comunicación y la industria de la cultura deben contribuir a cambiar los estereotipos sexistas existentes en la percepción pública y a presentar una imagen objetiva de los hombres y las mujeres”*. Presentar una imagen objetiva de los hombres y las mujeres significa representar la situación alcanzada por las mujeres en el espacio público, libre de estereotipos, prácticas redaccionales y valores profesionales que las reduzcan a estar presentes sólo en el 18% de quienes son sujeto de la información radiofónica.

2.1.4. Diversificación de la representación por profesiones de las personas entrevistadas. Datos globales de todas las cadenas de radio

Los organismos internacionales que promueven políticas de igualdad de oportunidades hacia las mujeres para hacer frente a la discriminación positiva que tradicionalmente se viene ejerciendo hacia los hombres, aconsejan a los gobiernos y a los medios de comunicación que amplíen el campo de

²¹ *Mujeres en cifras*. Instituto de la Mujer. Ministerio de Trabajo y AA.SS. Diciembre 2004.

²² Que, precisamente, fue noticia en la muestra analizada. Esperanza Aguirre se presentó a la candidatura para la presidencia del PP en la Comunidad de Madrid. Manuel Cobo presentó, también, su candidatura, lo que dio lugar a un desencuentro en las filas del PP que fue recogido muy ampliamente por los informativos de radio en varios días de la muestra.

representación de las mujeres. Con la construcción más diversa de modelos de identificación en los medios de comunicación, se cree que se conseguirá avanzar, en la práctica, en el camino de la igualdad entre mujeres y hombres. En los cuadros 5 y 7 vamos a detectar la amplitud del campo de representación, de mujeres y hombres en los informativos de radio y las diferencias entre las personas que hablan y las que son mencionadas.

En el Cuadro 5 podemos ver que de las veinte profesiones que se contemplan para las personas que han intervenido como entrevistadas en los informativos de mediodía de radio, las mujeres están representadas en once categorías, mientras que los hombres lo están en 16 categorías (en todas, excepto como amos de casa, desempleados, quien haya cometido un delito y no se conozca su profesión y el personal del sector servicios).

Un aspecto sobre el que queremos llamar la atención se refiere a la fila 2 del Cuadro 5: "Profesión no declarada". Podemos ver que de cada cinco entrevistadas, una ha sido una mujer de quien no se conoce su profesión. Las normas de codificación que seguimos nos obligan a introducir el dato concreto de una profesión, solamente, si así se expresa en el informativo de radio o en los títulos de televisión. Pero, ¿cuál es la práctica habitual en los informativos de radio? Que, aunque diligentemente en todos los informativos se dice el nombre y la profesión o el cargo que ocupa cualquier persona que se dedica a la Política, por ejemplo, "José Luis Alonso, Ministro del Interior" o "Esperanza Aguirre, Presidenta de la Comunidad de Madrid" o tiene una profesión reconocida socialmente: psicóloga, abogado o empresario, esta práctica desaparece cuando se trata de personas que la profesión periodística cree que no tienen relevancia. Efectivamente, una ministra es un personaje más notorio que

Cuadro 5
Distribución (en %) de las profesiones de las personas entrevistadas
atendiendo a la variable género.
Todas las cadenas de radio.

Profesión/Ocupación	Mujeres	Hombres
Político/a	56	67
Profesión no declarada	21	5
Funcionariado	4	4
Personal de ONG's	4	3
Personal sanitario	4	2
Oficios cualificados, sindicalista	4	6
Empresario/a, abogado/a, economista	3	3
Autores, escultoras, pintoras, etc	2	1
Estudiante	2	0,2
Profesorado	1	2
Deportista, entrenador/a	1	1
Policía, militares	0	3
Religioso/a	0	1
Científica/o, ingeniero/a, periodista	0	1
Personal del sector servicios	0	0
Agricultura, pesca, ganadería	0	1
Ama de casa	0	0
Pensionista, jubilado/a	0	0,2
Desempleado/a	0	0
Persona acusada cometer un delito	0	0
Total	100	100
Muestra	108	500

una vecina o un vecino a quien se le pone el micrófono delante para recoger una información que interesa a la emisora, pero no identificar a la persona que ha hablado, ni siquiera con el nombre y apellidos, creemos que es una descortesía que debería revisarse. Como vemos en esta investigación, prácticamente nadie identifica a las muchas mujeres (vemos que un 21% de todas las entrevistadas –Cuadro 5–) a quienes se les pregunta si vieron algo raro en el segundo derecha la mañana del incendio... o se pide un testimonio a un familiar de una víctima que, se supone, interesa a la audiencia²³. Si es así, en la información debería recogerse no sólo ‘qué dijo’ sino ‘quién lo dijo’.

Lógicamente, las cadenas que más participación dan al ciudadano o ciudadana común²⁴ son las que utilizan más esta práctica no identificatoria; pero, aunque RNE (16% de entrevistadas sin profesión), la SER, 14% y la COPE, 13% obtengan resultados absolutos más bajos que Onda Cero (34%), son cifras importantes consideradas relativamente respecto al total de mujeres entrevistadas.

2.1.4.1. Comparación de resultados entre las temporadas (2000-01) y (2004-05)

“La estabilidad del contenido de las noticias suele resultar muy llamativa y presta bastante apoyo a quienes sostienen que el contenido de las noticias está en buena parte determinado por toda una gama de limitaciones exteriores, políticas, ideológicas y culturales, así como por las exigencias internas, técnicas y organizativas”²⁵.

Los datos sobre la sobrerrepresentación de mujeres entrevistadas sin identificación de profesión recogían aún cifras más altas (cuatro puntos más) en la temporada 2000-01, en donde una de cada cuatro mujeres pertenecía a esta tipología. La cifra de los hombres entrevistados, esos ciudadanos anónimos que no son identificados, coincide en las dos muestras: el 5%. Si comparamos cifras absolutas, vemos que en 2000-01 a 17 mujeres no se las identificó con su profesión, mientras que los hombres fueron 22; pero el diferente significado que tiene esta falta de identificación en cuanto a la profesión, para las mujeres y los hombres, resulta de considerar el resto de personas, mujeres y hombres, a quienes sí se identificó: 412 hombres frente a 51 mujeres. Concluimos, en las dos muestras tomadas con una diferencia de cuatro años, se mantienen las rutinas e ideología profesional y los valores noticiales que tienden a sobrerrepresentar a mujeres con profesiones (o sin ellas) no valoradas socialmente, mientras que este no es el caso de las representaciones de los hombres.

Si hacemos un análisis global de las cifras (Cuadro 5), las mujeres fueron entrevistadas en la primera temporada sólo en diez de las 20 profesiones establecidas; en la temporada actual ganan representación (11 profesiones). Los hombres pierden representación en una categoría.

Si trascendemos las diferencias de género creemos que es pertinente señalar que la sobrerrepresentación de personas dedicadas a la política, que se manifiesta en los informativos de radio promueve la invisibilidad de hombres y mujeres de otros colectivos sociales importantes como son las personas desempleadas²⁶, personas que trabajan en el sector servicios (es significativa la prácticamente ausencia de este colectivo: gente que trabaja en cualquier oficio y no ejerce labores directivas, dependientes de tiendas, personal de restaurantes, hoteles etc.; además de las amas de casa²⁷ y las personas que se dedican a la agricultura, pesca y ganadería. Las fuentes sobrerrepresentadas se sitúan en los escaños del poder político.

²³ Creemos que no es suficiente el “según nos ha informado una tía de la víctima”, sino su identificación con nombre y apellidos, y profesión.

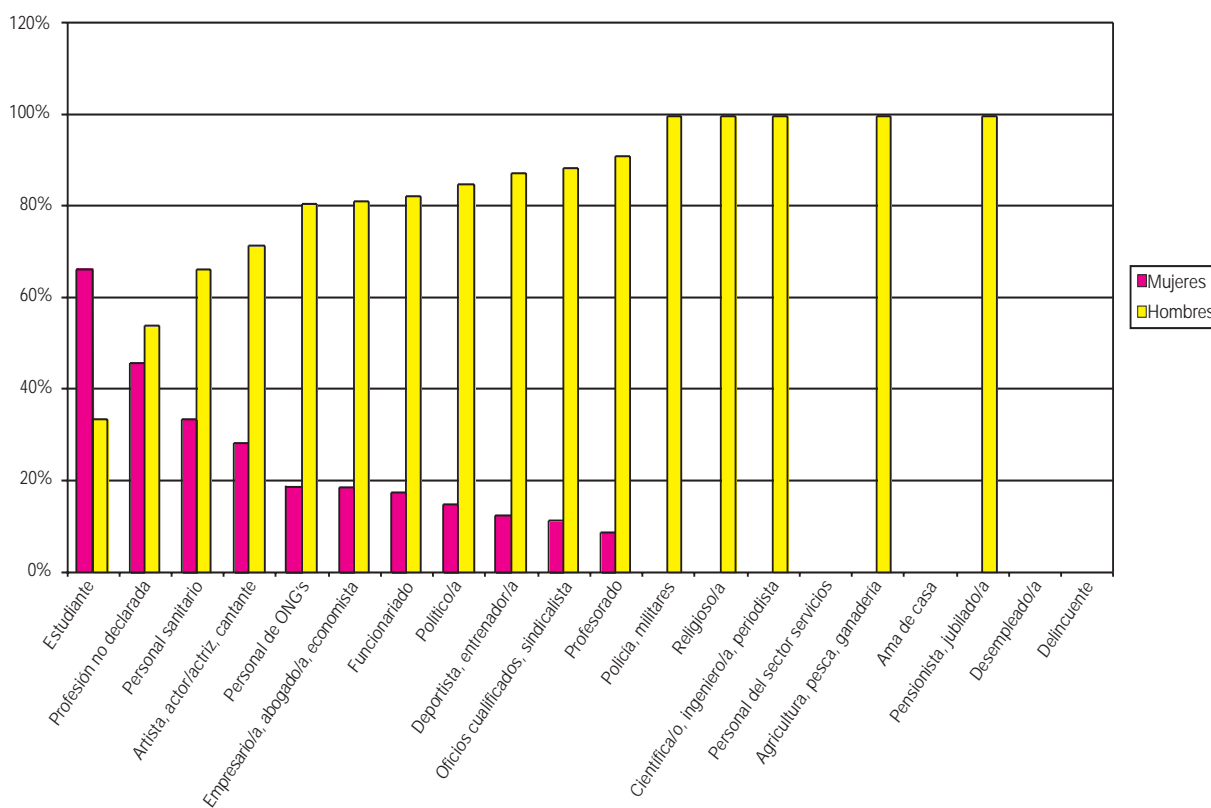
²⁴ Onda Cero desarrolla más esta práctica que el resto de las cadenas de radio como se ve en la fila segunda del Cuadro 7: De 38 entrevistadas, 13 fueron mujeres de las que no se recoge su profesión, un 34% del total de mujeres entrevistadas, y que opinaron desde qué les parecía el problema de la industria del calzado en Elche, hasta sobre el desfile del Día de la Hispanidad.

²⁵ *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Denis McQuail; (pp. 268).

²⁶ En la muestra analizada se recoge la siguiente noticia: “Las 20.023 personas que engrosaron el paro en septiembre son mujeres”. Sin embargo, ninguna emisora de radio recogió ningún testimonio ni opinión de ninguna mujer desempleada (aunque en RNE sí entrevistó a la responsable de empleo de CC.OO).

²⁷ Es plausible admitir que muchas amas de casa han sido “escondidas” tras la variable “profesión no declarada” (vecinas que ofrecen breves testimonios u opiniones sobre algún hecho que se ha producido cerca de su vivienda, lugar de trabajo, etc.).

Gráfico 2
Mujeres y hombres entrevistados (en %). Informativos de radio



2.1.5. La representación de género de las personas entrevistadas según profesión/ocupación, por cadenas de radio

El Cuadro 6 recoge las diferencias en la representación de género de las personas entrevistadas en las cuatro cadenas que hemos analizado: RNE, SER, Onda Cero y la COPE. La primera conclusión que sacamos se refiere a la escasa variedad de categorías profesionales haciendo un análisis individual de cada una de las cadenas. RNE, con 8 profesiones distintas es quien contempla mayor variedad (recordemos que las posibilidades eran 20 categorías: en este informativo hablan políticas, *vox populi*, personal sanitario, sindicalistas, funcionarias, personal de ONG's, profesoras y autoras). Ni una sola abogada, empresaria o economista; ni científica, ingeniera o periodista; ni deportista alguna, por citar algunas de las profesiones que se contemplan. Cuantitativamente hablando, las demás cadenas reducen aún más el abanico de mujeres que hablan en sus informativos de mediodía; tanto la SER, como la COPE y Onda Cero, reducen a 6 las categorías que contemplamos como profesión/ocupación. Todas las cadenas dan voz a mujeres de la Política, de Profesión no declarada y aquellas que trabajan en ONG's.

¿Qué ocurre con los hombres? Tomadas también las cadenas de forma individual, reducen la presencia de la voz masculina en la siguiente proporción: RNE, a 13 (de las 20 contempladas); Onda Cero, a 14; la COPE a 11; y finalmente, la SER, a 10.

Si establecemos comparaciones entre las cuatro cadenas de radio respecto a las mujeres entrevistadas, en números absolutos, vemos que Onda Cero es la cadena que más mujeres entrevista (38 en total, de las cuales un 26% (13) son ciudadanas anónimas. Le sigue RNE, con 32 entrevistadas y un 16% de mujeres sin identificación. A continuación está la SER, con 22 y, por último, la COPE, con 16 mujeres entrevistadas.

Cuadro 6
Distribución (en %) de las personas entrevistadas en los informativos de radio por profesiones, según género y cadena.

Profesión/Ocupación	RNE		SER		ONDA CERO		COPE	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Político/a	59	67	64	74	47	63	56	67
Profesión no declarada	16	2	14	2	34	11	13	3
Oficios cualificados, sindicalista	6	8	5	4	0	6	6	4
Personal sanitario	6	2	0	1	5	2	0	0
Personal de ONG's	3	4	5	5	3	3	6	1
Funcionariado	3	2	0	7	8	2	0	7
Profesorado	3	2	0	3	0	1	0	3
Autores, escultoras, pintoras, etc	3	1	0	0	0	0	6	4
Empresario/a, abogado/a, economista	0	2	14	0	0	4	0	4
Policía, militares	0	4	0	0	0	4	0	1
Religioso/a	0	0	0	0	0	1	0	3
Científica/o, ingeniero/a, periodista	0	2	0	1	0	1	0	3
Personal del sector servicios	0	0	0	0	0	0	0	0
Agricultura, pesca, ganadería	0	1	0	0	0	2	0	0
Deportista, entrenador/a	0	2	0	1	3	1	0	0
Ama de casa	0	0	0	0	0	0	0	0
Estudiante	0	0	0	0	0	1	13	0
Pensionista, jubilado/a	0	0	0	1	0	0	0	0
Desempleado/a	0	0	0	0	0	0	0	0
Persona acusada cometer un delito	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	100	100	100	100	100	100	100	100
Muestra	32	166	22	92	38	170	16	72

2.1.5.1. Comparación de resultados entre las temporadas (2000-01) y (2004-05)

En los resultados de la investigación de la primera temporada prácticamente no hay diferencias en los hallazgos respecto a la diversificación de profesiones/ocupaciones en la representación de las mujeres entrevistadas. RNE también en la primera temporada invitó a hablar a mujeres de 8 profesiones distintas; la SER, a 5 –una menos que en la actualidad–; Onda Cero no ha variado y la COPE aumenta de 4 a 6 las profesiones en las que las mujeres son entrevistadas en los micrófonos de la cadena.

En donde se observa una tendencia general es en el incremento del número de mujeres entrevistadas. Ya sabemos que el porcentaje de mujeres que han sido entrevistadas subió desde el 14% en la temporada 2000-01 al 18% en la muestra actual. En números absolutos, esta cifra significa que RNE entrevistó a 10 mujeres más (22-32); la SER duplica la cifra (11-22); Onda Cero aumenta también en 10 el número de mujeres entrevistadas (28-38) y la COPE hace más que duplicar el número de mujeres entrevistadas (pasa de 7 a 16).

Con esta última cifra queremos quedarnos para volver a señalar, una vez más, cómo el sexo/género de la persona que dirige y conduce el informativo, y que decide poner un corte o no, no es condición suficiente para que aumente o disminuya la representación de mujeres como personas

entrevistadas²⁸. En el caso de la COPE, ya habíamos señalado en el informe de la temporada anterior que Mediodía, el informativo de dicha cadena, era el que menos voz había dado a las mujeres, aunque estaba dirigido y conducido por una mujer, y aunque la proporción de mujeres que cubrieron las noticias, respecto a los hombres, era significativamente mayor que en otras cadenas (69% de mujeres, frente al 31% de hombres) en las que hubo mayor representación de entrevistadas que en la COPE. En la temporada actual, es el jefe de Informativos quien conduce y dirige Mediodía, y ha aumentado significativamente el número de mujeres entrevistadas en esta temporada; la misma tendencia se observa en las personas que cubrieron las noticias en la muestra tomada esta temporada, aunque bajó 12 puntos la proporción de mujeres que cubrieron noticias (pasaron del 69% al 57%) y aumentaron los hombres en la misma proporción, hasta llegar a cubrir un 43% de las noticias, aumentó el número de mujeres entrevistadas en la COPE (7 en la primera temporada; 16 en la actual) –aunque las cifras absolutas no sean significativas–.

En las dos temporadas analizadas (2000-01) y (2004-05) para el estudio de la representación de género coinciden tres de las 20 categorías de profesión/ocupación representadas en las cuatro cadenas: las políticas, las mujeres de las que no se informó de su profesión y el personal de las ONG's.

2.1.6. Diversificación de la representación por profesiones de las personas mencionadas

Cuadro 7
Distribución (en %) de las personas mencionadas según profesión y género

Profesión/Ocupación	Mujeres	Hombres
Político/a	38,5	48,2
Profesión no declarada	15,2	3,4
Persona acusada de cometer un delito	11,7	9
Autores, escultoras, pintoras, etc.	10,5	9,3
Policía, militares	10,1	1,9
Funcionariado	3,9	4,3
Científica/o, ingeniero/a, periodista	3,5	3,1
Ama de casa	1,9	0
Personal de ONG's	1,2	0,3
Personal sanitario	1,2	0,7
Empresario/a, abogado/a, economista	0,8	3
Estudiante	0,8	0,1
Profesorado	0,4	0,3
Pensionista, jubilado/a	0,4	0,3
Religioso/a	0	0,9
Personal del sector servicios	0	0,1
Oficios cualificados, sindicalista	0	2,6
Agricultura, pesca, ganadería	0	0,2
Deportista, entrenador/a	0	12,2
Desempleado/a	0	0
Total	100	100
Muestra	257	1.473

²⁸ Es también, la misma conclusión que se sacó en el estudio Telediario y género: la presencia de la mujer en los telediarios, de Jordi Farré, Enric Saperas y Vicenç Navarro (1998). (www.iua.upf.es/formats/formats2/far_e.htm).

La representación en el Cuadro 7 aumenta respecto a la diversidad de profesiones que tienen las mujeres mencionadas; así, en este caso son catorce profesiones distintas (aparecen, con una representación importante, mujeres policías –un 10,1% del total de mujeres mencionadas– que, como se verá en el apartado sobre Víctimas, recoge la sobrerrepresentación que causó el asesinato de dos mujeres policías en Hospitalet). Los hombres están representados, como mencionados, también en una mayor proporción que los entrevistados, y lo hacen en 18 de las 20 categorías establecidas (en todas, excepto como amo de casa y como desempleado).

Las mujeres mencionadas (y no entrevistadas) cuya profesión no se conoce, recogen a un colectivo importante (el 15,2% del total de mujeres mencionadas) y también muy heterogéneo, pero dentro del cual tiene importancia numérica las mujeres víctimas de la violencia masculina²⁹. (Tampoco es habitual que la información radiofónica recoja en estos casos, ni la profesión de la víctima, ni la del asesino³⁰).

También el Cuadro 7 nos informa de la alta proporción de mujeres tipificadas en la codificación como “acusadas de haber cometido algún delito”; en este caso hay que considerar que en la fecha en que se tomó la muestra tuvo lugar la detención de varias personas³¹ acusadas de su pertenencia a ETA, que tuvo gran eco mediático durante toda la semana que siguió a su detención.

Cuadro 8

Distribución (en %) de las personas mencionadas en los informativos de radio por profesiones, según género y cadena.

Profesión/Ocupación	RNE		SER		ONDA CERO		COPE	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Político/a	27	38	47	61	37	48	56	55
Autores, escultoras, pintoras, etc.	20	20	6	1	5	2	8	9
Persona acusada cometer un delito	15	8	8	10	11	8	11	11
Profesión no declarada	13	3	17	3	20	4	6	3
Policia, militares	9	1	11	3	12	2	6	3
Funcionariado	6	6	6	3	2	4	0	3
Personal sanitario	4	1	0	1	0	1	0	0
Científica/o, ingeniero/a, periodista	2	2	2	1	7	4	0	5
Profesorado	1	0	0	0	0	1	0	0
Estudiante	1	0	2	0	0	0	0	0
Pensionista, jubilado/a	1	1	0	0	0	0	0	0
Personal de ONG's	0	0	0	0	1	1	6	0
Religioso/a	0	0	0	0	0	1	0	2
Empresaria, abogado, economista	0	2	0	4	1	2	3	4
Personal del sector servicios	0	0	0	0	0	0	0	0
Oficios cualificados, sindicalista	0	4	0	2	0	2	0	4
Agricultura, pesca, ganadería	0	0	0	0	0	0	0	0
Deportista, entrenador/a	0	13	0	10	0	19	0	0
Ama de casa	0	0	2	0	2	0	6	0
Desempleado/a	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	100	100	100	100	100	100	100	100
Muestra	85	522	53	249	83	451	36	251

²⁹ Como veremos con más detalle posteriormente, en la semana del 4 al 8 de octubre, primera de la muestra en radio, seis hombres asesinaron a otras tantas mujeres y otros dos más comparecieron en el juicio que los juzgaba por haber asesinado a sus compañeras. En la segunda semana de muestra, Antonio G.I. asesinó en Baracaldo a su hermana; un hombre tiró por la ventana a su sobrina, de 15 años, que murió, y Joungkuan H., de 48 años, mató a su esposa; además, en Huelva, otro hombre mató a la mujer con quien convivía.

³⁰ Aunque en el caso del asesino cuya profesión no se da a conocer, figurará, en esta investigación, como delincuente (que hemos preferido llamar “persona acusada de cometer un delito”).

³¹ El domingo, 3 de octubre de 2004.

2.1.6.1. Comparación de resultados entre las temporadas (2000-01) y (2004-05)

Si establecemos la comparación entre las personas mencionadas y las profesiones que representan, podemos ver que en la temporada 2000-01 las mujeres fueron mencionadas en 14 de las 20 profesiones; la misma cifra se halla en los resultados de la temporada actual. Los hombres, en cambio, ganan representación en la temporada actual (18 profesiones), frente a la de la primera temporada (17 profesiones).

2.1.7. La representación de género de las personas mencionadas según profesión/ocupación, por cadenas de radio

Como vemos en el Cuadro 8, tanto la COPE³² como la SER alcanzan cotas muy altas de representación de las mujeres que trabajan en la política (un 56% y un 47%, respectivamente). Lo mismo ocurre con los políticos (la SER, con un 61% del total de menciones y la COPE con un 55%). RNE es quien más equilibra la representación de las mujeres mencionadas (un 20% del total de mujeres mencionadas fueron escritoras, escultoras, pintoras, etc., además de un 27% de políticas). Las mujeres fueron protagonistas o se las mencionó en RNE en 11 de las 20 profesiones posibles; en Onda Cero y en la SER, en 9 y la COPE, en 8. Como también se comprueba en otros estudios de los informativos de televisión³³ en las cadenas privadas, en general, se dedica más tiempo y recursos a temas de los llamados sucesos, que en las cadenas públicas (en nuestra muestra, RNE).

2.1.8. Presencia de las mujeres y los hombres, según los temas tratados en las noticias. Temas blandos y temas duros

En este apartado vamos a analizar los resultados del estudio atendiendo a la variable 'tematización' es decir, considerando los temas de que tratan las noticias, y a partir de ellos, analizar la representación de las mujeres y hombres como sujeto y objeto de la información (Hemos ordenado el Cuadro 9 en función de las mujeres mencionadas, en orden decreciente).

La investigación de los años ochenta y principios de los noventa señalaba que, mayoritariamente, las periodistas cubrían los asuntos que se consideraban más relacionados con las mujeres: Educación, Cultura, Medio Ambiente, Salud, etc., mientras que los periodistas cubrían los llamados temas duros.

En una primera aproximación queremos señalar qué ocurre en los informativos de radio. Es decir, el tipo de noticias que cubren las y los periodistas. Otra forma de ver los llamados sectores 'duros' y 'blandos' de las noticias se refieren a aquellos temas sobre los que, quienes dirigen los informativos han establecido la prioridad para ser publicitados. Para hoy, y en nuestro país, hablaríamos de temas duros al hablar de política, terrorismo, juicios y temas legales, defensa nacional, economía además de guerras como la guerra en Irak, etc. Si hablamos de temas 'blandos' nos referimos a aquellos asuntos que, aunque afecten a la vida diaria de todas las personas, a veces en mayor grado que los considerados como temas 'duros', sin embargo, los valores noticiales no los tienen en cuenta, y 'se caen' de las noticias en cualquier momento, y por supuesto, antes que los temas que acabamos de señalar. Si no hay tiempo en el informativo, antes dejará de radiarse una noticia de Educación (la opinión del profesorado ante un plan de estudios, por ejemplo) que una noticia sobre política.

¿Cubren las periodistas, mayoritariamente, los temas blandos, y los periodistas los temas duros como recogía el resultado de investigaciones pasadas? No. Y en primer lugar tenemos que señalar el argumento de que dado que los informativos de radio privilegian absolutamente la Política, es necesario que las periodistas también cubran este tema ya que hoy, como hemos visto, hay equilibrio en la mayoría de las redacciones entre mujeres y hombres. Y así vemos que ocurre en la práctica; el Cuadro 9 nos muestra cómo los asuntos de Política los cubrieron mujeres y hombres periodistas en

³² De 36 mujeres mencionadas en esta cadena, 20 fueron políticas.

³³ Farré, Saperas y Navarro.

Cuadro 9

Distribución (en %) de los temas según género de las/os periodistas y personas mencionadas.
Todas las cadenas de radio

Temas	Periodistas		Personas mencionadas	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Delitos, juicios, asuntos legales	9	11	30	8
Política, gobierno, elecciones, legislación	32	26	25	36
Cultura y entretenimiento	6	10	15	10
Guerra, guerra civil, terrorismo	12	7	9	13
Defensa nacional, gastos militares	3	3	5	6
Vida social: nacimientos, celebraciones	1	1	5	3
Economía, negocios, comercio	9	6	2	2
Pobreza, vivienda, desempleo	2	0	2	0
Ciencia	0	1	2	1
Temas laborales, negociaciones, huelgas	5	3	1	2
Salud, medicina	4	3	1	1
Medio ambiente	1	1	1	0
Derechos humanos	1	0	1	0
Religión	1	1	1	1
Deportes	7	21	0	14
Educación	2	1	0	0
Crisis internacionales, refugiados	2	2	0	2
Accidentes, tragedias, terremotos	1	0	0	0
Manifestaciones, concentraciones, disturbios	0	0	0	0
Otros temas	0	0	0	0
Total	100	100	100	100
Muestra	364	434	258	1.473

una proporción muy similar (si calculamos los valores absoluto, 116 mujeres y 112 hombres). También podemos ver cómo dos temas también 'duros' como la guerra (de Irak) y el terrorismo, son más las mujeres (44) que los cubren que los hombres (30). Los temas de Delitos, juicios y temas legales aunque no hay gran diferencia, son más los hombres que atienden a esta tematización (48 contra 33). En donde se establecen diferencias significativas es en la sección de Deportes; las noticias relacionadas con el deporte fueron cubiertas por 91 hombres y 25 mujeres.

2.1.8.1. Comparación de resultados entre las temporadas (2000-01) y (2004-05)

Ya habíamos señalado en el primer Informe, en 2001, que las mujeres habían entrado de forma considerable en la última década en las redacciones de informativos, y que era preciso que atendieran también a los temas 'duros' que siguen privilegiándose por parte de los directores de los informativos. En la primera temporada ya los temas de Delitos, juicios y asuntos legales eran cubiertos, mayoritariamente, por periodistas mujeres, y, en similar proporción a los hombres, los temas de Política, Economía o Guerra y terrorismo. En la temporada actual, como hemos señalado, se mantiene esta tendencia. La situación en cuanto a Deportes apenas ha cambiado, sorprendentemente, en los cuatro años que han transcurrido ya que en el primer Informe la proporción de mujeres-hombres que cubrían esta Sección era 21%-79%; en la temporada actual la proporción (Cuadro 10) es de 22%-78%.

2.1.9. ¿Las periodistas mencionan a más mujeres que los periodistas?

“El género de quien redacta las noticias es relativamente poco importante para la forma en que son las noticias”³⁴.

La respuesta a la pregunta que nos hacemos no parece ser sí, con arreglo a la conclusión que se obtiene de los resultados hallados.

Partiendo del Cuadro 10, y del tema Política, en donde ya habíamos señalado la mayor presencia de periodistas mujeres, comprobamos que las personas mencionadas son mayoritariamente hombres (89%); como señala van Zoonen³⁵, el género en sí mismo no es un factor suficiente para explicar las actuaciones profesionales de las periodistas, ya que las rutinas productivas, los valores noticiales y la ideología profesional influyen poderosamente a la hora de ofrecer un producto u otro. En este sentido, es significativo cómo todos los informativos de radio coinciden, sorprendentemente, no sólo en la gran mayoría de los temas de las noticias³⁶, sino también, en el orden en que son presentadas; no es casual,

Cuadro 10

Distribución de género de las/os periodistas y personas mencionadas, según tema.

Temas	Periodistas			Personas mencionadas		
	Mujeres	Hombres	Muestra	Mujeres	Hombres	Muestra
Medio ambiente	43	57	7	75	25	4
Pobreza, vivienda, desempleo	90	10	10	71	29	7
Delitos, juicios, asuntos legales	41	59	83	38	62	201
Derechos humanos	75	25	4	33	67	9
Ciencia	17	83	6	31	69	13
Religión	45	55	11	23	77	13
Cultura	32	68	65	21	79	185
Vida social: nacimientos, celebraciones	50	50	10	21	79	58
Educación	67	33	9	20	80	5
Economía, negocios, comercio	53	47	59	17	83	35
Salud, medicina	52	48	31	17	83	18
Accidentes, tragedias, terremotos	67	33	6	13	88	8
Defensa nacional, gastos militares	43	57	23	11	89	107
Política, gobierno, elecciones, legislación	51	49	233	11	89	599
Guerra, guerra civil, terrorismo	57	43	75	11	89	211
Temas laborales, negociaciones, huelgas	63	38	32	7	93	28
Crisis internacionales, refugiados	53	47	15	0	100	26
Manifestaciones, concentraciones, disturbios	50	50	2	0	100	2
Deportes	22	78	117	0	100	201
Otros temas	0	0	0	0	100	1
Muestra	364	434	798	258	1473	1.731

³⁴ “One of the girls?: The changing gender of journalism, en *News, Gender and Power*. Cynthia Carter, Gil Branston and Stuart Allan (Edits.). Londres: Routledge. 1998; (pp. 35).

³⁵ Liesbet van Zoonen. 1994. *Feminist Media Studies*. Londres: Sage; (pp. 55).

³⁶ Teniendo en cuenta que cada día, de media, llegan 4.550 noticias de agencia a una cadena de radio o a un canal de televisión; y que, en el caso de la radio, aproximadamente sólo se emiten una media de veinte noticias diarias. (Servicio de Atención al Usuario. RNE).

pues, que los 'cortes' con las declaraciones de las personas que se dedican a la política, sean, a veces, también los mismos. Durante la muestra de este estudio se aprobó la Ley Integral de Violencia de Género y en todos los informativos analizados se recoge exactamente el mismo corte con una declaración muy breve del Presidente del Gobierno. No hay sorpresas; la profesión periodística no se dirige a las diputadas expertas en el tema, que, además, son quienes defendieron la Ley en el Congreso, y que hubieran podido enriquecer la noticia con su experticia y declaraciones; ni mucho menos se dirigieron a las representantes de las organizaciones y del movimiento feminista, sin cuyo concurso no existiría dicha ley. Como hemos señalado en otro sitio³⁷ contemplar la perspectiva de género enriquece las noticias y consigue establecer diferencias entre, en este caso, los informativos de radio.

2.1.9.1. Comparación de resultados entre las temporadas (2000-01) y (2004-05)

Como venimos señalando en este informe, aunque ha venido mejorando, cuantitativamente, el número de mujeres periodistas en las redacciones, sigue habiendo una diferencia significativa en la presencia (como mencionadas y entrevistadas) de las mujeres objeto de la información en las noticias radiofónicas. La asignatura pendiente sigue siendo, como acabamos de señalar, revolucionar los valores noti-

Cuadro 11
Distribución (en %) de las personas mencionadas por temas, según género y cadena

Profesión/Ocupación	Personas mencionadas							
	RNE		SER		ONDA CERO		COPE	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Delitos, juicios, asuntos legales	34	10	34	12	31	7	11	5
Cultura	22	20	6	0	10	2	22	14
Política, gobierno, legislación, etc.	14	26	32	49	33	36	25	44
Guerra, guerra civil, terrorismo	12	16	6	3	7	12	11	17
Vida social: nacimientos, celebraciones	5	2	4	3	4	3	8	5
Medio ambiente	2	0	0	0	0	0	3	0
Salud, medicina	2	1	0	1	1	1	0	1
Pobreza, vivienda, desempleo	2	0	4	0	1	0	0	0
Ciencia	2	1	2	0	1	0	0	1
Economía, negocios, comercio	1	1	2	1	4	3	3	4
Educación	1	0	0	0	0	0	0	1
Temas labor., negociaciones, huelgas	2	2	2	0	2	0	1	
Defensa nacional, gastos militares	1	4	9	14	5	6	6	6
Accidentes, tragedias, terremotos	0	1	0	0	1	1	0	0
Derechos humanos	0	1	0	0	2	0	3	0
Crisis internacionales, refugiados	0	1	0	0	0	5	0	0
Religión	0	0	0	0	0	0	8	3
Manifestaciones, concentraciones	0	0	0	0	0	0	0	0
Deportes	0	14	0	13	0	21	0	0
Otros temas	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	100	100	100	100	100	100	100	100
Muestra	86	522	53	249	83	451	36	251

³⁷ "La violencia contra las mujeres en los medios de comunicación" en el I Foro Nacional: *Mujer, Violencia y Medios de Comunicación*. IORTV e Instituto de la Mujer. 2002.

ciales y las rutinas productivas para que las y los periodistas hagan visibles a las mujeres que existen, en todas las profesiones y en muchas categorías, en cualquier sector que necesitemos considerar³⁸.

Como vemos en el Cuadro 19, prácticamente existe equilibrio, respecto al género, de las personas que llamamos redactoras: periodistas de mesa o reporteras y reporteros que elaboran la información ((49,5% vs. 50,4%). En el primer informe, aunque la diferencia no era muy significativa, había 8 puntos porcentuales de diferencia, a favor de las redactoras, entre ellas y sus compañeros.

2.1.10. Noticias en las que el tema central es foco de interés para las mujeres

- Quienes tomen decisiones conocerán la situación social real de las mujeres a través de:*
1. *El perfeccionamiento de un sistema de indicadores de género.*
 2. *La inclusión de la variable sexo/género en todas las estadísticas oficiales en que sea posible.*
 3. *la realización de estudios para profundizar en el conocimiento de la realidad de las mujeres³⁹.*

Como se ha señalado en la metodología, en esta investigación se ha tenido en cuenta si cada una de las noticias radiadas por las emisoras estudiadas contemplaba los temas que se recogen en el Cuadro 12, y que afectan de forma fundamental a las mujeres. Hablamos, por ejemplo, de si las noticias de los informativos del día siguiente a la presentación de este informe recogen su publicación. Noticias, por ejemplo, que informen del diferente efecto que tienen en hombres y mujeres determinadas medicinas cuyos efectos sólo se han estudiado en hombres y así, hasta 17 temas distintos. En este informe este es uno de los aspectos en que hemos encontrado una diferencia cuantitativa respecto a la investigación anterior. En aquella ocasión, sólo 22 noticias, de 885, recogían temas de especial significación para las mujeres. En la muestra actual han pasado a ser 72 (de un total de 843). Veamos sobre qué temas ha girado este incremento.

Sobre los derechos reproductivos de las mujeres ha habido mayor número de noticias, también en educación y formación, y sobre todo, en tres variables se ha centrado el mayor incremento, por una parte, mujeres y trabajo (hay que señalar la información del incremento del paro registrado y en donde se aclara que, prácticamente las 20.000 personas que ha ido al paro, eran todas mujeres⁴⁰). Y por otra parte, derechos legales y violencia masculina contra las mujeres. Relacionados con estos dos últimos temas, durante el período que se recogió la muestra tuvieron lugar dos hechos muy significativos.

Por una parte, se aprobó en el Congreso la Ley Orgánica Integral de Medidas contra la Violencia de Género. Esta es una ley que había creado una gran expectación en la sociedad española, en la medida en que había sido un compromiso adquirido con las mujeres en la campaña electoral por el candidato a presidente del Gobierno, Sr. Rodríguez Zapatero y venía formando parte de la agenda política, y por tanto mediática, de forma regular. Una Ley de estas características tuvo gran eco en todos los medios informativos. El otro hecho significativo, aunque nada extraordinario, se refiere a la violencia de género. Hablamos del asesinato de varias mujeres por parte de los hombres con quienes mantenían o habían mantenido un vínculo íntimo, o, como en el caso de Silvia Nogaledo y Aurora Rodríguez, las dos policías de Hospitalet de Llobregat, por parte de un asesino a quien se le había concedido un permiso penitenciario. La primera semana de la muestra fue especialmente desgraciada para estas dos mujeres policías cuyo único error fue abrir la puerta de la casa en que vivían sin sospechar que detrás de ella había un asesino. Un acontecimiento de estas características hizo que se cubriese la información y asuntos relacionados durante un periodo de cuatro días (desde el martes, 5 de octubre, hasta el viernes, 8).

Pero, además de este hecho no habitual, pero tampoco excepcional, varios hombres más mataron a sus esposas o mujeres con las que convivían o habían convivido. El lunes, 4 de octubre, dos

³⁸ Esa rutina productiva que elige al ministro del ramo, cuando quien verdaderamente domina el tema es la secretaria general correspondiente, debería ser revisada en aras de una mayor profundización y precisión, que redundaría, si se le añaden otras fuentes no jerarquizadas, no sólo en una mejor información, sino también en una mayor diferenciación entre los informativos de radio de las distintas cadenas.

³⁹ IV Plan de Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres. Instituto de la Mujer.

⁴⁰ Parece que empieza a surtir efecto la recomendación de la Unión Europea que considera asunto muy importante que los Estados miembros contemplen los datos estadísticos desagregados por género, como única manera de conocer la situación de desigualdad de las mujeres en la sociedad. (Este extremo también lo recoge el actual IV Plan de Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres del Instituto de la Mujer).

hombres matan a sendas mujeres; por una parte, un hombre de 26 años, del que ninguna emisora de radio identificó por su nombre y apellido, asesinó a una mujer (que sí fue identificada con nombre, apellido y profesión)⁴¹. Por otra parte, el mismo día, en un pueblo de Sevilla, Modesto Moreno, de 61 años asesinó a su ex esposa que iba a hacerle la comida y la cama diariamente. El jueves, 7 de octubre se sabe que, PMR, de 67 años, quien había dicho que su esposa se había caído por una escalera, en realidad le había dado una paliza, a consecuencia de la cual murió el lunes, 4. En esta primera semana, el 5 y 6 de octubre, también se recogen dos noticias sobre dos juicios contra otros dos hombres que mataron a dos mujeres: José Manuel Salgado, en Pontevedra, y Rafael González. También, el 8, viernes, Pedro Cantillo Jiménez, de 39 años, apaleó a su esposa hasta la muerte en Córdoba⁴².

Así, pues, el peso de la violencia masculina contra las mujeres se pone de manifiesto en las cifras que obtenemos en el Cuadro 12. De las 843 noticias analizadas, casi un 9% están relacionadas con temas que hemos calificado como que 'afectan a las mujeres'. De todas formas, es sintomático que de las 72 noticias, en números absolutos, que tratan de este tipo de temas, el 62% estén relacionadas con la violencia contra las mujeres.

Creemos que estos datos requieren nuestra atención. Como ya señalábamos en el Manual de Urgencia⁴³ que recoge el decálogo de cómo cubrir la información de violencia de género, "Hay que ampliar la representación de las mujeres en los medios para evitar su victimización". Por eso pensamos

Cuadro 12

Noticias que contemplan la situación de la mujer como asunto central de la información

Tema	Todas	RNE	SER	O. CERO	COPE
La mujer no es el tema central	771	278	135	239	119
Derechos reproductivos, control natalidad	4 (0)	3 (0)	1 (0)	0	0
Cambio en las funciones de las mujeres	1 (1)	(1)	1 (0)	0	0
Cuidado de la infancia	(1)	(1)	0	0	0
Educación y formación	1 (0)	1 (0)	0	0	0
Mujeres de las minorías	1 (0)	0	1 (0)	0	0
Representación de la mujer en los medios	0	0	0	0	0
Mujeres rurales	0	0	0	0	0
Orientación sexual	0	0	0	0	0
Asuntos sociales	0	0	0	0	0
Violencia, muerte, violación, acoso, etc.	45 (15)	14 (7)	12 (5)	15 (2)	4 (1)
Mujeres y religión	0	0	0	0	0
Mujeres y poder en cualquier área	0	0	0	0	0
Mujeres minusválidas	0	0	0	0	0
Salud de las mujeres	(1)	0	0	(1)	0
Derechos legales de las mujeres	12 (1)	3 (1)	5 (0)	2 (0)	2 (0)
Mujeres y trabajo	7 (3)	3	2 (2)	2 (0)	(1)
Otros temas	1 (0)	1 (0)	0	0	0
Total noticias	843	303	157	258	125

⁴¹ La práctica periodística habitual en las redacciones de informativos hasta finales de los años ochenta informaba de los nombres y apellidos tanto de los agresores como de las mujeres asesinadas. Después, el principio judicial de mantener la presunción de inocencia modificaron las prácticas periodísticas y en la redacción de la noticia, en la mayoría de los casos, solo se escriben las iniciales del nombre y apellidos. Sin embargo, a veces esta práctica "se olvida" respecto a las víctimas; con lo que la audiencia se encuentra que se protege la identificación de quien ha cometido el delito, pero se visibiliza a la víctima.

⁴² En la primera semana de muestra, las mujeres asesinadas (o cuyo asesinato se conoció en esa fecha) fueron siete (contando a las dos policías asesinadas por Pedro Jiménez García, que consideramos víctimas de la violencia de género). La segunda semana de muestra fueron tres.

⁴³ I Foro Nacional. *Mujer, Violencia y Medios de comunicación*. 27-28 noviembre 2002. El Manual de Urgencia fue firmado por RTVE y adoptado por todas las cadenas de radio y canales de televisión que son objeto de este estudio.

que, sin obviar la violencia de género, que es preciso que los medios sigan cubriéndola para lograr poner sobre aviso a las mujeres, sería recomendable que las noticias diversificaran su representación en otros escenarios que no sean la violencia y la muerte, con el objetivo de no elaborar modelos victimistas para las niñas, adolescentes y las propias mujeres. Además, este tema debería ser tratado más desde la 'agencia' femenina, es decir, también visibilizando la capacidad que muchas mujeres desarrollan para salir del círculo de la violencia que padecen y superar situaciones de maltrato.

2.1.10.1. Comparación de resultados entre las dos temporadas 2000-01 y 2004-05

Después de esta relación exhaustiva de hechos sobre mujeres víctimas de la violencia masculina, podría parecer que los datos recogidos no pueden ser extrapolables debido a la 'coincidencia' de varios asuntos de cierto calado como el de Hospitalet en la semana de la muestra tomada. No es así; en la muestra que analizamos en la primera temporada, de las 22 noticias cuyo tema central era de especial preocupación para las mujeres, las noticias sobre violencia de género y violencia sexual fueron el 68% del total (el 62% en la actual). Vemos que no hay 'coincidencias' que podrían sesgar los resultados, sino prácticas periodísticas que visibilizan determinados temas (la mujer como víctima) al mismo tiempo que "esconden" otros muchos temas que, también, son de especial interés para las mujeres, pero que los medios no consideran.

2.1.11. La forma en que los informativos de mediodía de radio presentan a mujeres y hombres

"Mientras que cada individuo o grupo tiene un mundo único de percepción y experiencia, la vida social organizada tiene como precondición un grado de percepción común de la realidad, hecho al que los medios de comunicación contribuyen tal vez más que otras instituciones sobre una base diaria, continuada, aun cuando el impacto sea muy gradual y no pueda percibirse conscientemente"⁴⁴.

2.1.11.1. Menciones de las personas según su relación familiar o estatus vicario

Cuadro 13
Relación familiar de las personas mencionadas (en %). Informativos de radio

Estatus vicario	Todas ⁴⁵		RNE		SER		O. CERO		COPE	
	Mujeres	Hombre	Mujeres	Hombre	Mujeres	Hombre	Mujeres	Hombre	Mujeres	Hombre
No	92	99	91	100	94	99	90	99	92	100
Esposa, hija, madre	8	0	9	0	6	0	10	0%	8	0
Esposo, hijo, padre	0%	0,5	0	0	0	1	0	1	0	0
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Muestra	259	1.473	87	521	53	249	83	452	36	251

Según muestra el Cuadro 13, considerando la media de todas las cadenas de radio, un 8% de las mujeres mencionadas en los informativos de radio fue presentada en la noticia como estatus vicario, es decir, como esposa, hija, madre... El caso de los hombres que se encuentran en la misma situación (es decir, haber sido presentado como marido, hijo, padre de alguien, fue del 1%).

En la temporada 2000-01 este porcentaje había sido de un 11,3% en el caso de las mujeres mencionadas, y del 0,2% en el de los hombres.

⁴⁴ Denis McQuail; (pp. 78).

⁴⁵ Chi- cuadrado muestral 128.

2.1.11.2. Personas representadas como víctimas

“Los medios, a menudo, ignoran a las mujeres como líderes, y las representan como personas individuales, no como grupos; como víctimas, no como heroínas; como figuras sexuales, no como pensadoras”⁴⁶.

El Congreso, por unanimidad, votó definitivamente la Ley Orgánica de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género el jueves, 22 de diciembre, cuando este informe estaba redactándose.

Desde 1972⁴⁷, en que el movimiento feminista de Boston abrió la primera casa de acogida para mujeres maltratadas, la lucha de las mujeres concienciadas venía poniendo en su punto de mira el grave problema que padecían muchas mujeres –de faltas de consideración, desplantes, humillaciones, malos tratos psíquicos y físicos, violencia sexual, llegando incluso a ser asesinadas– por parte de los hombres con quienes habían elegido compartir su vida. La profesión periodística suele situar el mérito de la visibilidad de la violencia masculina en los medios de comunicación; se le olvida que muy poco se mueve en la agenda mediática⁴⁸ si, previamente, no ha formado parte de la agenda política; y que ésta sólo introduce aquellos temas sociales que son reivindicados activamente por colectivos sociales, como en este caso, el movimiento de las mujeres⁴⁹. Parece que el tiempo va poniendo las cosas en su sitio cuando vemos en una información complementaria de una periodista⁵⁰ el homenaje a la lucha de las mujeres contra la violencia machista con este título: “Una larga batalla de las organizaciones de mujeres” y empezaba con esta frase: “Una ley de las mujeres para las mujeres. Las organizaciones feministas han jugado un papel decisivo en la Ley Integral [...]. Ellas fueron las primeras, y durante tiempo las únicas, que plantearon la necesidad de luchar contra estas agresiones con una ley paraguas que cubriera todos los aspectos”.

Cuadro 14

Personas mencionadas (en %) como víctimas en los informativos de radio

Víctima	Todas		RNE		SER		CERO		COPE	
	Mujeres	Hombre	Mujeres	Hombre	Mujeres	Hombre	Mujeres	Hombre	Mujeres	Hombre
No víctima	77	96	79	97	77	98	70	94	86	95
Víctima accidente	3	1	1	0	2	1	5	0	6	0
Víctima violencia género	17	0	17	0	19	0	20	0	6	0
Víctima de un delito	3	1	1	1	2	0	5	1	3	0
Víctima guerra, terrorismo	0	2	0	1	0	1	0	3	0	3
Víctima (otros casos)	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Muestra	258	1473	86	522	53	249	83	451	36	251

En el Cuadro 14 podemos ver las altas cifras que ha alcanzado la representación de las mujeres identificadas como víctimas de la violencia machista en la muestra analizada. Un 17% de todas las mujeres que han sido mencionadas en los informativos de radio, fueron víctimas de violencia de género. Acabamos de señalar los casos individuales de asesinatos de mujeres, o juicios contra los asesinos, que recogieron estos informativos de radio; no es un hecho excepcional ocurrido al azar en estas

⁴⁶ Periodista norteamericana. *Leading in a Different Language: Will Women Change the News Media?* en International Women's Media Foundation.

⁴⁷ Es de justicia ir más atrás, a 1963, si queremos hacer un reconocimiento a Kate Millett, autora de *Política sexual*, publicada en 1969, quien abrió la puerta con su teorización de que “lo personal es político” para que el Estado empezara a proteger, dentro del “sagrado” hogar familiar, a las mujeres violentadas por los hombres con quienes convivían.

⁴⁸ Y menos si se trata de un tema que afecta a las mujeres, como muestra la investigación.

⁴⁹ Que tuvo un papel fundamental en la IV Conferencia Mundial de Mujeres de Beijing, con la formulación de la Plataforma de Acción en donde se recoge, como uno de los temas principales, la denuncia y propuestas de actuación para los gobiernos y los medios de comunicación contra la violencia masculina.

⁵⁰ Charo Nogueira, El País, jueves, 23 de diciembre de 2004.

dos semanas. Cuando ya se conocen las cifras de asesinadas en 2004, 97⁵¹, y sabemos que un 68% de las muertes de mujeres en el mundo se han debido a la violencia masculina según la OMS⁵², cualquier otra muestra que hubiéramos tomado, habrían dado también cifras muy significativas en la medida en que es un problema social de gran calado que, en nuestro país, ha entrado a formar parte de la agenda de los medios de comunicación.

Cuadro 15
Personas mencionadas (en %) como víctimas en los informativos de radio

Víctima	Todas		RNE		SER		CERO		COPE	
	Mujeres	Hombre	Mujeres	Hombre	Mujeres	Hombre	Mujeres	Hombre	Mujeres	Hombre
No víctima	12%	88%	12%	88%	14%	86%	12%	88%	12%	88%
Víctima accidente	47%	53%	33%	67%	25%	75%	57%	43%	67%	33%
Víctima violencia género	100%	0%	100%	0%	100%	0%	100%	0%	100%	0%
Víctima de un delito	35%	65%	14%	86%	50%	50%	44%	56%	50%	50%
Víctima guerra, terrorismo	0%	100%	0%	100%	0%	100%	0%	100%	0%	100%
Víctima (otros casos)	10%	90%	20%	80%	0%	0%	0%	100%	0%	100%

2.1.11.2.1. Comparación entre las dos temporadas (2000-01) y (2004-5)

En la primera temporada los casos recogidos por los medios de comunicación, y en particular por la radio, fueron muchos menos. No tanto porque no se produjeran asesinatos de mujeres⁵³, sino porque los informativos de la muestra tomada no recogieron todos los casos que se dieron⁵⁴. En el Cuadro 14 de la temporada 2000-01 se recogen los datos del total de mujeres víctimas de violencia de género en todas las cadenas, que fueron el 1,9% del total. Individualizando por cadenas, la SER fue quien más informó de este hecho, con el 3,9% del total de mujeres mencionadas; a continuación le seguía RNE, con el 2,9%. Ni Onda Cero ni la COPE informaron de ningún caso de violencia de género en aquella temporada.

Pero como vemos en el actual Cuadro 14, todas las cadenas, en mayor o menor proporción, recogieron esta realidad. Quien más informó en este caso fue Onda Cero, con el 20%, seguida de la SER, con el 19% y RNE, con el 17%; por último, la COPE representó a las mujeres como víctimas de la violencia masculina en el 6% de los casos de mujeres mencionadas.

2.1.11.3. Alabanzas y acusaciones

Un 13% de las mujeres han sido acusadas de hacer algo mal (la primera temporada fueron un 8%); mientras, los hombres casi doblaban esa cantidad⁵⁵, 15%.

Cuadro 16
Personas mencionadas (en %) (como acusadas y alabadas)

Todas	Acusaciones		Alabanzas	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
No	87	85	94	97
Si	13	15	6	3
Total	100	100	100	100
Muestra	258	1473	256	1468

⁵¹ Datos de la Federación de Asociaciones de Mujeres Separadas y Divorciadas.

⁵² www.separadasydivorciadas.org

⁵³ En el 2001, 73 hombres asesinaron a otras tantas mujeres; en el 2002 fueron 77.

⁵⁴ Datos que a veces recogen los periódicos, a veces los informativos de radio o televisión u otros medios de comunicación.

⁵⁵ En ambos casos se debió a la caída de varios miembros de la cúpula de ETA en Francia (3 de octubre, 2004).

En cuanto a las alabanzas (se destaca la acción de una persona por haber hecho algo bueno, por sus méritos, logros, etc., como por ejemplo, haber conseguido un Premio Nobel), fueron el doble de mujeres las alabadas (6%), frente al 3% de los hombres. En la primera temporada, las alabanzas fueron para el 4% de las mujeres y el 6% de los hombres.

2.2. Presencia de las periodistas que cubren las noticias en los informativos de radio respecto a sus compañeros

“De cualquier forma, las periodistas reconocieron cómo escribir como mujeres, inevitable y poderosamente, podría marginarlas en la Redacción”⁵⁶.

Cuadro 17

Distribución (en %) de profesionales que desarrollan la información: (Presentador/a, Redactor/a, Corresponsal, Comentarista, etc.)

Género	Totales	RNE	SER	ONDA CERO	COPE
Mujeres	33	44	34	17	34
Hombres	67	56	66	83	66

En Cuadro 17 nos muestra el total de periodistas, por género, que interviene en las noticias (la diferencia de cifras respecto al Cuadro 1 se debe a la gran presencia de quien conduce el informativo).

2.2.1. Presentadoras/es

Excepto en RNE, en donde hay una presentadora y un presentador, el resto de las cadenas tiene un presentador fijo. El hecho de que aparezca en la SER un 11% de noticias presentadas por una periodista⁵⁷ se debe a la ausencia, en un día de la muestra tomada, del presentador habitual.

Cuadro 18

Distribución (en %) de presentadores/as

Género	Totales	RNE	SER	ONDA CERO	COPE
Mujeres	20	44	11	0	0
Hombres	80	56	89	100	100

2.2.1.1. Comparación de resultados entre las temporadas (2000-01) y (2004-05)

Excepto Onda Cero, que en las dos épocas está presentado por un periodista, el resto de cadenas han cambiado respecto a la situación de 2001. Así, mientras que el informativo Mediodía de la Cadena COPE estaba presentado por la subdirectora de los informativos en aquella temporada, Blanca María Pol, actualmente es el director de los servicios informativos, Ignacio Villa, quien dirige y conduce Mediodía. La Cadena SER sigue manteniendo al mismo director-presentador, José Antonio Marcos, mientras que RNE, el informativo de mediodía, *Diario de las 2*, estaba dirigido y presentado por Raúl Heitzman en la primera temporada, el actual, *Diario directo*, lo dirigen y presentan Vicente Ortiz y Lucía Vilaplana.

2.2.2. Redactoras/es

Si atendemos a la media de todas las cadenas, vemos en el cuadro 19 que hay un equilibrio en las redacciones de los informativos de radio entre mujeres y hombres a la hora de cubrir las noticias

⁵⁶ Linda Steiner “Newsroom Accounts of Power at Work” en *News, Gender and Power*. Londres: Routledge. 1998.

⁵⁷ Por la subdirectora del informativo, Paloma Tortajada Lorente.

que se han tomado para la muestra (49,5% mujeres frente a 50,4% de hombres). La SER y la COPE son las cadenas en donde las mujeres cubren más informaciones que los hombres.

Cuadro 19
Distribución (en %) de redactoras/es

Género	Totales	RNE	SER	ONDA CERO	COPE
Mujeres	49,5	44	61,1	40,6	56,4
Hombres	50,4	56	38,9	59,4	43,6

2.2.2.1. Comparación de resultados entre las temporadas (2000-01) y (2004-05)

Aunque en los hallazgos, considerando todas las cadenas, se detecta equilibrio entre mujeres y hombres a la hora de cubrir las informaciones, se ven algunas diferencias entre los resultados de la temporada 2000-01 y la actual, 2004-05. Así, en la COPE, la diferencia es significativa ya que hay menos redactoras cubriendo las noticias actualmente (56,4%) respecto a la temporada anterior, 72%⁵⁸. El equilibrio que se detectó en Onda Cero ha desaparecido al existir en esta temporada una diferencia de diez puntos entre las noticias cubiertas por hombres y por mujeres, a favor de los primeros. El caso de la SER es diferente, hay más noticias cubiertas por mujeres en esta temporada (61,1%), que en la anterior (55%). En RNE no hay diferencias significativas entre las dos temporadas (45% y 44% respectivamente de mujeres redactoras).

2.2.3. Corresponsales, enviadas/os especiales, presentadores/as de Deportes

Cuadro 20
Distribución (en %) de corresponsales, enviadas/os especiales y presentadores/as Deportes

Género	Totales	RNE	SER	ONDA CERO	COPE
Mujeres	32	42	29	8	60
Hombres	68	58	71	92	40

Son mayoritariamente hombres quienes participaron en la muestra como corresponsales, enviados o enviadas especiales y presentadores o presentadoras de Deportes, excepto en la COPE, en donde ha habido mayoría de mujeres que ejercen estas posiciones, y RNE en donde existe más equilibrio (42% de mujeres y 58% de hombres). Son diferencias muy significativas el caso de la SER (71% hombres y 29% de mujeres) y Onda Cero (92% hombres y 8% mujeres).

2.2.3.1. Comparación de resultados entre las temporadas (2000-01) y (2004-05)

Quizás los cambios positivos más significativos se observan en RNE, en donde en la primera investigación realizada en 2001 la proporción de quienes cubrieron noticias como corresponsales, enviados especiales o presentadores de Deportes fueron mayoritariamente hombres (96% frente al 4% de mujeres). En la muestra de la temporada actual, la proporción de mujeres es mucho más elevada (no tanto porque haya muchas más mujeres en corresponsalías, sino porque quien presenta los Deportes es una mujer).

Por el contrario, los cambios negativos se observan en Onda Cero; en la temporada 2000-01 había un equilibrio entre quienes cubrieron las noticias desde esta posición, (50% hombres, 50% mujeres) sin embargo, en la temporada actual, la proporción de mujeres baja significativamente hasta el 8%.

⁵⁸ Sin embargo, la proporción de mujeres que cubren las noticias como corresponsales es superior en la COPE al resto de las cadenas en la muestra analizada. Quienes ejercen labores de edición (de boletines, de la mañana y de tarde) son también mujeres, como se puede ver en la web de la COPE (www.cope.es).

3. RESULTADOS EN LOS INFORMATIVOS DE TELEVISIÓN

“La mayor parte de nuestro conocimiento social y político, así como nuestras creencias sobre el mundo, emanan de las decenas de informaciones que leemos o escuchamos a diario. Es muy probable que no exista ninguna otra práctica discursiva, aparte de la conversación cotidiana, que se practique con tanta frecuencia y por tanta gente como son el seguimiento de noticias en prensa, radio y televisión”⁵⁹.

3.1. Representación de las mujeres y de los hombres

3.1.1. Resultados globales: personas mencionadas y periodistas

La presencia de las personas y de los grupos en el debate social y en los acontecimientos⁶⁰ está altamente determinada por su difusión mediática; aquellas personas o grupos que no están representados en los medios, no existen. Y la manera de evaluar la existencia de las personas en el debate social, político, económico y cultural, es a través del grado de protagonismo que le deparan los medios. Este grado de protagonismo lo podemos medir teniendo en cuenta el número de veces que esas personas son mencionadas o entrevistadas en los telediarios.

Cuadro 21
Representación (en %) de personas mencionadas en los informativos de televisión

Canal de televisión	Profesionales ⁶¹			Personas mencionadas ⁶²		
	Mujeres	Hombres	Muestra	Mujeres	Hombres	Muestra
tve1	60	40	260	19 (19)	81	539
La2	57	43	42	25 (25)	75	91
Tele5	46	54	199	26 (18)	74	462
Antena3	26	74	418	18 (17)	82	558
Todos los canales	41	59	919	21 (18)	79(82)	1.650

Como se ha recogido en la Metodología, hemos establecido dos categorías (personas mencionadas y entrevistadas) para recoger quienes actúan en las noticias, es decir, quienes son objeto de la información televisiva. Ambas categorías pueden ser protagonistas principales de la noticia o estar relacionadas con ella. Hemos considerado como personas mencionadas aquellas de las que se habla, pero que no hablan por sí mismas⁶³ (puede haber personas mencionadas en una noticia que no son protagonistas). De quienes se han recogido declaraciones o testimonios que aparecen en los ‘totales’ de los telediarios las hemos clasificado como “persona entrevistadas”.

Vemos en el Cuadro 21 que sólo el 21% de las personas mencionadas en los telediarios de la muestra fueron mujeres; los hombres, el 79%⁶⁴. Sin embargo, las mujeres entrevistadas –como se puede observar en el Cuadro 22– suben hasta el 26% (una de cada cuatro personas entrevistadas,

⁵⁹ *Racismo y análisis crítico de los medios*. Teun A. van Dijk. 1997. Barcelona: Paidós Comunicación; (pp. 29-30).

⁶⁰ Según señala el principio de trascendencia de la *agenda setting*.

⁶¹ Existen diferencias estadísticamente significativas entre las cadenas respecto al número de noticias cubiertas por hombres y mujeres. El chi-cuadrado muestral es 190 frente al valor crítico 7,8 para un nivel de confianza del 95%.

⁶² También existen diferencias significativas entre las cadenas respecto a los porcentajes de mujeres y hombres en el conjunto de personas mencionadas. El chi-cuadrado muestral 12,8 frente al valor crítico 7,8 para un nivel de confianza del 95%.

⁶³ Por ejemplo, las dos mujeres que ganaron el Nobel de Literatura y de la Paz, Elfriede Jelinek y Wangari Mathai, aparecen como mencionadas (porque no se recoge ninguna declaración de ambas –excepto en *La2 Noticias* que sí lo hace con un ‘total’ de Mathai–). También aparecen como mencionadas todas las mujeres víctimas de la violencia de género.

⁶⁴ Ya hemos señalado en el caso de los informativos de radio, que, a pesar de haber casi equilibrio en las redactoras, corresponsales, enviadas especiales, numéricamente, respecto a sus compañeros, la representación de mujeres sigue siendo muy baja (aunque ha mejorado, como se verá posteriormente).

fue una mujer). Por cadenas, vemos que el telediario *La2Noticias* es el que recoge más voces de mujeres, con el 36%, (una de cada tres personas). Le siguen Tele5, con el 28%; Antena3, con el 27%; y por último, los telediarios de tve1 con el 23%.

En cuanto a la profesión periodística, sobre el total de las personas que cubrieron las noticias⁶⁵ (Cuadro 21), de una muestra de 919 periodistas (mujeres y hombres), las mujeres redactaron el 41% de ellas. Las dos cadenas públicas tienen mayoría de mujeres que cubren la información de sus telediarios, tve1 (tanto el TD1 como el TD2) y La2. En las dos cadenas privadas que emiten en abierto, Tele5 y Antena3, se han hallado diferencias significativas; mientras que en la primera hay equilibrio en el número de profesionales hombres y mujeres que cubren la información, en la última se observa una gran diferencia (26% de mujeres frente a un 74% de hombres).

Cuadro 22
Representación (en %) de personas entrevistadas en los informativos de televisión

Canal de televisión	Profesionales			Personas mencionadas		
	Mujeres	Hombres	Muestra	Mujeres	Hombres	Muestra
tve1	60 (52)	40 (48)	260	23 (15)	77 (85)	341 (462)
La2	57 (50)	43 (50)	42	36 (34)	64 (66)	70 (68)
Tele5	46 (42)	54 (58)	199	28 (18)	72 (82)	228 (398)
Antena3	26 (29)	74 (71)	418	27 (17)	73 (83)	383 (381)
Todos	41	59	919	26 (18)	74 (82)	1.022

3.1.1.1. Comparación de resultados entre las dos temporadas 2000-01 y 2004-5

Si nos atenemos a la cifra de periodistas, la media de las cuatro cadenas alcanza, casualmente, las mismas frecuencias en las dos temporadas (41% mujeres, 59% hombres). Si atendemos individualmente, por cadenas, mientras que las dos públicas han aumentado la representación de mujeres que elaboran las noticias y también lo ha hecho Tele5, Antena3 no sólo no alcanza el equilibrio en cuanto a quienes cubren las noticias respecto al género, sino que bajó respecto a la primera temporada. (Los datos hallados para las cuatro cadenas en la temporada 2000-01 fueron: tve1: 52% mujeres, 48% hombres; La2: 50%-50%; Tele5 42%: mujeres, 58% hombres y Antena3: 29% mujeres; 71% hombres). (Cuadro 22).

En cuanto a las mujeres mencionadas, podemos establecer comparaciones con la primera temporada. En la 2000-01, solamente el 18% de las personas mencionadas en los informativos de todas las cadenas de televisión eran mujeres (se han ganado 3 puntos en estos cuatro años); por cadenas, los dos telediarios de tve1 se mantienen en las mismas cifras: 19%; La2 Noticias mantiene también el 25% de mujeres mencionadas, mientras que Tele5 obtiene resultados más positivos (pasa del 18% al 26%, gana 8 puntos significativos), y Antena3 gana también un punto pasando del 17% al 18%. (Cuadro 21).

3.1.2. Personas mencionadas y personas entrevistadas. Resultados globales: las deportistas no existen en los telediarios

“Los habituales mecanismos que los periodistas utilizan para seleccionar, excluir, enfatizar y dar el tono pueden afectar profundamente las percepciones culturales”⁶⁶.

Hasta ahora hemos considerado las cifras globales de representación en función del género; ahora queremos entrar en qué papel llevan a cabo las mujeres y los hombres en las noticias audiovisuales.

⁶⁵ También se incluyen a quienes presentan las noticias cuando él o ella la ha redactado.

⁶⁶ (Gitlin, Tod 1980, *The Whole World Is Watching. Berkeley and Los Angeles. University of California Press*, (3-7); Goffman, Irving. 1974, *Frame Análisis: An Essay on the Organization of Experience*. New York: Harper&Row. (10-11).

¿Quiénes fueron las personas mencionadas, tanto hombres como mujeres en los telediarios? Lógicamente, las cifras cambian si miramos a las mujeres o a los hombres. Pero las cifras cuantitativamente hablando más significativas pertenecen a la categoría de los Deportistas: fueron el 27,9% de todas las personas mencionadas. Como vemos en el Cuadro 23, las mujeres que practican deporte profesional o amateur no existen para los informativos de televisión (el 0,2% de deportistas mujeres, supuso, en cifras absolutas, 3 mujeres; mientras, se mencionaron a 458 deportistas hombres, la inmensa mayoría, futbolistas, pero también jugadores de baloncesto, ciclistas, etc.).

¿No hubo en los cinco días de muestra ninguna noticia protagonizada por mujeres deportistas? Veamos⁶⁷: La media diaria de noticias que entran en las redacciones de los medios informativos son 4.550; de ellas hemos seleccionado algunas de las que sí tienen a mujeres deportistas como protagonistas. En la semana de muestra la atleta Anna Serra se proclamó campeona del mundo de carreras de alta montaña (EFE, 04/10/2004)⁶⁸; en la Superliga de Voleibol femenino, el equipo de La Laguna se proclamó líder de una competición (EFE, 04/10/2004); la FIFA decide que la Copa del mundo femenina se organizará los años pares a partir de 2010 (France Press, 06/10/2004); y, por último, entre otras noticias sobre natación, baloncesto, balonmano, surf, ajedrez, tenis, atletismo, etc. practicados por mujeres, las corredoras profesionales de ciclismo se organizan y forma una Asociación Internacional, (EFE, 03/10/2004). Con la última noticia se perdió una ocasión de oro para elaborar información desde la perspectiva de género; según el teletipo de EFE, entre los muchos objetivos que se plantea la Asociación Internacional de Mujeres Ciclistas, está "evitar la falta de respeto e incluso abusos de que en alguna ocasión son objetivo las corredoras".

A raíz de esta aproximación a la "realidad" podemos reflexionar sobre el argumento, común entre la profesión periodística, de que los informativos reflejan la realidad de lo que ocurre en la sociedad y que muestran a los personajes que han sido protagonistas de los hechos más sobresalientes del día. El problema es determinar cómo se decide cuáles son los hechos más sobresalientes del día⁶⁹ para contar a una población compuesta por un 50,76% de mujeres y un 49,24% de hombres⁷⁰. Debería servir como reflexión el artículo "De cómo Mia Hamm revolucionó el fútbol"⁷¹ en donde se informa de que la final entre China y EE.UU. de la Copa del Mundo de Fútbol femenina, de 1999, reunió a 90.000 personas en el estadio y fue seguido por 40 millones de estadounidenses; la noticia continúa: "Cinco años más tarde, sigue siendo el partido de fútbol más visto en la historia estadounidense. Ya no podía decirse que la gente no vería deporte femenino en cifras considerables".

Volviendo a los resultados de las personas más mencionadas en los telediarios, en segundo lugar se encuentran los políticos, que fueron los más mencionados con el 19,2%, y en tercer lugar, hombres que fueron acusados de haber cometido un delito y cuya profesión no se declaraba, con el 11%⁷². Como vemos, si sumamos las cifras de los deportistas y los políticos, obtenemos un 47%, de manera que podemos concluir que de cada dos personas mencionadas en los informativos de televisión, uno o era futbolista o político. La política y los deportes se llevan, también, el mayor tiempo en los informativos de televisión⁷³.

Respecto a las mujeres, las más mencionadas pertenecen a la categoría que hemos llamado personas de las que no se conoce su profesión, pero que han sido protagonistas de algún hecho o relacionadas con él. En segundo lugar, tenemos a las mujeres que trabajan en la política; y en tercer lugar, las policías (cifra muy significativa, el 3,4% del total de personas mencionadas⁷⁴). En cuarto lugar, las mujeres⁷⁵ acusadas de haber cometido un delito, con el 2,3%, son las más mencionadas.

⁶⁷ Datos proporcionados por el Departamento de Atención al Usuario. RNE.

⁶⁸ De la misma forma que en prácticamente todas las informaciones de las agencias, sobre los resultados de campeonatos femeninos y masculinos, la información comienza por los resultados masculinos, se le dedica muchísimo más espacio, (aunque sean deportes muy minoritarios) y se relega al final, y se despacha en unas pocas líneas, la información de las deportistas.

⁶⁹ Antena 3 dedicó 5 minutos y cuarenta segundos (el 11% del tiempo total del telediario) a quitar importancia al comportamiento racista del seleccionador nacional de fútbol, abundando en los testimonios exculpatorios de los futbolistas Pablo Alfaro, Ismael Urzaiz, Marcos M. de la Fuente, Emiliano Moretti y Álvaro Mejía, además del Secretario de Estado de Deportes.

⁷⁰ Enero 2005. *La mujer en cifras*. Instituto de la Mujer. (www.mtas.es/mujer). (Datos de 2003).

⁷¹ New York Times-El País, jueves, 20 de enero, 2005; (pp. 10).

⁷² El domingo, 3 de octubre, y días sucesivos se produjo la detención de la cúpula de ETA.

⁷³ La revista *Consumer*, en su número de septiembre de 2002, recogía un estudio sobre los telediarios de 15 cadenas de televisión y resumía así los resultados: "El deporte y la política ocupan un 45% del tiempo de los informativos".

⁷⁴ Que corresponden a las continuas noticias que produjo el asesinato por parte de Pedro Jiménez García de las dos policías en Hospitalet de Llobregat.

⁷⁵ Véase la nota 8.

3.1.2.1. Personas mencionadas por profesión y por canales de televisión

“Cuando se cubrieron noticias sobre mujeres, en páginas importantes, más de la mitad eran víctimas o mujeres que cometieron algún delito o mala conducta, más que personas que conseguían logros y éxitos”⁷⁶.

¿Qué diferencias, si las hay, se observan entre los distintos canales? Algunas. Si atendemos en el Cuadro 23 a la fila Deportistas, vemos que en Antena3 hay una sobrerrepresentación de esta categoría: casi un 40% de todas las personas mencionadas en los dos informativos de esta cadena, son deportistas, mayoritariamente, futbolistas. A considerable distancia se encuentra tve1, con el 25,6%⁷⁷ (cifra también significativa). Le siguen Tele5 con el 22,1% y por último, La2, con una cifra simbólica del 2,2%.

Cuadro 23
Personas mencionadas (en %) en los informativos de televisión, por cadenas

Profesión/Ocupación	Todas		tve1		La2		Tele5		Antena3	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Profesión no declarada	3,8	4,5	2,8	2,6	4,4	5,6	3,5	5,8	5	5
Político/a	3,6	19,2	4,3	22,4	1,1	15,6	5,2	20,8	2	15,2
Policía, militares	3,4	0,8	3	0,9	4,4	0	3,9	0,9	3,2	0,9
Persona acusada cometer delito	2,3	11	2,6	10,9	4,4	8,9	2,2	13,2	1,8	9,7
Estudiante	1,8	0,5	0,4	0,6	1,1	3,3	3	0,4	2,2	0
Autores, escultoras, pintoras, etc.	1,6	4,7	1,7	4,3	3,3	10	2,4	3,7	0,5	5
Personal de ONG's	1	0,2	0,4	0	2,2	2,2	2,2	0,2	0,4	0,2
Funcionariado	0,9	1,3	1,1	2,2	1,1	0	1,1	1,3	0,5	0,7
Personal sanitario	0,8	0,2	0,6	0,2	0	1,1	1,3	0	0,9	0,2
Científica, ingeniero, periodista	0,6	2,7	1,1	3	3,3	16,7	0	0,9	0,2	1,6
Oficios cualificados, sindicalista	0,4	1,9	0	2,6	0	3,3	0,6	1,7	0,5	1,1
Gente famosa	0,3	0	0,2	0	0	0	0,2	0	0,5	0
Deportista, entrenador/a	0,2	27,9	0,2	25,6	0	2,2	0,2	22,1	0,2	39,1
Pensionista, jubilado/a	0,2	0,2	0,6	0,6	0	0	0	0	0	0
Empresario, abogada, economista	0,1	2,6	0	3,3	0	2,2	0,4	1,7	0	2,7
Personal del sector servicios	0,1	0,2	0,2	0,4	0	0	0	0,2	0	0,2
Ama de casa	0,1	0	0,2	0	0	0	0	0	0	0
Religioso/a	0	1	0	1,3	0	3,3	0	0,9	0	0,4
Agricultura, pesca, ganadería	0	0,1	0	0	0	0	0	0	0	0,2
Profesorado	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Desempleado/a	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	21	79	19,1	80,9	25,6	74,4	26,2	73,8	17,9	82,1
Muestra	1.649		539		90		462		558	

⁷⁶ Women, Men and Media, en *Media Report to Women*. Spring 1996.

⁷⁷ Un 63,16% de la redacción de informativos de TVE en Torrespaña opinaba que debería haber menos Deporte que el que hay. (Encuesta del Consejo Provisional de Informativos. Noviembre 2004).

Si analizamos las mujeres mencionadas también encontramos diferencias. Las mujeres más mencionadas en tve1 son las políticas (4,3%); en La2, las policías, además de las mujeres cuya profesión es desconocida⁷⁸ y las estudiantes (4,4%); en Tele5, también las políticas, como en tve1, y además con un 5,2%; y por último, en Antena3, las mujeres de profesión no declarada, es decir, las mujeres víctimas de cualquier tipo⁷⁹, con el 5%.

Al mismo tiempo, queremos comparar cifras entre las cuatro cadenas atendiendo a otras variables que no representan situaciones de victimización y falta de agencia femenina, sino todo lo contrario; si nos fijamos en el mismo Cuadro 23, respecto a la fila que recoge a las Científicas, ingenieras, periodistas, etc. si hablamos en términos absolutos, vemos que de las poquísimas (10) mujeres mencionadas, 9 lo fueron en los telediarios de TVE (3 en los de la Primera y otras tres en *La2Noticias*) además de una en Antena3. Si analizamos la fila del empresariado, abogadas o economistas, tenemos 0,1% de mujeres (2, en términos absolutos), y 2,6% (43 hombres). La profesión periodística suele decir que estas cifras sólo son reflejo de la situación de las mujeres y hombres de estas profesiones, en la sociedad. Sin embargo, aunque no disponemos de cifras en España, podemos compartir los resultados de una investigación⁸⁰ que se llevó a cabo en los más importantes periódicos de EE.UU., y encontraron: "El último año se publicó un informe por la Foundation for Women Business Owners que mostraba que las empresas pertenecientes a mujeres empleaban al 35% más de gente en EE.UU. que lo que hacían las 500 compañías mundiales del Fortune. Sin embargo, en la investigación sobre los periódicos, sólo el 14% de las referencias de la primera página de Negocios, eran mujeres".

Cuando hemos analizado los resultados del estudio respecto a las cadenas de radio, ya hemos señalado la conveniencia de ampliar el campo de la representación de las mujeres, tal como se contempla en el Decálogo de medidas para cubrir la violencia de género⁸¹, eligiendo noticias que no sólo enseñen modelos de mujeres victimizadas, sino mostrando roles más variados de mujeres en profesiones en las que tienen ya presencia significativa. Es recomendable seguir informando de los casos de violencia de género⁸², aunque nos remitimos al Decálogo citado para mejorar cómo cubrir estos temas.

3.1.2.1.1. Comparación de personas mencionadas en las dos temporadas (2000-01) y (2004-05)

Las cifras apenas han cambiado (Cuadro 26) en el caso de los hombres mencionados: en la primera temporada, los deportistas también eran de quienes más se hablaba, con el 27,3%, les seguían los políticos, con el 19% y la suma de ambas profesiones suponía el 46,3% del total de las menciones de los telediarios. Sacábamos la misma conclusión que en este informe: los telediarios son y eran de los deportistas y de los políticos (una de cada dos personas que habla o habló en la primera temporada o es un futbolista o un político).

En cuanto a las mujeres, el primer lugar de las mencionadas lo ocupaban las ciudadanas comunes, que aquí hemos llamado "Profesión no declarada"; dentro de este colectivo se encontraban prácticamente todas las mujeres víctimas de cualquier situación⁸³: de accidente, de cualquier delito, de la violencia de género, etc. El segundo lugar lo ocupan las políticas, con el 2,2% de las mujeres mencionadas, y en tercer lugar, las estudiantes, con el 1,3%. La diferencia más significativa, se da en las frecuencias relativas de las políticas (un 2,2% en la primera temporada y un 3,6% en la actual), aun-

⁷⁸ Y que son, fundamentalmente, mujeres víctimas de algún delito, especialmente de violencia de género en la muestra que contemplamos.

⁷⁹ Esta cadena, como veremos posteriormente, cubrió exhaustivamente los temas de violencia de género, y especialmente el asesinato de las dos policías de Hospitalet.

⁸⁰ Women, Men and Media en *Media Report To Women*. Primavera 1996.

⁸¹ Adoptado por todas las cadenas de televisión que se analizan en este estudio. (Se puede bajar de la web del Instituto de la Mujer: www.mtas.es/mujer).

⁸² Costó cuarenta años al movimiento feminista lograr que la violencia confinada en el hogar familiar fuera un asunto público: político y mediático, y por tanto, social, como para que ahora se diga que existe sobrerrepresentación de este grave problema. Lo que existe, como vemos no sólo con esta variable sino con otras muchas, es una infrarrepresentación de mujeres en otros sectores profesionales que deberían ser visibilizadas: como abogadas, empresarias, profesoras, funcionarias, autoras, etc.

⁸³ A los asesinos no se les identifica con la misma variable, sino como delincuentes (personas acusadas de haber cometido algún delito), cuando en el telediario no se informa de su profesión.

que las frecuencias absolutas no son muy distintas, 44 mujeres frente a 59 en la temporada actual, debido a que hay menos personas mencionadas y por lo tanto, también, menos mujeres en la temporada actual respecto a la primera⁸⁴.

3.1.2.2. Más o menos noticias por telediario: la visibilización de la ‘agencia femenina’

“Lo que está en juego no es el número de mujeres que aparecen en los medios, sino el peso de sus voces. Lo que se encuentra en los estudios es que las noticias sobre mujeres eran breves, en tiempo o espacio, con poca variedad u originalidad en el tratamiento”⁸⁵.

¿Por qué han bajado las menciones de 1.981 personas a 1.649, con una diferencia de 332 personas menos entre las dos temporadas, que significa un 17% menos? Lo mismo ocurre con las personas entrevistadas; en la primer temporada de muestra lo fueron 1.309, mientras que en la actual, sólo hablaron 1.022 (una diferencia de 287 personas; un 22% menos). Se podría pensar que ha habido menos personas entrevistadas pero que el tiempo total concedido a las entrevistas no ha variado. No ha sido así, también ha bajado significativamente el tiempo que se les ha concedido a quienes han intervenido. Nuestra hipótesis de partida, que se ha confirmado, es que, en general, y dado que la duración de los telediarios fue similar en las dos temporadas que se comparan, en algunos canales se dedica más tiempo al desarrollo de las noticias, con mayor intervención de las y los periodistas en la muestra actual que en la de hace cuatro años; en general, se observa que cuando se desarrolla más la noticia, se logra enriquecerla sobre la base de disponer de mayor tiempo para realizar las tareas de contextualización, ofrecer antecedentes y valorar las consecuencias que la noticia pueda tener para la audiencia.

Cuadro 24
Número de noticias, totales y por canales de televisión, en las dos temporadas

Año	Todas	tve1	La 2	TELE 5	Antena 3
2001	911	314	85	252	260
2004	880	273	85	232	287

Hemos obtenido los siguientes datos que confirman nuestra hipótesis: ha disminuido el número de noticias por telediario en dos de las cuatro cadenas. Vemos que tve1 emitió 314 noticias en la primera temporada y 273 en la actual, es decir, un 13% menos que ha redundado en un aumento del tiempo que se dedica a cada noticia; y nuestra hipótesis de partida, es que mejora su tratamiento. Lo mismo ha ocurrido en Tele 5, con una disminución de un 8%. La2, prácticamente, no ha variado, aunque aumenta el número de noticias en 3 unidades. Antena 3, sin embargo, aumenta el número de noticias en más de un 10%⁸⁶.

En un estudio cuantitativo como este, es interesante también aportar aquellos resultados que puedan ilustrar el objetivo que se pretende: conocer la representación de las mujeres y de los hombres en los informativos de televisión. Una noticia que cubrieron todos los canales de televisión fue la concesión del Premio Nobel de la Paz a la keniana Wangari Mathai. En el siguiente Cuadro se recoge el tiempo que cada telediario reservó a esta noticia.

⁸⁴ En dos de las cuatro cadenas de la muestra: tve1 y Tele5. Este hecho no se produce ni en Antena3 ni en La2.

⁸⁵ Gallagher, Margaret. 2001 *Gender setting. New Agendas for Monitoring and Advocacy*. Londres: Zed Books; (pp. 7).

⁸⁶ El tratar de dar muchas noticias por unidad, es decir, por telediario, conlleva que se traten más superficialmente los temas. Con esta práctica de ‘engordar’ el telediario con más noticias aumenta el número de las que podríamos llamar noticias-sumario, en donde no existe desarrollo de la noticia, es un tema que no ha sido asignado a ningún redactor o redactora, y la presentadora o el presentador se limita a dar una pincelada de lo ocurrido (el escaso tiempo que se dedica a este tipo de noticias puede llegar a los 20” o menos).

Cuadro 25
Tiempo reservado para la misma noticia en los telediarios analizados

Informativo/Canal	Tiempo
TD1 (tve1)	1' 47"
TD2 (tve1)	1' 40"
La2 Noticias (La2)	1' 51"
Informativos Tele 5. 1ª edición	34"
Informativos Tele 5. 2ª edición	30"
Antena 3 Noticias. 1ª edición	29"
Antena 3 Noticias. 2ª edición	26"

Las cifras pueden decir poco, pero siendo un tema que puede aportar una visión distinta sobre las mujeres, vamos a analizarlo. El TD1 de La Primera abundó en los logros que esta keniana había conseguido (primera mujer en obtener un Doctorado en Biología, una cátedra en la Universidad, ahora es Ministra... –también se recoge esta información en el TD2–); señalaba también lo que hemos venido llamando la ‘agencia femenina’ y que apenas encontramos su desarrollo en las noticias. Además de informar de que puso en marcha el Movimiento del Cinturón Verde (MCV) en su país (extremo que todas las noticias contemplaron), se dice específicamente: *“Las mujeres se encargan de plantar y supervisar miles de viveros y llevar la administración forestal”*, con las imágenes correspondientes⁸⁷. Esta es la perspectiva de género porque, a diferencia de muchas otras noticias de la muestra, recoge la actividad real de las mujeres africanas⁸⁸ y además, señala las dificultades concretas que tienen que superar *“Hace 27 años creó el MCV en su país, y miles de puestos de trabajo, especialmente para las mujeres, en un país en donde los hombres las consideraban inferiores”*. Es decir, se pone de manifiesto la capacidad transformadora que las mujeres africanas están desarrollando a pesar del medio hostil en el que viven.

¿Qué se puede decir en medio minuto? El nombre de la Premio Nobel de la Paz correspondiente a 2004, que ha sido galardonada, su edad y que es fundadora del MCV, que es un programa para proteger el medio ambiente y que ha supuesto plantar 30 millones de árboles, y poco más.

3.1.2.3. Personas mencionadas vs. personas entrevistadas. Resultados globales

En el Cuadro 26 se comparan las personas que han sido mencionadas y entrevistadas (está ordenado por mujeres entrevistadas). Vemos que las mujeres más mencionadas y más entrevistadas pertenecen a la misma tipología: “Profesión no declarada”. Ya hemos señalado que muchas de las mencionadas eran víctimas de algún delito (violencia de género) o de un accidente, mientras que las mujeres entrevistadas bajo el mismo epígrafe suelen pertenecer a la *vox populi* (intervenciones muy breves, en este caso de mujeres que, generalmente en la calle⁸⁹, se les pregunta sobre algo que ha ocurrido, para ilustrar una noticia o como familiares de víctimas de cualquier tipo; es la representación del llamado ciudadano o ciudadana común). Es preciso, de todas formas, fijarnos en las mujeres entrevistadas de la primera fila (un 12,5%) y comparar esta cifra con la del total que figura en la penúltima fila (26,4%). Podemos ver que casi la mitad de las mujeres entrevistadas en esta muestra pertenecen a la categoría de “profesión no declarada”.

En segundo lugar, y también tanto mencionadas como entrevistadas, están las mujeres políticas, con un 3,6% las primeras y un 3,2% las segundas. Esta cifra, sobre todo la de las entrevistadas, es

⁸⁷ Redactora: Rosa Ortiz.

⁸⁸ Que habitualmente se las estereotipa como víctimas.

⁸⁹ Vecinas de Silvia Nogaledo y Aurora Rodríguez, las dos policías de Hospitalet, y de todas las mujeres asesinadas por sus compañeros íntimos.

importante destacarla ya que recoge la implementación de las políticas de Igualdad de Oportunidades promovidas tanto dentro de los partidos como desde las instancias políticas correspondientes. Esta es una tendencia positiva que creemos necesario señalar y que nos afianza en la idea de la necesidad de introducir medidas correctoras de acción positiva para modificar la situación de las mujeres en la sociedad, y así, obligar a revisar y transformar el imaginario cultural que se construye desde los medios de comunicación.

Los hombres más mencionados fueron los deportistas, y los más entrevistados, los políticos, con el 19,2%. En segundo lugar, como mencionados están los políticos, con el 19,2%, y los entrevistados en segundo lugar, están los deportistas (15%).

Cuadro 26

Distribución de las personas mencionadas y entrevistadas (en %), según género y profesión. Todos los canales de televisión.

Profesión/Ocupación	Personas mencionadas		Personas entrevistadas	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Profesión no declarada	3,8 (7,5)	4,5 (8,2)	12,5 (8,6)	8,7 (11,1)
Político/a	3,6 (2,2)	19,2 (19)	3,2 (0,8)	19,2 (14,3)
Estudiante	1,8	0,5	2,6	3,1
Autores, escultoras, pintoras, etc.	1,6	4,7	2,2	4,2
Personal sanitario	0,8	0,2	1,2	3,7
Personal de ONG's	1	0,2	1,1	1,6
Oficios cualificados, sindicalista	0,4	1,9	0,7	3,5
Personal del sector servicios	0,1	0,2	0,7	0,6
Profesorado	0	0	0,5	1,1
Funcionariado	0,9	1,3	0,4	0,9
Empresaria, abogado, economista	0,1	2,6	0,4	6,3
Científica/o, ingeniero/a, periodista	0,6	2,7	0,3	1,9
Deportista, entrenador/a	0,2 (0,7)	27,9 (27,3)	0,3 (0,2)	15 (26,8)
Desempleado/a	0	0	0,3	0,7
Agricultura, pesca, ganadería	0	0,1	0,1	0,4
Policía, militares	3,4	0,8	0	2,3
Delincuente	2,3	11	0	0,1
Gente famosa	0,3	0	0	0
Pensionista, jubilado/a	0,2	0,2	0	0
Ama de casa	0,1	0	0	0
Religioso/a	0	1	0	0,5
Otros	0	0	0	0
Total	21	79	26,4	73,6
Muestra	1.649		1.022	

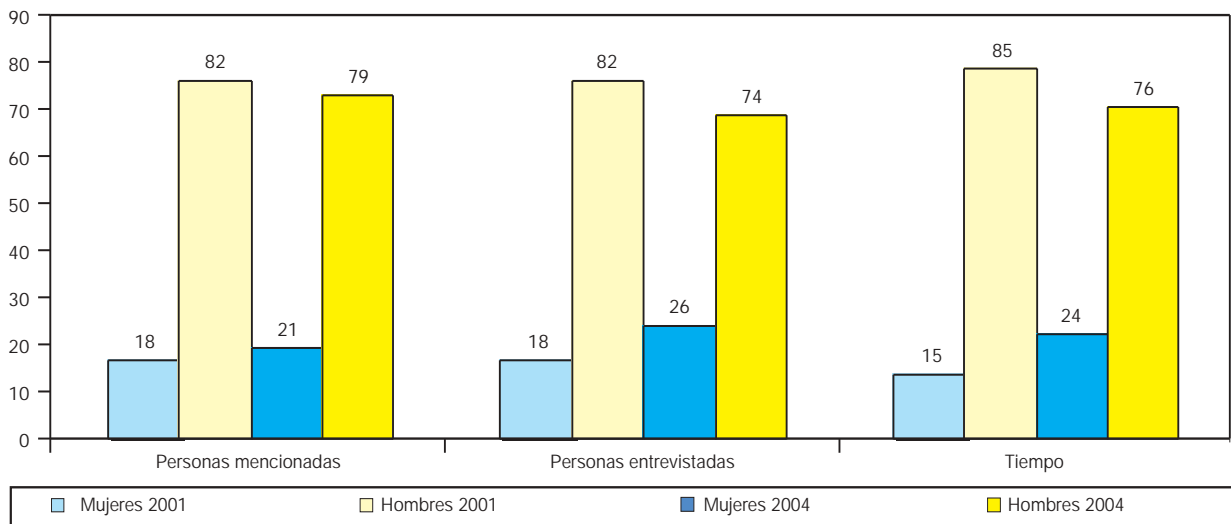
3.1.2.3.1. Comparación entre las dos temporadas (2000-01) y (2004-05)

En el Cuadro 26 vemos que han disminuido las mujeres mencionadas de "profesión no declarada" en casi dos puntos (los hombres, en casi 4); por el contrario, han aumentado las mujeres entrevistadas como de "profesión no declarada" (mientras que ha disminuido en el caso de los hombres, casi tres puntos). También, en la fila de Deportistas vemos la invariabilidad de las cifras que ya se vie-

nen señalando respecto a la sobrerrepresentación de los deportistas. Por último, se destaca el incremento, respecto a la primera temporada, de las mujeres políticas, tanto mencionadas como entrevistadas.

Como se pone de manifiesto en el Gráfico 3, en donde se recogen los resultados de las dos temporadas, ha habido un incremento significativo en la representación de las mujeres en los informativos de televisión comparado con el estudio anterior. Además de los tres puntos que han ganado las mujeres mencionadas, es positiva la tendencia observada en las entrevistadas al ganar 8 puntos (se ha pasado del 18% al 26% en los cuatro años que separan las dos temporadas analizadas), y también es significativa los 9 puntos de diferencia en el 'tiempo' que se ha dado en los 'totales' a las mujeres entrevistadas (pasó del 15% al 24% del tiempo total de personas entrevistadas). De todas formas es preciso analizar dentro de qué profesiones se ha producido este aumento significativo de representación de las mujeres (que se abordará posteriormente).

Gráfico 3
Personas mencionadas, entrevistadas y tiempo hablado. Informativos de televisión



3.1.2.4. Tiempo hablado por mujeres y hombres, por profesión

Como vemos en el Cuadro 27 la voz de las mujeres que recogen los informativos de televisión no pertenece, mayoritariamente, a las profesiones valoradas socialmente (como ocurre con los hombres a quienes se ha entrevistado o se han recogido sus declaraciones en los 'totales': políticos, empresarios, abogados, economistas, científicos, etc. quienes suman, el 42% del total de todos los hombres a quienes se ha recogido su voz). Si buscamos una cifra similar en el caso de las mujeres, no tenemos que calcular nada, la encontramos en las mujeres cuya profesión no se declara (el 43%). Respecto a las profesiones valoradas socialmente, en el caso de las mujeres suman el 18% (24 puntos de diferencia con el tiempo hablado por los hombres). No obstante, queremos destacar ese 15% que han hablado las políticas, respecto al total de mujer, que supone, en valores absolutos, 7 minutos y 44 segundos. Si comparamos el tiempo de estas declaraciones con las de la primera temporada, que fueron de 2 minutos y 54 segundos, consideramos que los informativos de televisión están dando más voz a las mujeres (18% frente al 12% de la temporada anterior)⁹⁰.

⁹⁰ De todas formas, si los comparamos con las intervenciones de los políticos (50' vs. 7' 44") vemos que todavía hay una significativa diferencia entre las intervenciones de los políticos y de las políticas. (Las intervenciones de los políticos en la primera temporada habían sido de 1 hora, 1 minuto y 26 segundos).

Cuadro 27
Tiempo hablado (en %) por las personas
entrevistadas en los informativos de televisión

Profesión/Ocupación	Mujeres	Hombres
Profesión no declarada	43 (43)	8 (9)
Político/a	15 (7)	30 (26)
Autores, escultoras, pintoras, etc.	8 (4)	5 (4)
Estudiante	7 (6)	1,8 (1)
Personal sanitario	6 (6)	7 (2)
Personal de ONG's	5	2
Personal del sector servicios	3	1
Oficios cualificados, sindicalista	3	4
Deportista, entrenador/a	3 (1)	22 (27)
Funcionariado	2	1
Empresario/a, abogado/a, economista	2 (3)	8 (11)
Desempleado/a	1,4	0,5
Profesorado	1	1
Científica/o, ingeniero/a, periodista	1 (2)	4 (5)
Agricultura, pesca, ganadería	0,3	0,2
Policía, militares	0	3
Religioso/a	0	1
Ama de casa	0	0
Pensionista, jubilado/a	0	0
Persona acusada de cometer un delito	0	0,1
Otros	0	0
Gente famosa	0	0
Total	100	100
Muestra	3.094" (2.498")	10.009" (14.177")

Existen investigaciones⁹¹ que señalan que cuando las mujeres que trabajan en la política son representadas en los medios de comunicación, no solamente son menos "noticiables" que sus colegas masculinos –extremo que confirma este estudio-, sino que se las trata de manera distinta: se habla más de su situación familiar y su apariencia, y se menciona las posibles dificultades que pueden encontrar en el ejercicio de su labor profesional, circunstancias que no se mencionan en el caso de los políticos. Sin embargo, en este estudio, no encontramos sesgos similares en la cobertura de las políticas en ninguno de los canales⁹².

En el Cuadro 27 se recoge también el tiempo que han hablado en los 'totales' hombres y mujeres en los 35 telediarios de la muestra. La suma de las intervenciones de las mujeres y los hombres, en la temporada actual, supone 13.103 segundos (es decir, 3 horas 38 minutos y 11 segundos). En la primera temporada analizada, alcanza 16.675 segundos (equivalentes a 4 horas, 37 minutos y 30

⁹¹ *Imágenes de las mujeres en los medios de comunicación*. Informe Final, Junio, 1997. Investigadora para España: Elvira Altés. 2000. Madrid: Instituto de la Mujer. (Pp. 33-34).

⁹² La candidatura de Esperanza Aguirre a la presidencia del PP en la Comunidad de Madrid, asunto que estuvo de actualidad varios de los días en que se tomó la muestra. La asistencia de la Vicepresidenta primera del Gobierno a la cumbre Europa-Asia en Vietnam; la posición del Ministerio de Sanidad, y su ministra, Elena Salgado, sobre la pildora del día siguiente; anuncio de la Ministra de Fomento de la próxima prohibición de fumar en los trenes de largo recorrido, y otras más.

segundos). Como se indicó anteriormente, en los telediarios de la muestra actual también ha disminuido el tiempo de intervención de las personas entrevistadas en un 21%.

3.1.2.5. Personas entrevistadas por profesión y canales de televisión

Hay diferencias significativas en la representación de las mujeres entrevistadas en los cuatro canales de televisión. Analizando solamente las cifras más importantes, cuantitativamente hablando, vemos que "profesión no declarada" recoge cifras muy diferentes en los cuatro canales, desde un 19,3% en Tele5 hasta un 5,6% en tve1. Vamos a verlo también con las cifras absolutas: de un total de 64 mujeres entrevistadas, Tele5 recogió declaraciones de 44 mujeres cuya profesión no es conocida (fundamentalmente vecinas, familiares, amigas de víctimas de violencia de género, o lo que llamábamos en el Primer Informe, mujeres que intervienen como ilustración⁹³, fundamentalmente).

Cuadro 28
Frecuencias relativas de las personas entrevistadas respecto al total, por canal de televisión

Profesión/Ocupación	Todas		tve1		La2		Tele5		Antena3	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Profesión no declarada	12,5	8,7	5,6	5,9	11,4	4,3	19,3	11,8	14,9	10,2
Político/a	3,2	19,2	3,8	24,6	5,7	10	3,1	22,4	2,3	14,1
Estudiante	2,6	3,1	3,5	6,2	7,1	4,3	1,3	1,8	1,8	1
Autores, escultoras, pintoras	2,2	4,2	2,1	2,1	1,4	17,1	0,9	2,6	3,1	4,7
Personal sanitario	1,2	3,7	1,5	3,2	1,4	5,7	0,9	3,1	1	4,2
Personal de ONG's	1,1	1,6	0,9	1,8	7,1	4,3	0	0,4	0,8	1,6
Personal del sector servicios	0,7	0,6	0,6	0,9	0	0	0,9	0,4	0,8	0,5
Oficios cualific., sindicalista	0,7	3,5	1,2	2,9	1,4	0	0	0,9	0,5	6,3
Profesorado	0,5	1,1	1,2	1,2	0	2,9	0,4	1,8	0	0,3
Funcionariado	0,4	0,9	0,3	0,6	0	0	0,4	0,9	0,5	1,3
Empresario, abogada, econ.	0,4	6,3	0,6	6,5	0	4,3	0	6,1	0,5	6,5
Científica, ingeniero, period.	0,3	1,9	0,6	2,3	0	1,4	0,4	1,8	0	1,6
Deportista, entrenador/a	0,3	15	0,6	16,1	0	0	0	12,7	0,3	18
Desempleado/a	0,3	0,7	0,3	0	0	7,1	0	0,4	0,5	0,3
Agricultura, pesca, ganadería	0,1	0,4	0,3	0,9	0	0	0	0,4	0	0
Policía, militares	0	2,3	0	1,2	0	0	0	4,8	0	2,1
Religioso/a	0	0,5	0	0,6	0	2,9	0	0	0	0,3
Ama de casa	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Pensionista, jubilado/a	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Persona acusada cometer delito	0	0,1	0	0,3	0	0	0	0	0	0
Otros	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gente famosa	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	26(18)	74(82)	23(15)	77(85)	36(34)	64(66)	28(18)	72(82)	27(17)	73(83)
Muestra	1.022		341		70		228		383	

(Las cifras entre paréntesis corresponden a los resultados de la temporada 2000-01).

⁹³ Cuando se anuncia que se va a prohibir fumar en RENFE (06/10/2004) Tele 5 –y también otras televisiones- recogió varios testimonios de personas que viajaban en tren y que opinaban sobre la futura medida.

Por otra parte, vemos que en tve1 la proporción es de 19 sobre 78 mujeres entrevistadas⁹⁴; en La2Noticias, de 8 sobre 25 (1 de cada 3, cifra significativa, también); y en Antena3, de 57 sobre 104 (una de cada dos). Los datos hallados nos hablan de representaciones de las mujeres, en una gran proporción, como mujeres sin poder, situación que alimenta los significados culturales tradicionales que consideran a las mujeres como desempoderadas y faltas de recursos como para alcanzar otro estatus en la sociedad. (Respecto a los hombres no hacemos la misma comparación en la medida en que, aunque la misma tipología de hombres entrevistados nos hable de cifras entre el 11,8% de Tele5 y el 4,3% de La2, sin embargo, no debemos olvidar que hablamos sobre una muestra mucho más alta (de 279 hombres entrevistados en Antena3, sólo 41 lo fueron como “profesión no declarada”).

Cuadro 29
Distribución (en %) de las personas entrevistadas en los informativos de televisión, por profesión, según género y cadena

Profesión/Ocupación	Todas		tve1		La2		Tele5		Antena3	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Profesión no declarada	47(48)	12(13)	24	8	32	7	70	16	55	14
Político/a	12 (4)	26 (17)	17	32	16	16	11	31	9	19
Estudiante	10	4	15	8	20	7	5	2	7	1
Autores, pintoras, etc.	8	6	9	3	4	27	3	4	12	6
Personal sanitario	4	5	6	4	4	9	3	4	4	6
Personal de ONG's	4	2	4	2	20	7	0	1	3	2
Personal servicios	3	1	3	1	0	0	3	1	3	1
Oficios, sindicalista	3	5	5	4	4	0	0	1	2	9
Profesorado	2	1	5	2	0	4	2	2	0	0
Funcionariado	1	1	1	1	0	0	2	1	2	2
Empres., abog., econ.	1	9	3	8	0	7	0	8	2	9
Cient., ingen., period.	1	3	3	3	0	2	2	2	0	2
Deportista, entrenador	1(1)	20(33)	3	21	0	0	0	18	1	25
Desempleado/a	1	1	1	0	0	11	0	1	2	0
Agric., pesca, ganad.	0	1	1	1	0	0	0	1	0	0
Policia, militares	0	3	0	2	0	0	0	7	0	3
Religioso/a	0	1	0	1	0	4	0	0	0	0
Ama de casa	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Pensionista, jubilado/a	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Persona acusada	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Otros	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gente famosa	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Muestra	270	752	78	263	25	45	63	165	104	279

(Las cifras entre paréntesis corresponden a los resultados de la temporada 2000-01).

⁹⁴ Podría parecer que la inclusión de la ciudadanía común, la *vox populi*, es, en sí misma, positiva porque puede dar la sensación de que fomenta la participación de la ciudadanía. No siempre es así si no cuidamos el equilibrio de género y no atendemos a la diversificación en la representación de otros grupos significativos de mujeres que cumplen papeles sociales más prestigiados y que pueden constituir modelos positivos de identificación para otras mujeres, y para las niñas y adolescentes.

En el Cuadro 29 podemos ver, en la primera fila, más claramente la gran proporción de mujeres entrevistadas en esta categoría de “profesión no declarada” que venimos analizando. Los hombres, como podemos ver en el mismo Cuadro, solamente son entrevistados en esta tipología un 12% del total (que, en términos absolutos, significa que de 752 hombres entrevistados, 90 lo fueron como “profesión no declarada”). Como señala Margaret Gallagher⁹⁵, no sólo es preciso cuantificar el número de mujeres que son representadas en una u otra categoría, sino comparar estas cifras con las de los hombres.

Las mujeres siguen sin tener voz como personas pertenecientes a ciertas profesiones que son valoradas socialmente (científicas, ingenieras, empresarias, abogadas, economistas etc.); por el contrario, la voz masculina que ocupa el espacio de los informativos de televisión es la voz de quien tiene poder (26% de políticos, más 9% empresarios, etc., más 3% científicos, etc.).

Cuadro 30
Distribución (en %) de las personas entrevistadas según género y profesión

Profesión/Ocupación	Todas		tve1		La2		Tele5		Antena3	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Profesión no declarada	59	41	49	51	73	27	62	38	59	4
Personal del sector servicios	54	46	40	60	0	0	67	33	60	4
Estudiante	46	54	36	64	63	38	43	57	64	4
Personal de ONG's	41	59	33	67	63	38	0	100	33	7
Autor, pintora, escultora, etc.	34	66	50	50	8	92	25	75	40	6
Profesorado	31	69	50	50	0	100	20	80	0	10
Funcionariado	31	69	33	67	0	0	33	67	29	7
Desempleado/a	30	70	100	0	0	100	0	100	67	3
Total	26	74	23	77	36	64	28	72	27	7
Personal sanitario	24	76	31	69	20	80	22	78	20	8
Agricultura, pesca, ganadería	20	80	25	75	0	0	0	100	0	0
Oficios cualificados, sindicalista	16	84	29	71	100	0	0	100	8	9
Político/a	14	86	13	87	36	64	12	88	14	9
Científica, ingeniero, periodista	14	86	20	80	0	100	20	80	0	10
Empresario/a, abogado/a, econ.	6	94	8	92	0	100	0	100	7	9
Deportista, entrenador/a	2	98	4	96	0	0	0	100	1	10
Policia, militares	0	100	0	100	0	0	0	100	0	10
Religioso/a	0	100	0	100	0	100	0	0	0	10
Persona acusada cometer delito	0	100	0	100	0	0	0	0	0	0
Ama de casa	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Pensionista, jubilado/a	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Otros	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gente famosa	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Muestra	270	752	78	263	25	45	63	165	104	279

⁹⁵ Gallagher, Margaret. 2001. *Gender setting. New Agendas for Monitoring and Advocacy*. Londres: Zed Books.

3.1.2.5.1. Comparación en las dos temporadas (2000-01) y (2004-05) entre las personas entrevistadas, por género

El mismo Cuadro 29 nos informa de los pocos cambios que se han dado, por profesión, entre mujeres y hombres entrevistados en los informativos televisivos; aunque sí ha habido movimientos importantes de cifras tanto en la representación de los hombres como de las mujeres. En el Primer Informe se recogía un 48% del tiempo total hablado por las mujeres que correspondía a las de "profesión no declarada"; este año, un 47%, de manera que se puede mantener que de cada dos mujeres que hablaron, una pertenece a esa categoría. En el caso de los hombres en aquella primera muestra, recogíamos, 12%, valores similares a los actuales, 13%.

En el Gráfico 4 podemos ver las frecuencias relativas que ha alcanzado en la muestra actual, la representación de las mujeres y los hombres según profesiones. (Los valores relativos alcanzados se pueden ver mejor en el Cuadro 27).

Seguimos partiendo del Cuadro 29, y vemos que en donde se ha dado un cambio es en la proporción de hombres entrevistados como políticos y deportistas. En la primera temporada analizada, los deportistas casi duplicaron el número de veces que intervinieron los políticos. En la muestra actual, son más los políticos que hablan que los deportistas (con una diferencia de 6 puntos). Vemos que también existe la misma correlación en cuanto al tiempo hablado (Cuadro 27), ya que en la muestra actual los políticos hablan un 30% y los deportistas, un 22%; en la primera temporada las cifras fueron 26% y 27% respectivamente.

Cuadro 31
Personas entrevistadas y tiempo hablado (en %) por profesión y género

Profesión/Ocupación	Personas entrevistadas		Tiempo hablado		Diferencia
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	
Científica/o, ingeniero/a, periodista	13,6	86,4	5,2	94,8	-8,4
Personal del sector servicios	53,8	46,2	45,7	54,3	-8,2
Profesorado	31,3	68,8	25,9	74,1	-5,3
Personal sanitario	24,0	76	21,1	78,9	-2,9
Autor, pintora, escultora, etc.	33,8	66,2	32,4	67,6	-1,5
Político/a	14,4	85,6	13,4	86,6	-1,1
Policia, militares	00	100	0	100	0
Religioso/a	0	100	0	100	0
Ama de casa	0	0	0	0	0
Pensionista, jubilado/a	0	0	0	0	0
Persona acusada cometer delito	0	100	0	100	0
Otros	0	0	0	0	0
Gente famosa	0	0	0	0	0
Empresario/a, abogado/a, econ.	5,9	94,1	6,1	93,9	0,2
Oficios cualificados, sindicalista	16,3	83,7	16,6	83,4	0,3
Deportista, entrenador/a	1,9	98,1	4,1	95,9	2,2
Profesión no declarada	59	41	61,5	38,5	2,5
Personal de ONG's	40,7	59,3	46,9	53,1	6,1
Agricultura, pesca, ganadería	20	80	27,6	72,4	7,6
Estudiante	45,8	54,2	54,3	45,8	8,5
Funcionariado	30,8	69,2	40,9	59,1	10,1
Desempleado/a	30	70	46,7	53,3	16,7

Cuadro 32

Distribución (en %) de los temas según género de las/os periodistas y personas entrevistadas. Todos los canales de televisión

Temas	Periodistas		Personas mencionadas	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Delitos, juicios, asuntos legales	21	19	36	12
Salud, medicina	9	5	15	7
Política, gobierno, elecciones, legislación	15	12	14	19
Cultura	8	6	13	8
Educación	3	1	8	5
Temas laborales, negociaciones, huelgas	3	1	3	3
Guerras, terrorismo	9	8	3	4
Economía, negocios, comercio	3	2	2	3
Deportes	17	39	2	27
Medio ambiente	2	0	1	1
Derechos humanos	1	1	1	2
Accidentes, tragedias, terremotos	1	1	1	2
Pobreza, vivienda, desempleo	1	1	1	1
No se conoce	1	0	0	0
Otros temas	2	1	0	1
Vida social: nacimientos, celebraciones	1	0	0	0
Crisis internacionales, refugiados	1	1	0	1
Defensa nacional, gastos militares	1	1	0	1
Religión	0	0	0	0
Manifestaciones, concentraciones, disturbios	1	1	0	1
Ciencia	1	0	0	0
Total	100	100	100	100
Muestra	380	539	270	752

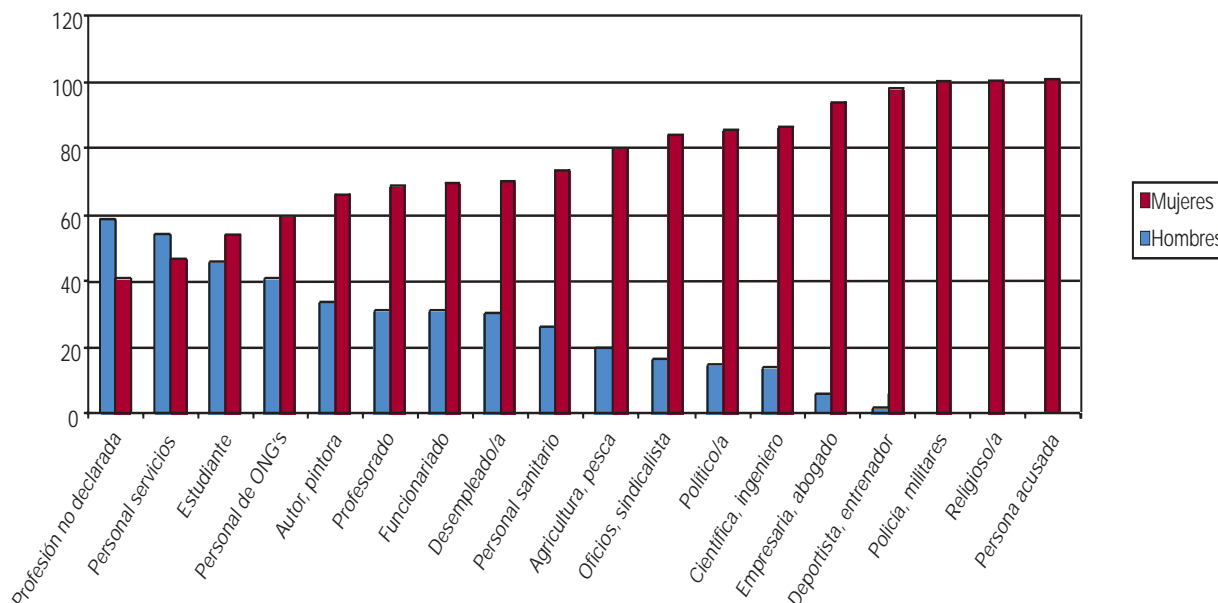
3.1.2.6. Diferencias en la correlación entre personas entrevistadas y tiempo hablado

¿Existe correlación entre el número de veces que han hablado las personas y la duración de sus intervenciones? O, dicho de otra manera, a las mujeres se las entrevista menos que a los hombres, pero, además, ¿el discurso que se recoge en los 'totales' de los hombres es más largo que en el caso de las mujeres?

En el Primer Informe se encontró cierta desproporción entre los porcentajes de mujeres entrevistadas (18%) y el tiempo que estas mujeres hablaban (15%). En el estudio actual ha disminuido esta desproporción en dos puntos porcentuales, ya que en la temporada actual el porcentaje de mujeres entrevistadas es del 26% y el tiempo ha subido hasta el 24%.

Es decir, en la primera temporada analizada, las mujeres no solamente hablaban muchas menos veces que los hombres (situación que se sigue registrando en el Informe actual), sino que el tiempo que duraban esas intervenciones era también menor respecto al de los hombres. Esta situación ha mejorado aunque muy ligeramente.

Gráfico 4
Personas entrevistadas (en %) Informativos de televisión



3.1.3. Presencia de las mujeres y de los hombres en los informativos de televisión, según tema

Nos planteamos en este apartado el análisis de la representación que alcanzan las personas, hombres y mujeres, (profesionales que cubren los acontecimientos y personas entrevistadas), en las noticias que conforman el primer nivel informativo y que constituyen parte de la agenda pública; hablamos de Política, Economía, Temas laborales, Delitos y juicios, Guerras y terrorismo, Crisis internacionales y otras. Nos referimos a este tipo de noticias como temas "duros" vs. los temas "blandos" que estarían constituidos por las noticias de segundo nivel que abarcaría a la Cultura y a los temas de Sociedad como Educación, Salud, Pobreza, Derechos humanos, Ciencia, Vivienda o Medio ambiente. ¿Qué proporción de mujeres y hombres trabajan en un tipo de noticias u otro, y a cuántas mujeres y a cuántos hombres entrevistan o reproducen sus declaraciones?

Como podemos ver en el Cuadro 33 las periodistas han cubierto casi en la misma proporción que sus compañeros las noticias "duras" (la media de las mujeres es del 46%; la de los hombres, el 54%; ¿es significativa la diferencia? Sí, si sumamos la Sección de Deportes, que pertenece a las noticias "duras" y que hemos dejado fuera⁹⁶.

En una encuesta cumplimentada para el Consejo Provisional de Informativos de Torrespaña por quienes trabajan en la Redacción, un 60% manifestaba que a los nuevos informativos les faltaban "contenidos" y les sobraban "noticias blandas". Es evidente que no se refieren a los temas blandos a los que hacíamos referencia, ya que no sólo las noticias sobre Política o Economía tienen "contenido"; los acontecimientos relacionados con la Educación, el Medio Ambiente, la Pobreza o los Derechos humanos, independientemente de que la audiencia no está muy acostumbrada a ellos, por su falta de presencia en la agenda mediática, tratan aspectos importantísimos que están relacionados directamente con la vida de las personas –y a veces mucho más– que determinados contenidos, por ejemplo, de Política, que pueden ser considerados por la misma

⁹⁶ Como decía Gertrude Robinson, en 1994 "Las mujeres que trabajan en la televisión cubren desproporcionadamente más (60%) de los temas relacionados con las mujeres, y que aparecen en la última parte de las noticias. Esta posición, y el menor tiempo asignado a cubrirlas, juntos, indican que estos temas son menos importantes". "The Study of Women and Journalism: From Positivist to Feminist Approaches" en *Mass Communication Research. On problems and policies*. New Jersey: Ablex Publishing Corporation.

audiencia como reiterativos⁹⁷ y que a veces únicamente reflejan diferencias políticas que poco tienen que ver con los asuntos de la vida diaria, o también, asuntos extraordinarios⁹⁸, que afectan a la sociedad.

Cuadro 33
Distribución (en %) de género de las/os periodistas y personas entrevistadas, según tema

Tema	Periodistas			Personas entrevistadas		
	Mujeres	Hombres	Muestra	Mujeres	Hombres	Muestra
No se conoce	100	0	3	100	0	1
Delitos, juicios, asuntos legales	43	57	184	52	48	185
Salud, medicina	55	45	65	42	58	97
Educación	62	38	21	38	62	55
Medio ambiente	86	14	7	36	64	11
Cultura	48	52	63	35	65	96
Temas laborales, negociaciones, huelgas	65	35	17	26	74	35
Terrorismo, guerras	45	55	77	25	75	36
Política, gobierno, elecciones, legislación	47	53	121	21	79	177
Derechos humanos	43	57	7	19	81	16
Pobreza, vivienda, desempleo	50	50	10	17	83	12
Economía, negocios, comercio	53	47	19	16	84	31
Accidentes, tragedias, terremotos	40	60	10	13	88	16
Otros temas	64	36	14	9	91	11
Deportes	23	77	273	2	98	211
Vida social: nacimientos, celebraciones	67	33	3	0	100	2
Crisis internacionales, refugiados	29	71	7	0	100	6
Defensa nacional, gastos militares	43	57	7	0	100	10
Religión	0	0	0	0	100	2
Manifestaciones, concentraciones, disturbios	50	50	8	0	100	9
Ciencia	100	0	2	0	100	2
Muestra	380	539	919	270	752	1022

El Cuadro 33 también nos informa de qué temas hablaron las personas cuyas intervenciones se recogieron en los 'totales' de los telediarios. Vemos que con arreglo a su importancia numérica (filas señaladas en azul) hablaron de Deporte, de Delitos y temas legales, de Política, de Salud y de Cultura, por este orden. Las diferencias entre hombres y mujeres se ponen de manifiesto en las columnas 5 y 6. Como vemos, los tres primeros temas pertenecen a las áreas más prestigiadas, mayoritarias en cuanto a recursos que se les dedica (número de periodistas) y, sobre todo Deportes y Política, áreas

⁹⁷ Mientras redactábamos este Informe, tuvo lugar la decisión del Parlamento vasco de seguir adelante con el proyecto de reforma del Estatuto vasco. En diferentes tertulias de radio los propios periodistas se preguntaban si sería correcto redundar tanto en este tema. Se justificaban ellos mismos al afirmar inmediatamente que todo el mundo estaba hablando de lo mismo. ¿Era la sociedad quien hablaba del tema o eran los medios? Este es el quid de la cuestión.

⁹⁸ El *tsunami* que se cobró más de 250.000 vidas humanas en el Sudeste asiático, en los últimos días de 2004 y comienzos de 2005, debería ser motivo de reflexión en las redacciones. ¿Está entre la funciones de los medios de comunicación, y especialmente de los informativos de radio y televisión, formar e informar a la audiencia para prevenirse ante determinadas catástrofes naturales como los maremotos? Ya sabemos que la profesión periodística, en general, no suscribe la función formativa de los medios. Experiencias como el *tsunami* deberían hacernos recapacitar.

en donde existe gran desproporción de hombres entrevistados respecto a mujeres, a favor de los primeros. Si consideramos el aparente equilibrio que hay en la representación de mujeres y hombres en la fila de Delitos y temas legales, tenemos que convenir en que esta categoría es, precisamente, la que engloba a más personas entrevistadas como "profesión no declarada"; es decir, la *vox populi*; en donde ya hemos visto que existe una sobrerrepresentación de mujeres.

3.1.3.1. Comparación de resultados entre las dos temporadas (2000-01) y (2004-05)

Se observan algunas similitudes como en Deportes, en donde las periodistas siguen estando menos representadas en esta Sección (24% en 2000-01; 23% en la temporada actual) que sus compañeros. Y algunas diferencias: En la primera temporada hallamos que las periodistas cubrían el 68% de las noticias "duras"; en la temporada actual, esta proporción ha bajado al 46%⁹⁹.

El Cuadro 34, ordenado por representación de mujeres, en todas las cadenas, muestra cómo se distribuyen las personas entrevistadas en los diferentes valores que adopta la variable Tema, según canal de televisión.

Cuadro 34
Distribución (en %) de las personas entrevistadas por temas, según género y canal de televisión

Temas	Todas		Tve1		La2		Tele5		Antena3	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Delitos, asuntos legales, etc.	36	12	9	7	16	11	52	16	50	14
Salud, medicina	15	7	12	6	20	11	22	9	13	7
Política, gobierno, legislación	14	19	27	20	24	11	8	26	5	15
Cultura	13	8	17	6	12	27	5	5	14	9
Educación	8	5	14	8	8	4	5	2	5	2
Temas laborales, huelgas	3	3	3	3	4	7	2	2	5	4
Guerras, terrorismo	3	4	5	5	4	2	0	5	4	2
Economía, negocios, comercio	2	3	4	2	0	2	0	2	2	5
Deportes	2	27	5	29	0	0	0	23	1	33
Medio ambiente	1	1	1	2	4	0	2	2	1	0
Derechos humanos	1	2	1	2	8	9	0	2	0	0
Accidentes, tragedias, etc.	1	2	0	0	0	0	2	1	1	4
Pobreza, vivienda, desempleo	1	1	1	1	0	9	2	1	0	1
No se conoce	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0
Otros temas	0	1	1	3	0	0	0	1	0	1
Vida social: nacimientos, etc.	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
Crisis internacionales, etc.	0	1	0	1	0	4	0	0	0	0
Defensa, gastos militares	0	1	0	2	0	0	0	1	0	2
Religión	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
Manifestaciones, concentrac.	0	1	0	2	0	0	0	0	0	1
Ciencia	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Muestra	270	752	78	263	25	45	63	165	104	279

⁹⁹ No hemos considerado dentro de esta media la Sección de Deportes en ninguna de las dos temporadas.

3.1.4. Noticias cuyo tema central es foco de interés para las mujeres

“Los estudios de visionado de los medios confirman de manera muy concreta que las noticias no son sólo sobre hombres y hechas por los hombres¹⁰⁰; son abrumadoramente elaboradas a través del punto de vista de los hombres¹⁰¹.”

En la encuesta ya citada del Comité Provisional de Informativos de TVE, la mayoría de los y las periodistas encuestadas contesta que debería haber más temas de Sociedad en los telediarios; y una mayoría significativa, (el 63,16%), señalaba que debería haber menos Deporte. Compartimos este punto de vista, y si esta idea se llevase a la práctica, se obtendrían unos informativos mucho más equilibrados respecto a lo que se entiende por informar de los asuntos que interesan a la audiencia, y en especial, a las mujeres; es decir, informar desde la perspectiva de género.

Aunque hablemos de temas de especial interés para las mujeres, creemos que deberían ser, también, de especial interés para los hombres. Pongamos el ejemplo de la ya citada Ley Orgánica de Medidas Integrales contra la Violencia de Género; ¿esta ley afecta especialmente a las mujeres? Por supuesto que sí; pero ¿por qué motivo? Porque en la sociedad en que vivimos, y debido a la cultura patriarcal que ha elaborado –y sigue elaborando– las características de la masculinidad basadas en el dominio, el control y la fuerza, entre otros rasgos de la personalidad masculina, las mujeres son objeto de faltas de consideración, desprecio, humillaciones, malos tratos, e incluso asesinatos, por parte de hombres violentos¹⁰² que no están dispuestos a perder sus privilegios, entre otros, el de poseer una esposa. ¿Debería ser un asunto, también, de los hombres no violentos el problema de la violencia masculina? Sólo como objeto de reflexión aportamos la siguiente información. Una de las cuatro áreas prioritarias de investigación sobre género y violencia promovidas por el Consejo de Ministros Nórdico a través de un proyecto de investigación que duraba cuatro años, (2000-04), es la siguiente: “La Masculinidad y la violencia como fenómenos mutuamente interrelacionados. Definiciones culturales de la sexualidad que privilegia la de los hombres y subordina la de las mujeres”¹⁰³.

De manera que creemos que no sólo a los violentos debería preocuparles la violencia que ejercen contra las mujeres; debería ser, también, un tema central de interés para los hombres, aunque, lamentablemente, la investigación no confirme este extremo¹⁰⁴. Este es solo un ejemplo evidente; si hablamos de la educación, o de la representación de las mujeres en los medios, o del cambio en los papeles de las mujeres en la sociedad, estamos hablando de noticias que afectan también a los hombres pero que, también tradicionalmente ellos han pensado que no son de su incumbencia. ¿No debería ser tema de especial interés para los hombres el que en el siglo XXI, en España, haya trabajos en los que las jóvenes licenciadas, ganen un 50% menos que sus compañeros?

El Cuadro 35 recoge en qué proporción los informativos de televisión han tenido como centro de interés los problemas específicos a los que las mujeres tienen que hacer frente, irremediadamente, en su vida diaria. Vemos que de las 880 noticias que se emitieron en la semana de muestra, 121 pertenecían a

¹⁰⁰ Esta es una cita de Hartley (1982: 146), como vemos, de hace 22 años, cuando todavía estaba en pleno apogeo el supuesto de que las noticias no contemplaban asuntos que afectaban a las mujeres porque no había mujeres periodistas en las redacciones. Hoy esta hipótesis ha sido ampliamente demostrada como errónea. Ni siquiera una defensora a ultranza de esta hipótesis, Margaret Gallagher, la mantiene (Ver Gallagher, Margaret, 2001. *Gender setting. New Agendas for Monitoring and Advocacy*. Londres: Zed Books).

¹⁰¹ Gallagher, Margaret. 2001; (pp. 47).

¹⁰² Que no solamente implementan esta masculinidad dañina en las relaciones con su compañera íntima, sino que se manifiestan, también en las relaciones que, en general, mantienen con cualquier mujer. Esta ideología de la supremacía masculina, más generalizada que la violencia de género, todavía no se ha manifestado en la agenda política y mediática. Deberá ser el próximo objetivo en cuanto a la visibilización de los problemas que afectan a las mujeres, si queremos caminar hacia una democracia paritaria.

¹⁰³ Gender and violence in the Nordic countries a research programme (2000-2004). (<http://www.euowrc.org>).

¹⁰⁴ “En el informe *Women Viewing Violence* hallamos entre las mujeres un gran deseo de que la violencia contra las mujeres se tratase como un tema merecedor de regulación especial audiovisual, o al menos, que quienes hacen los programas pusieran cuidado extra y atención. En el estudio actual, *Men Viewing Violence*, por el contrario, no podemos informar ni de que la violencia de los hombres contra las mujeres, ni contra los hombres, fuesen considerados por los hombres como temas destacados”. (*Men Viewing Violence*. Stirling Media Research Institute and Violence Research Centre, Manchester University. October 1998. Broadcast Standards Comisión; (pp. 65).

alguno de los temas recogidos en este Cuadro. Así, pues, ha habido un aumento significativo respecto a la muestra de la primera temporada, donde solo se recogieron 18 noticias de este tipo, es decir, se han incrementado en un 77%, extremo que se valora como muy positivo en términos cuantitativos.

El problema lo encontramos cuando analizamos qué tipo de noticias, mayoritariamente, han coadyuvado a dicho incremento (véase el Cuadro 35). Vemos que la violencia de género ha supuesto el 59% del total de este tipo de noticias; esta es una de las conclusiones de este informe, el aumento significativo de la representación de la violencia contra las mujeres, que hemos valorado positivamente, ya que es preciso seguir visibilizándola, pero que debe ser enmarcada en la necesidad de ampliar el campo de representación de las mujeres a otros temas, otros significados, que visibilicen la actuación de las mujeres en la sociedad, y no solamente las contemplen como víctimas de la violencia masculina. Si las cifras se mantienen en estos términos, flaco favor hacemos a las niñas y adolescentes¹⁰⁵, promoviendo modelos de identificación que les vaticinan una vida de inquietud y sufrimiento.

Cuadro 35
Temas que interesan y preocupan a las mujeres

Tema	Todas	tve1	La2	Tele 5	Antena 3
La mujer no es el tema central	759	246	71	201	241
Control de natalidad	10 (4)	2 (1)	4 (0)	0 (1)	4 (2)
Cambio en las funciones de las mujeres	2 (0)	0	2	0	0
Cuidado de la infancia	0 (0)	0	0	0	0
Educación y formación	1 (0)	0	1	0	0
Mujeres de las minorías	0 (0)	0	0	0	0
Representación de la mujer en los medios	0 (0)	0	0	0	0
Mujeres rurales	7 (0)	2	2	2	1
Orientación sexual	1 (0)	0	0	0	1
Asuntos sociales	1 (4)	0 (1)	0 (1)	0 (1)	1 (1)
Violencia de género	71 (1)	14 (1)	4	23	30
Mujeres y religión	0 (0)	0	0	0	0
Mujeres y poder en cualquier área	0 (1)	0	0	0	0 (1)
Mujeres minusválidas	0 (0)	0	0	0	0
Salud de las mujeres	2 (0)	1	0	0	1
Derechos legales de las mujeres	12 (3)	5	2 (1)	2 (2)	3 (0)
Mujeres y trabajo	14 (5)	3 (2)	2 (2)	4 (0)	5 (1)
Otros temas	0	0	0	0	0
Total noticias	880	273	88	232	287

(Las cifras entre paréntesis corresponden a los resultados de la temporada (2000-01).

Si hacemos un análisis, por canales de televisión, vemos que, independientemente de los números absolutos, muy bajos para todos los telediarios, la mayor diversificación de temas de interés para las mujeres se encuentra en los dos canales públicos, tve1 y La2 (*La2 Noticias* con un 76% de otros temas de mujeres, seguida de La Primera, con un 48%; de manera que la violencia ocupó en La2 el 24% del total de este tipo de noticias, y tve1, el 52%). En Antena 3 la violencia constituye el 65% de este tipo de noticias, y en los telediarios de Tele 5, el 74%. "Mujeres y trabajo"¹⁰⁶, y "Derechos legales

¹⁰⁵ La agenda informativa se expande por toda la sociedad a través de otros formatos y de la comunicación personal, de manera que llega a la mayoría de los sectores de edad y grupos sociales.

¹⁰⁶ Entre otras, se contó la noticia de que las 20.000 personas que habían engrosado las filas del desempleo en septiembre de 2004, fueron todas mujeres (aunque la forma en que muchas de ellas se cubrieron, a manera prácticamente de titular, era manifiestamente mejorable).

de las mujeres”, con la ya mencionada Ley Orgánica de Medidas Integrales contra la Violencia de Género, además de noticias relacionadas con el control de la natalidad¹⁰⁷, fueron los temas más significados en los 35 telediarios analizados.

Creemos que podría ser un punto de reflexión para las redacciones y, especialmente, para quienes ejercen labores de edición y dirección en los telediarios, la notoriedad manifiesta que puede alcanzar un tema entre el público, y el grado de contribución a la resolución de un problema, como el que tratamos, a través de su visibilización en los medios (sabemos que la agenda política ha sido determinante –como manifestábamos en el informe sobre radio– para visibilizar este grave problema). Pero los medios también han seguido la estela y han puesto en su punto de mira un tema que “sólo” es, valoramos, la punta del iceberg del maltrato habitual que ejercen muchos hombres contra las mujeres en la sociedad actual.

En aras de ese equilibrio que es necesario alcanzar, los medios, pensamos, no sólo deberían cubrir los temas de asesinatos de mujeres, sino también atender al resto de los temas¹⁰⁸ que se recogen en el Cuadro 35 que comentamos; como señala La Estrategia Marco Comunitaria sobre igualdad entre hombres y mujeres (2003-2006): “Sin menoscabo de su libertad de expresión, y en su calidad de formadores de opinión e instrumentos para modelar valores, los medios de comunicación y la industria de la cultura deben contribuir a cambiar los estereotipos sexistas existentes en la percepción pública y a presentar una imagen objetiva de los hombres y las mujeres”. Las imágenes de mujeres asesinadas son sólo una parte de las imágenes objetivas de las mujeres en la sociedad española actual.

3.1.5. La forma en que los informativos de televisión presentan a mujeres y hombres en las noticias

3.1.5.1. Identificación de las personas mencionadas en función de su relación familiar

Hemos señalado la desempoderación que muestran muchas de las noticias que hemos analizado: mujeres sin profesión conocida, víctimas, representantes de profesiones no valoradas socialmente, etc., en este apartado atendemos a otro aspecto sobre el que la profesión periodística debería reflexionar: Las mujeres como estatus vicario. Mujeres representadas que son mencionadas exclusivamente por su relación con una persona relacionada con la noticia¹⁰⁹, como protagonista o cualquier otra situación. El Cuadro 36 nos aporta las cifras, en donde podemos compararlas con la prácticamente ausencia de varones mencionados en calidad de esposo, hijo o padre de alguna persona protagonista o citada en la noticia (1,3% de hombres, y 12,3% de mujeres).

Cuadro 36
Personas mencionadas en función de su relación familiar

Estatus vicario	Todas ¹¹⁰		Tve 1		La 2		Tele 5		Antena 3	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
No	87,6	98,8	83,5	99,1	91,3	97,1	90,1	97,9	88,0	99,3
Esposa, hija, madre	12,3	0	16,5	0	10,2	0	10,5	0	11	0
Esposo, hijo, padre	0	1,3	0	0,9	0	1,5	0	1,5	0	1,7
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Muestra	347	1303	103	436	23	68	121	341	100	458

¹⁰⁷ Declaraciones de la Ministra de Sanidad sobre la píldora del día siguiente, y la presentación de una Guía, Sex-Joven, para adolescentes, entre otras.

¹⁰⁸ La sanidad (practicada, también, desde la supremacía masculina) discrimina a las mujeres cuando prescribe remedios que la investigación farmacéutica no ha contrastado en mujeres.

¹⁰⁹ Por ejemplo, la esposa del hombre que murió como consecuencia del atropello del bailarín Farruquito; o las hijas de la psicóloga Anna Permanyer, cuyo cadáver se encontró días después de su desaparición.

¹¹⁰ Existe diferencias significativas entre hombres y mujeres respecto al estatus vicario. Chi-cuadrado muestral 146 frente a 7,8 al nivel de confianza del 95% tanto en el conjunto como en cada cadena.

3.1.5.2. Personas representadas como víctimas

“La buena información puede afectar a la audiencia. La organización Women’s Media Watch, de Sudáfrica mantiene que las noticias sobre las mujeres que escapan a relaciones abusivas a veces son una inspiración para las mujeres todavía atrapadas en el ciclo de la violencia”¹¹¹.

Ya nos hemos referido a los altos porcentajes de representación de las mujeres como víctimas; mientras que en la temporada 2000-01 no se encontró ningún caso de violencia de género, en la temporada actual, un 29% de todas las mujeres mencionadas fueron víctimas de este tipo de violencia. No son significativas las cifras de víctimas de un accidente, aunque existe mucho mayor equilibrio que la cifra que se alcanzó en la primera temporada (un 6,8% de mujeres, frente a un 1,2% de hombres), que interpretábamos entonces, como la seducción de la cámara por las víctimas femeninas.

Cuadro 37
Personas mencionadas (en %) como víctimas en los informativos de televisión

Víctima/No víctima	Todas		Tve 1		La 2		Tele 5		Antena 3	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
No víctima	59	94	75	95	78	87	54	93	45	94
Víctima de un accidente	3	2	1	2	4	0	2	1	5	2
Víctima violencia género	29	0	18	0	17	0	31	0	39	0
Víctima delito (no sexual)	5	1	1	0,2	0	0	7	3	6	1
Víctima guerra, terrorismo	5	3	3	1	0	13	7	3	5	3
Víctima (otros casos)	1	1	2	2	0	0	0	0	0	0
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Muestra	347	1303	103	436	23	68	121	341	100	458

Ya señalábamos en el Primer Informe de la temporada 2000-01 que los hombres son más víctimas de la violencia de otros hombres, que las propias mujeres, sin embargo, los medios no recogen esta realidad, con lo que la opinión pública percibe una sobrerrepresentación de mujeres como víctimas. Sería razonable preguntarse si los valores noticiales de los acontecimientos que se constituyen en noticia, muchas veces privilegian imágenes emotivas, de peligro, que contribuyen a sobrerrepresentar, especialmente a las mujeres, como víctimas¹¹².

Ya hemos venido señalando que ha aumentado, respecto al Primer Informe, las mujeres mencionadas como víctimas en los telediarios. En aquella muestra las cifras obtenidas fueron un 12,1% del total de mencionadas (en esta muestra, el 41%). El número de hombres mencionados también como víctimas ha experimentado un incremento desde el 2,7% de la primera muestra hasta el 6% en la actual.

¹¹¹ “Muchas mujeres dejan la relación debido a la fuerza de los artículos o de los programas de radio que cuenta una noticia de una mujer con la que ellas se pueden identificar. Muy a menudo estas mujeres no dicen a las o a los periodistas que su artículo fue su cuerda de salvación; quizás la profesión periodística necesite más *feedback* positivos para escribir más noticias similares” (Le Roux, 1999: 25). Citado por Gallagher, Margaret. 2001. *Gender setting. New Agendas for Monitoring and Advocacy*. Londres: Zed Books; (pp. 99-100).

¹¹² En los periódicos se puede ver con mayor claridad dicho sesgo: la representación de la mayor parte de las víctimas de cualquier infortunio se construye a través de la imagen femenina.

Cuadro 38

Personas mencionadas (en %) como víctimas, por género, según tipología.
Informativos de televisión

Víctima/No víctima	Todas		Tve 1		La 2		Tele 5		Antena 3	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
No víctima	14	86	16	84	23	77	17	83	9	91
Víctima de un accidente	31	69	13	88	100	0	50	50	31	69
Víctima violencia género	100	0	100	0	100	0	100	0	100	0
Víctima delito (no sexual)	52	48	50	50	0	0	45	55	67	33
Víctima guerra, terrorismo	30	70	33	67	0	100	44	56	28	72
Víctima (otros casos)	17	83	20	80	0	0	0	100	0	100

3.1.5.3. Alabanzas y acusaciones

En algunas ocasiones las personas objeto de las noticias fueron alabadas o acusadas de cometer algún delito¹¹³, de situaciones impropias, etc. Respecto al género, según el Cuadro 39, un 6% de las mujeres fueron alabadas¹¹⁴ (en total, 21 mujeres). Los hombres, en proporción similar, un 5%, también fueron alabados, aunque los valores absolutos suben hasta 65.

También son muchos más los hombres acusados de haber cometido algún delito (21%, con valores absolutos de 274 hombres), que las mujeres (un 12%, que corresponde a 42 mujeres).

Cuadro 39

Reconocimientos y acusaciones (en %)

Todas	Acusaciones		Alabanzas	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
No	88	79	94	95
Si	12 (4)	21 (11)	6 (4)	5 (4)
Total	100	100	100	100
Muestra	347	1303	347	1303

Las cifras entre paréntesis corresponden a los resultados de la temporada (2000-01).

3.1.5.4. Posición de la cámara

Las imágenes de televisión no son más objetivas que un texto; no sólo el encuadre o la edición afecta a la percepción del público; el ángulo de la cámara registra la situación en la que se coloca el espectador o la espectadora que está viendo el telediario. En el estudio cuyos resultados presentamos se han considerado tres posiciones de cámara de las personas que aparecen en los 'totales' de los telediarios: frontal, contrapicado y picado.

¹¹³ Ya hemos señalado que en el periodo de la muestra tuvo lugar la detención de varios miembros de ETA, y, también, la de varios hombres acusados, y otros juzgados por asesinar a sus compañeras íntimas; además del asesino de las dos policías de Hospitalet, Pedro Jiménez García.

¹¹⁴ Este año los Premios Nobel de Literatura y de la Paz, además de una componente del Nobel de Física, los ganaron dos mujeres, Elfriede Jelinek y Wangari Maathai.

Cuadro 40
Posición de la cámara (en %)

Angulo de la cámara	Mujeres	Hombres
Frontal	71	74
Picado	21	8
Contrapicado	8	19
Total	100	100
Muestra	269	752

Como ya mostramos en el Primer Informe de la temporada 2000-01, las mujeres son tomadas más a menudo (21% vs. 8% de hombres) desde la posición que Millerson¹¹⁵ define como un emplazamiento más alto de la cámara, y por lo tanto, afirma que esas personas tendrán un aspecto más disminuido. Por el contrario, los hombres en un 19% de los casos, que supone una diferencia significativa respecto a las mujeres (8%), son tomados más a menudo desde un emplazamiento de cámara más bajo, que les da un aire de importancia y de confianza en sí mismos¹¹⁶.

3.1.6. Presencia de las periodistas¹¹⁷ en las redacciones de los informativos de televisión

“Antes de asistir al curso, como mujer pensaba que tenía una perspectiva de género que me venía dada simplemente por el hecho de mi experiencia vital y profesional. Pensaba que tenía la capacidad de ver cuándo hay algo difuminado cuando hay eufemismos o cuando hay tópicos utilizados contra la mujer. Pero no; fue en el curso donde me di cuenta de que la sensibilidad de género se aprende”¹¹⁸.

Como se recoge en el Cuadro 41, entre las personas que han participado en las noticias como sujeto de la información, es decir, como constructoras del discurso, existe un cierto equilibrio en cuanto al género respecto al total de canales. Vemos que las mujeres constituyen el 43% de las personas que trabajaron en los telediarios de la muestra; los hombres representaron el 58%. Como se ha obtenido también en otras investigaciones, en los canales públicos, en este caso TVE, trabaja una mayor proporción de mujeres que en las televisiones privadas. (Véase el 83% de mujeres en La2, y el 55% en La Primera, respecto al 45% de Tele 5 y, especialmente, de Antena 3, con sólo el 24% del total de periodistas que intervinieron en las noticias de la muestra).

En el Estado Español, en casi todos los canales de televisión, la presentación de los informativos la realizan tanto mujeres como hombres (43%, 57%). Las cifras obtenidas para Tele5 (45% vs. 55%), aunque los dos telediarios están presentados por un hombre y una mujer, nos dicen que los hombres presentaron más noticias que las mujeres. En Antena 3, el telediario del mediodía está presentado por una mujer y un hombre y el de la noche, por un hombre; ese es el motivo de ese 21% vs. el 29% de noticias presentadas por los hombres.

¹¹⁵ Millerson, G. 2001. *Realización y producción en televisión*. Madrid: IORTV. (Pp: 161-2).

¹¹⁶ Si los futbolistas salen casi a rueda de prensa diaria, y se les coloca en un estrado, y además, quien lleva la cámara no se sitúa a su altura, tenemos asegurados los contrapicados de futbolistas, pero también de políticos y cualquier otra persona notoria que hable desde esta posición. Si las mujeres más entrevistadas fueron las ciudadanas comunes, a la salida de su casa, o en la calle, la práctica habitual de quien lleva la cámara no es preocuparse por recoger planos frontales de mujeres, a quienes no se les pregunta ni siquiera su nombre.

¹¹⁷ Ya hemos manifestado en la Metodología que la unidad de análisis de este estudio es la noticia, por lo que un o una profesional es registrada tantas veces como esté asociada a noticias distintas.

¹¹⁸ Irene Serna López. *Line producer en CNN+, asistente al curso La elaboración de noticias desde la perspectiva de género*, en el IORTV (RTVE). Diciembre 2003.

Cuadro 41
Presentadoras/es, periodistas, y otros/as profesionales televisión (en %)

Todos los niveles profesionales					
Género	Todas	tve1	La2	Tele5	Antena3
Mujeres	42 (43)	55	83	45	24
Hombres	58 (57)	45	17	55	76

Presentadores/as					
Género	Todas	tve1	La2	Tele5	Antena3
Mujeres	43 (46)	49	100	45	21
Hombres	57 (54)	51	0	55	79

Redactoras/es					
Género	Todas	tve1	La2	Tele5	Antena3
Mujeres	47 (45)	72	60	49	32
Hombres	53 (55)	28	40	51	68

Corresponsales					
Género	Todas	tve1	La2	Tele5	Antena3
Mujeres	30 (30)	45	0	39	6
Hombres	70 (70)	55	100	61	94

La2 Noticias está presentado por una mujer, mientras que La Primera, tve1, tiene una presentadora al mediodía y un presentador por la noche (vemos que en el telediario de la noche hay un 2% más de noticias que en el del mediodía). En esta muestra encontramos diferencias significativas, también en cuanto al análisis por canal de televisión. Mientras que en La Primera y La2 las periodistas cubrieron un 72% y un 60% de las noticias, respectivamente, en Antena 3 la situación es totalmente diferente, un 32% de mujeres periodistas frente al 68% de sus compañeros, cubrieron las noticias de la muestra. En Tele 5 existe una proporción similar de redactoras y redactores (49% vs. 51%).

Por último, en cuanto a las corresponsalías, enviadas o enviados especiales y periodistas que presentan los deportes, es donde, considerando la media para todos los telediarios, encontramos menor proporción de mujeres. Considerando individualmente los canales de televisión, vemos que tve1 es donde las mujeres han conseguido una mayor representación en estos trabajos prestigiosos, frente a Antena 3, en donde menos mujeres ejercen de corresponsales, presentadoras de Deportes, o enviadas especiales.

4. RESUMEN Y CONCLUSIONES

4.1. Informativos de radio

1. Las mujeres constituyen el 15% de las personas mencionadas, con nombre propio, como protagonistas de las noticias o de quienes hablan en las noticias; los hombres, el 85%.
2. Entre las distintas emisoras no existen diferencias, estadísticamente significativas¹¹⁹, en cuanto a la representación cuantitativa de las personas mencionadas por género.
3. Existen diferencias significativas entre las emisoras, respecto al número de noticias que son cubiertas por mujeres y hombres periodistas.

Personas mencionadas

1. Las personas más mencionadas en los informativos de radio son los hombres cuya profesión es la política, con un 41% de todas las menciones. El grupo que sigue a los políticos lo ocupan los deportistas (básicamente, futbolistas), con el 10,4%; y a continuación, los artistas: pintores, autores, etc., con el 7,9%. Por tanto, más de la mitad, 51,4%, de todas las personas mencionadas está formada por dos grupos de hombres, los políticos y los futbolistas.
2. Las mujeres más mencionadas como protagonistas o relacionadas con quienes son protagonistas de las noticias, en los informativos de radio de mediodía, fueron las políticas, con el 5,7% del total de personas mencionadas por su nombre propio. A este colectivo les siguen las mujeres de 'profesión no declarada', con el 2,3%; y a continuación están las mujeres acusadas de cometer algún delito, con el 1,7%.

Personas entrevistadas y tiempo hablado

1. El porcentaje de mujeres entrevistadas, 18%, es superior al de las mencionadas, 15%. Las mujeres entrevistadas son fundamentalmente políticas, 9,9%; profesión no declarada, 3,8%, a quienes les sigue las sindicalistas, con el 0,7% y otras tres profesiones más con la misma cifra: funcionariado, personal de ONG's y personal sanitario.
2. Los hombres entrevistados son fundamentalmente los políticos, 54,9%, los sindicalistas y de oficios cualificados, 5,1% y los hombres de profesión no declarada, 4,4%.
3. Aunque hay una diferencia estadísticamente significativa entre el tiempo que han hablado los hombres respecto a las mujeres (84% vs. 16%) es preciso destacar la cifra del 16% debido al incremento que se experimentó respecto a la primera temporada de muestra (un 9%).

Profesionales

1. Considerando los valores medios para toda la muestra existe un cierto equilibrio entre el número de noticias cubiertas por redactoras y las que lo fueron por redactores.
2. La cobertura de noticias "duras" y "blandas", según género, refleja una cierta segmentación. En cualquier caso, y atendiendo al dato de que la mayoría de las noticias de los informativos de radio son acerca de política (un 58% del total de periodistas, se dedicaron a los temas de política) vemos, en el Cuadro 9, que son más mujeres quienes cubren los temas duros (Delitos, Política, Guerra, Economía, etc.¹²⁰).

¹¹⁹ Nivel de confianza del 95%.

¹²⁰ Con la excepción de Deportes.

Temas de especial interés para las mujeres

1. Sólo un 8,5% del total de las noticias pueden considerarse como temas de preocupación e interés para las mujeres (trabajo, salud, derechos reproductivos, educación, cuidado de la infancia, etc.).

Forma en que las noticias representan a las mujeres y a los hombres

1. Existe una diferencia estadísticamente significativa en las menciones de las personas según su relación familiar (estatus vicario). Un 8% de las mujeres mencionadas lo fueron en calidad de esposa, madre, hija, etc., y solo un 0,5% de los hombres fueron mencionados bajo el criterio equivalente.
2. Los informativos de radio muestran a las mujeres en mayor proporción que a los hombres como víctimas: 23% de todas las mujeres mencionadas lo fueron como víctimas (de violencia de género, de cualquier delito, de un accidente, etc.). Los hombres que fueron mencionados como víctimas constituían un 4% del total de menciones.

4.2. Informativos de televisión

1. Las mujeres constituyen el 21% de las personas que aparecen mencionadas, con nombre propio, como protagonistas de las noticias o de quienes hablan las noticias. Los hombres, el 79%.
2. Existen diferencias, estadísticamente significativas¹²¹, entre los canales de televisión, en su conjunto, desde el punto de vista de las personas mencionadas por género (La2: 25,6% y Tele5: 26,2%, por un lado frente a tve1: 19,1% y Antena 3: 17,9% por otro).
3. Existen diferencias, estadísticamente significativas¹²², entre las distintas emisoras, respecto al número de noticias que son cubiertas por mujeres y hombres periodistas. (Hay más noticias cubiertas por mujeres en tve1 (60%); menos en Antena3 (26%).

Personas mencionadas

1. Las personas más mencionadas en las noticias de televisión son los deportistas (27,9%) de todas las personas mencionadas. El grupo siguiente en orden de importancia cuantitativa está formado por los políticos, con un 19,2% de participación sobre el total de personas mencionadas en los informativos de televisión.
2. Casi la mitad, 47%, de todas las personas mencionadas en las noticias de los telediarios está formada por dos grupos de hombres: deportistas y políticos.
3. Las mujeres más mencionadas fueron aquellas de las que se desconoce su profesión, 3,8%; les siguen las políticas, con el 3,6% del total de personas mencionadas; y en tercer lugar, las policías (3,4%).

Personas entrevistadas

1. El porcentaje de mujeres entrevistadas, considerando la media de todos los telediarios, es el 26,4% del total de personas de quienes se tomó una declaración o se entrevistó; los hombres, el 73,6%.
2. No hay diferencias significativas entre los distintos telediarios respecto a las mujeres entrevistadas.
3. El tiempo que la voz de las mujeres entrevistadas está en antena es un 24% del tiempo total (hombres y mujeres).

¹²¹ Chi cuadrado 12,84.

¹²² Chi cuadrado 83,39.

4. No existe una menor presencia, estadísticamente significativa, de las mujeres en términos de "voz" que en términos de número de veces entrevistada.
5. Las mujeres más entrevistadas pertenecen al grupo de aquéllas de cuya profesión no se informa (12,5%), a quienes les siguen las políticas, 3,2%, y en tercer lugar, las estudiantes, con el 2,6%. Dado que asciende al 26% el total de mujeres entrevistadas, se puede decir que de casi una de cada dos mujeres que hablaron en los telediarios, no se conoce su profesión (ni, en muchos casos, su nombre y apellidos).
6. Los hombres más entrevistados fueron los políticos (19,2%); en segundo lugar, los deportistas (15%); y en tercer lugar, los hombres de profesión no declarada (8,7%).

Profesionales

1. Considerando los valores medios de la muestra analizada existe un cierto equilibrio en cuanto al número de noticias cubiertas por redactoras y redactores (41% vs. 59%).
2. Mujeres y hombres, cubren, con cierto equilibrio, por igual las noticias "duras" y las "blandas".

Temas de especial interés para las mujeres

1. Los temas que tienen a las mujeres como objeto central, o tratan aspectos específicos de la mujeres, están muy poco representados en las noticias analizadas en la muestra (sólo un 14%).

Forma en que las noticias representan a las mujeres y a los hombres

1. Existe una diferencia significativa¹²³ en las menciones de las personas según su relación familiar (estatus vicario). Un 12,3% de las mujeres mencionadas lo fueron en calidad de esposa, madre, hija, y sólo un 1,3% de los hombres fueron mencionados bajo el criterio equivalente.
2. Las mujeres son representadas en mayor número de ocasiones como víctimas, que los hombres (41% frente al 6%).
3. En las noticias de los telediarios existe un porcentaje mayor de hombres que de mujeres que han sido acusados de cometer algún delito o realizar alguna acción reprobable (21% vs. 12%).
4. En las noticias de televisión la cámara trata de forma diferente a hombres y mujeres. Mientras que las mujeres son tomadas con ángulo picado un 21% de las ocasiones en que las mujeres aparecen en pantalla como entrevistadas, los hombres son tomados con este tipo de ángulo en un 8% de las ocasiones. Por el contrario, en un 8% de las tomas a mujeres se ha utilizado el plano contrapicado frente a un 19% a los hombres. Estas diferencias son estadísticamente significativas¹²⁴.

4.3. Comparación de resultados entre las dos temporadas

Informativos de radio

Personas mencionadas y entrevistadas y tiempo hablado

1. Respecto a los informativos de radio, en las dos temporadas, se observa que la representación de las mujeres y hombres en cuanto a personas mencionadas no ha variado: un 15% vs. 85%.
2. Sobre las profesiones más representadas (como mencionadas) no ha habido prácticamente variación: son los políticos¹²⁵ quienes están a la cabeza (incluso han ganado representación, pasando del 38,4% al 41% entre las dos temporadas). Los deportistas siguen teniendo repre-

¹²³ Chi cuadrado 148.

¹²⁴ Chi cuadrado 29,5.

¹²⁵ Ya hemos aclarado que cuando hablamos de los políticos sólo nos referimos a los hombres dedicados a la política.

sentación en esta categoría, pero han bajado, desde el 17,4% al 10,4%; de manera que estas dos categorías, igual que en la primera temporada, representan más del 50% de todas las personas que protagonizan las noticias o están relacionadas con ellas.

3. Respecto a las mujeres entrevistadas, también en la radio ha subido el porcentaje de declaraciones con voces de mujeres: pasó del 14% al 18% en esta temporada. ¿En qué profesiones se ha notado esta subida de representación? En las políticas: pasaron del 4% al 9,9% (situación creada por las políticas de acción positiva). En segundo lugar, siguen siendo las mujeres de profesión no declarada quienes más hablaron: en la primer temporada un 3%, en esta segunda, un 3,8%.
4. Respecto a los hombres entrevistados, los políticos ganaron seis puntos respecto a la primera temporada (pasaron del 49% al 54,9%). Así, de cada dos personas que hablan en los telediarios, más de una es un político.
5. En los informativos de radio donde ha habido un cambio importante en las dos temporadas ha sido en el tiempo que se ha recogido en los 'cortes' con declaraciones o entrevistas a mujeres, que ha pasado del 9% del total al 16% cubriéndose la brecha, detectada en el primer informe, entre el porcentaje de mujeres entrevistadas (15%) y el porcentaje de tiempo hablado (9%) respecto al tiempo total (Gráfico 1).

Profesionales

1. Ha bajado en una pequeña proporción el número de noticias cubiertas por mujeres respecto a los hombres: en la primera temporada 47% vs. 53%; en la última, 46% vs. 54%.

Temas de especial interés para las mujeres

1. Los informativos de radio han contemplado más noticias de interés para las mujeres: pasaron del 2,48% del total en la primera temporada, al 8,5% en la actual (aunque la proporción continúa siendo muy baja).

Forma en que las noticias representan a las mujeres

1. Las mujeres mencionadas o entrevistadas por su relación con un familiar han bajado respecto a la primera temporada: pasaron de un 11,3% a un 8%; los hombres, por el contrario, aunque en pequeña proporción, han aumentado en esta categoría: pasaron del 0,2% al 0,5%.
2. El apartado de las mujeres representadas como víctimas ha experimentado un incremento significativo: del 11,6% de la primera temporada, se ha pasado al 23% en la actual. Los hombres apenas han modificado su representación como víctimas¹²⁶ (han pasado del 3,6% al 4%).

Informativos de televisión

Personas mencionadas y entrevistadas

1. Las mujeres han pasado de ser el 18% de las menciones, al 21%, en cuatro temporadas, con lo que los hombres han perdido los mismos tres puntos en su representación en los telediarios. Apenas ha habido cambio en las profesiones más representadas: los deportistas y los políticos (suman un 47%).
2. ¿Ha habido, en cuanto a profesión, cambios significativos en la representación de las mujeres mencionadas en los telediarios? No, pero sí ha mejorado: hace cuatro temporadas las mujeres de quienes se desconocía su profesión constituían el 7,5% del total de mujeres mencionadas, (18%), de

¹²⁶ Especialmente lo han sido como víctimas de la guerra, un 2%.

manera que podíamos decir que casi una de cada tres mujeres mencionadas pertenecía a esta categoría; en la muestra actual la proporción ha bajado, en beneficio de las políticas y de las policí- as: 3,8%, 3,6% y 3,4% respectivamente (del total del 21% de mujeres mencionadas).

3. En cuanto al número de mujeres entrevistadas, su representación ha cambiado significativa- mente , pasando del 18% al 26,4% (los mismos 8,4 puntos los pierden los hombres entrevis- tados). La2Noticias sigue destacando sobre el resto de los telediarios, y pasa de 34% al 36% en esta categoría (aunque como ya se ha visto, la diferencia no es significativa).
4. Respecto al tiempo que permanece en antena la voz de las mujeres, es la categoría que más ha mejorado, también, significativamente , ya que ha pasado del 15% al 25% (ganando nueve puntos). (La misma proporción de tiempo ha perdido la voz de los hombres en los telediarios).
5. Pero, ¿ha habido modificación sustancial en la profesión de las mujeres entrevistadas? No en las más entrevistadas. Definitivamente, no. En la primera temporada, las mujeres a quienes más voz se dio en los telediarios fueron las de profesión no declarada (Cuadro 28 del Primer Informe); de un total de 233 mujeres, 112 (el 48%) pertenecían a esta categoría. En la tempo- rada actual (Cuadro 29 de este Informe), de un total de 270 mujeres, las que pertenecen a la categoría de ciudadana común, son 130 mujeres, es decir, el 47%.
6. Sí es cierto que a las políticas (segunda categoría en esta temporada), con el 12%¹²⁷, se les ha dado más voz en los telediarios (de 270 mujeres, hablaron 32 mujeres); mientras que en la primera temporada, de 233, solo 9 eran políticas). Para valorar en su justa medida este incre- mento es preciso comparar las cifras con las obtenidas para los hombres; de 752 hombres entrevistados en los telediarios, 196 son políticos en el estudio actual; en el primero, de un total de 1.076 hombres, 183 eran políticos.

Profesionales

1. Sorprendentemente, aunque hay diferencias por canal de televisión, respecto a la media de todos, se han obtenido los mismos resultados en cuanto al número de noticias cubiertas por hombres y mujeres en las dos temporadas (59% vs. 41%).
2. Exceptuando Deportes, en donde hay muchos más hombres que cubren esta Sección, las periodistas cubren de manera similar a sus compañeros las noticias "blandas" y "duras".

Temas de especial interés para las mujeres

1. Han aumentado significativamente las noticias que tienen a las mujeres como el foco de inte- rés, o de sus problemas. En la primera temporada, solo eran 18 noticias, en números absolu- tos, de un total de 911, lo que representa, como hemos señalado anteriormente, el 2% del total de noticias; en la presente temporada, se ha pasado al 14% (121 de un total de 880).

Forma en que las noticias representan a las mujeres y a los hombres

1. Apenas ha cambiado la representación, de media de los cuatro canales, de las mujeres como estatus vicario (12,6% en la primera temporada, frente al 12,3% en la actual); los hombres han pasado del 0,5% al 1,3% actual.
2. Ha aumentado significativamente las mujeres representadas como víctimas en las dos tempo- ras: del 12,1% al 41%; también los hombres, aunque en menor proporción (del 2,7% al 6%).
3. Han aumentado tanto las mujeres como los hombres acusados de haber cometido algún deli- to (del 11% al 21% las mujeres, y del 4% al 12% los hombres).
4. En las noticias de televisión, la cámara trata de forma diferente a hombres y mujeres. En los dos informes se detectan diferencias significativas en la posición de la cámara según se trate de hombre o mujer.

¹²⁷ Véase los mismos cuadros que en el apartado anterior (5).

5. CONCLUSIONES

Hasta 1948 ninguna mujer había trabajado como corresponsal para una cadena de televisión; fue la ABC norteamericana quien contrató a la primera, y aunque trabajó en noticias duras durante doce años, cuando se le asignó entrevistar a las esposas de los candidatos presidenciales en las convenciones políticas nacionales, también se le pidió que maquillara a las entrevistadas¹²⁸. Hoy a nadie se le ocurriría tal exigencia.

Tampoco hay que olvidar que cuando las pioneras europeas de los años sesenta y setenta intentaban abrirse paso en la locución de las noticias de radio o televisión, se aducía como razón para rechazarlas¹²⁹ el que la voz femenina no era verosímil y que no transmitía la autoridad suficiente; hoy las redacciones están llenas de redactoras que también leen las noticias delante de un micrófono.

Seguramente no hay nadie hoy a quien en una entrevista de calle al preguntarle si cree que las mujeres maltratadas se lo merecen, conteste que sí. Sin embargo, hace menos de diez años muchísimas personas habrían respondido afirmativamente. ¿Qué ha ocurrido para que la opinión pública haya cambiado mayoritariamente de opinión sobre este asunto, para que se oigan por igual voces masculinas y femeninas y para que Julia Otero no tenga que maquillar a sus entrevistadas en el programa que dirige y presenta?

Es muy reciente la aplicación de políticas de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres; en nuestro país, apenas veinte años, pero cada vez están más difundidas, lo que nos hace olvidar el camino recorrido. Si han cambiado las ideas respecto a las "características" de las mujeres para poder presentar o no las noticias, si ya cumplen cualquier tarea fundamental en las redacciones, si se ha logrado cierta sensibilidad respecto a la violencia masculina contra las mujeres ¿las personas con responsabilidades en la dirección y edición de los informativos audiovisuales no deberían emprender cierto cambio en su percepción de la sociedad para atender a los nuevos papeles que las mujeres están desempeñando hoy en España y así poder construir imágenes más diversas y menos estereotipadas?

Esta es la asignatura pendiente. Aunque sigue habiendo significativas diferencias en la representación de los hombres y las mujeres, tanto en los telediarios como en los informativos de radio, ha habido un incremento de éstas como protagonistas y actrices del debate político (más en radio que en televisión). Sin embargo, la gran mayoría de las mujeres que alcanzan un grado de representación considerable en los telediarios, el 12,5% del total de personas entrevistadas, son mujeres cuya profesión no se declara y muchas veces, tampoco, su nombre y apellidos. Así pues, las mujeres que más hablan en los telediarios lo hacen como 'ilustración' de la noticia. Se pide de ellas (también se hace así con los hombres de "profesión no declarada") esas "declaraciones" que terminan en 'totales' breves, a veces muy breves, en los que se prefiere el testimonio y la experiencia personales más que la opinión y el comentario. Cuando desde quienes defienden la participación de la ciudadanía común se aporta y valora este tipo de testimonios de la audiencia, se olvidan de que prácticamente este tipo de mensaje tiene como finalidad más la estimulación de la atención de la audiencia, que su participación real. Para que haya realmente participación de la ciudadanía hay que olvidar la técnica de salir a la calle a la primera estación de ferrocarril o al primer mercado; la participación de la ciudadanía debería estar representada, en cierta forma, a través de los colectivos más críticos, formados y activos de la sociedad (en el caso que analizamos, las organizaciones y asociaciones feministas, Consejos de la Mujer, representantes de Centros de la Mujer, organizaciones no gubernamentales, etc.). En el caso de que hablemos de la prohibición de fumar en los trenes de largo recorrido, creemos que habría que entrevistar a las asociaciones y organizaciones que pueden opinar y argumentar, que conocen la experiencia de otros países, que, en una palabra, pueden expresar distintos tipos de razones con las que la audiencia, a buen seguro, va a poder identificarse.

Nos preguntábamos anteriormente porqué en nuestro país se ha llegado a uno de los mayores grados de sensibilidad de nuestro entorno cultural respecto a la violencia masculina contra las mujeres. La respuesta la encontramos en los resultados de este estudio. Se ha considerado como tema, se le han dedicado recursos técnicos y humanos; se le ha hecho, en una palabra, formar parte

¹²⁸ *Broadcasting in America*. 1994. Head, Sydney W., Sterling, Christopher H. y Schofield, Lemuel B.; Boston: Houghton Mifflin Company, (pp. 224).

¹²⁹ *Women and Journalism*. 2004. Chambers, Deborah, Steiner, Linda y Fleming, Carole. Londres: Routledge; (pp. 33).

de la agenda de los medios. Y si ha formado parte de la agenda de los medios, también ha formado parte de la agenda social. Durante la muestra tomada ha estado tan presente la violencia contra las mujeres, que, como hemos señalado en el estudio, ha habido una sobrerrepresentación tanto de las mencionadas (las protagonistas de la ira de sus verdugos) como de las entrevistadas (el entorno de quienes las conocieron). Esta situación ha dado como resultado la prácticamente ausencia de otros colectivos que no fueran el de las mujeres que trabajan en la política. ¿Conclusión? Quien dirige y edita un telediario debe ser consciente de esa selección que sobrerrepresenta un problema real, del que hay que informar, pero cuyos resultados objetivos son la victimización de las mujeres como se ha hecho tradicionalmente a lo largo de la historia de la humanidad. Esta victimización se produce en la medida en que no se completan las informaciones sobre violencia de género con otras que aportaran más conocimiento sobre la situación de las mujeres en la sociedad actual.

Por eso la segunda asignatura pendiente está muy relacionada con la primera: la necesidad de ampliar el campo de representación de las mujeres; y sería conveniente hacerlo a través de otras tematizaciones que, sin ser 'cosas de mujeres' sino asuntos que afectan a la vida de mujeres y hombres, han sido consideradas como temas secundarios y 'blandos' y por lo tanto, no colocados en el primer nivel informativo. Nos referimos a los temas que afectan a la vida diaria de las personas y que incluso puede acabar con ella. En el cuerpo del estudio hacíamos alusión a los efectos del devastador *tsunami* que hizo desaparecer, también, a miles de turistas del primer mundo porque nadie les había informado y formado en los desastrosos efectos que puede producir un maremoto¹³⁰. Ampliar el campo de representación tanto de mujeres como de hombres llevaría a las redacciones a considerar muchos más temas de Educación, Sanidad, Cultura, etc.

Cuando nos referimos a los temas que afectan directamente y preocupan a las mujeres, hablamos de asuntos como su trabajo, tanto dentro como fuera de casa. ¿Tienen algún tipo de responsabilidad los medios audiovisuales en el hecho de que "el 23% de los chicos de 14 a 18 años cree justificado que las mujeres cobren menos¹³¹" que los hombres por igual trabajo? Si las noticias informaran del buen trabajo que también desarrollan las mujeres, de los objetivos alcanzados, de las responsabilidades que asumen, de su cooperación en la solución de los problemas, de sus dotes como negociadoras... seguramente los chicos, y también las chicas, podrían tener otra percepción distinta sobre las mujeres que también los animara a desarrollar relaciones más igualitarias, menos agresivas y más equitativas con sus pares femeninos.

Por último, quisiéramos reflexionar no sobre la comida rápida y barata, sino sobre los informativos rápidos (y no sabemos si, al final, también, más baratos). Para que una historia pueda aportar a la audiencia un grado de conocimiento mayor que el previo a la exposición a la noticia, es necesario que la profesión periodística disponga del tiempo suficiente para desarrollarla. Creemos que es difícil, por ejemplo, poder valorar el hecho de la concesión de un Premio Nobel como el de la Paz a una ecologista-ministra de Kenia, si no es posible disponer del tiempo suficiente para explicar porqué la Ecología tiene que ver con la Paz mundial. Habremos construido una noticia desde la perspectiva de género sobre este asunto si, como hizo Rosa Ortiz en el telediario 1 de La Primera, se completa la información con el *background* de los méritos de la Sra. Mathai; si se mencionan las dificultades de una mujer keniana en un país donde, desde la Agencia ya se informa de que "los hombres consideran a las mujeres inferiores". La información más creativa, original, y por tanto, completa, es aquella que logra situar a la audiencia en un plano distinto de conocimiento que le permite dotarse y pertrecharse con nuevos argumentos para hacer frente a los retos de la vida diaria: entre otros, no nos cabe duda, el respeto por el medio ambiente, y no por ser señalado en último lugar es menos importante, conseguir aportar conocimiento a la audiencia que les permita ver el mundo, y a las mujeres, sin la estereotipación de la que hacían gala los chicos españoles de 2001.

¹³⁰ También las más de 250.000 personas autóctonas, desaparecidas, lo fueron no solo por la desidia de los gobiernos propios que no instalaron la tecnología de predicción disponible en otros países, sino que tampoco, en países muy propensos a sufrir maremotos, nadie les informó ni formó de sus características para poder actuar en consecuencia.

¹³¹ Titular a cuatro columnas, El País, 31 de julio, 2001. La periodista añadía en la entradilla: "Así lo revela un estudio realizado por un equipo de la Universidad Complutense, que destaca, por ejemplo, que un 23% de estos chicos considera justificado que las mujeres cobren menos que los hombres en el mismo puesto "porque rinden menos" o que las mujeres sólo deberían trabajar fuera de casa "si pueden a la vez encargarse de la familia y el hogar".