



REPRESENTACIÓN DE GÉNERO EN LOS INFORMATIVOS DE RADIO Y TELEVISIÓN

DIRECTORA DE LA INVESTIGACIÓN: **PILAR LÓPEZ DÍEZ**



© Instituto Oficial de Radio y Televisión. RTVE, 2001

Carretera Dehesa de la Villa, s/n.

MADRID

Depósito legal: M. 9302-2002

Imprime: EGRAF, S. A.

Agradecimientos

No existe ninguna investigación publicada sobre las mujeres en los medios de comunicación, en cuyas páginas no se recoja la imprescindible necesidad de que los medios comprendan e implementen medidas encaminadas a mejorar la representación de las mujeres en sus contenidos. En España ha sido el Grupo RTVE el que ha escuchado (y esta vez sí que es escuchar y no oír) las voces que, no sólo desde la investigación, sino también desde organismos internacionales interesados en esta materia, vienen aconsejando a los medios de comunicación tener en cuenta la perspectiva de género. De esta forma, el Grupo RTVE cumple con uno de los principales objetivos de la radio y televisión de servicio público que es colaborar para conseguir un mayor entendimiento entre las personas y, ayudar a mejorar las relaciones interpersonales en la sociedad.

La investigación cuyos resultados aquí se presentan no podría haberse realizado sin la existencia de una complicidad positiva entre los géneros, basada en el respeto, el entendimiento y la igualdad. Ha sido un placer para quien firma esta nota de agradecimientos contar con la colaboración y apoyo en este proyecto del Director del Instituto Oficial de Radio y Televisión, Miguel Ángel Ortiz Sobrino, quien en la práctica, y siendo una experiencia innovadora en nuestro país, confió y puso todos los medios materiales y técnicos a su alcance, para la implementación del Convenio Específico de Colaboración entre el Grupo RTVE y el Instituto de la Mujer, dentro de cuyo marco se recoge la realización de este estudio.

Agradezco, también, la favorable acogida que, desde el primer momento, mostró la Directora del Instituto de la Mujer, Pilar Dávila, por el proyecto, quien además sugirió propuestas positivas en el desarrollo del Convenio al que hemos hecho mención. Agradezco a Rocío de la Hoz, Subdirectora General de Programas de dicho Instituto, que colaborase de una manera eficaz, circunstancia que facilitó que el proyecto tomase forma y se pusiera en práctica. Ha sido un placer la comunicación con Ana Mañeru, Directora de Programas de Educación y Cultura, quien ha colaborado muy estrechamente en la puesta en práctica del Convenio, gracias por ello.

Por último, las documentalistas Mercedes Fernández y Rosario Maseda, que trabajan en el Centro de Documentación del Instituto de la Mujer, me han prestado siempre, y también para esta investigación, una ayuda inestimable; sinceramente, muchas gracias.

Pilar López Díez

Las Rozas, 30 de diciembre de 2001

ÍNDICE

1. Introducción y metodología	9
1.1. Introducción	9
1.2. Objetivo del estudio	9
1.3. Historia	11
1.4. Metodología	11
2. Resultados en los informativos de radio	17
2.1. Representación de las mujeres en las noticias	17
2.1.1. Resultados generales: personas mencionadas y periodistas	17
2.1.2. Personas mencionadas, personas entrevistadas y tiempo hablado	18
2.1.3. La representación de género según profesión/ocupación	21
2.1.4. Presencia de las mujeres y de los hombres según temas	25
2.1.5. Temas de especial interés para las mujeres	29
2.1.6. La forma en que los informativos de mediodía de radio presentan a mujeres y hombres ..	30
2.1.6.1. Menciones de las personas según su relación familiar o estatus vicario	30
2.1.6.2. Personas representadas como víctimas	31
2.1.6.3. Alabanzas y acusaciones	32
2.2. Presencia de las periodistas que cubren las noticias en los informativos de radio	33
2.2.1. Presentadoras/es	33
2.2.2. Redactoras/es	34
2.2.3. Corresponsales, enviadas/os especiales, presentadores/as deportes	34
2.2.4. Comentarista/analista	34
3. Resultados en los informativos de televisión	35
3.1. Representación de las mujeres	35
3.1.1. Resultados generales: personas mencionadas y periodistas	35
3.1.2. Personas mencionadas, personas entrevistadas y tiempo hablado	35
3.1.3. La representación de género según profesión/ocupación	41
3.1.4. Presencia de las mujeres y de los hombres en los informativos de televisión, según tema	46
3.1.5. Temas cuyo objetivo central son las mujeres	49
3.1.6. La forma en que los informativos de televisión presentan a mujeres y hombres en las noticias	50
3.1.6.1. Identificación de las personas mencionadas en función de su relación familiar ...	50
3.1.6.2. Personas representadas como víctimas	50
3.1.6.3. Alabanzas y acusaciones	52
3.1.6.4. Posición de la cámara	52
3.2. Presencia de las periodistas en las redacciones de los informativos de televisión	53
4. Resumen y Conclusiones	55
4.1. Informativos de radio	55
4.2. Informativos de televisión	56
4.3. Resultados comparativos entre los informativos de radio y de televisión	58
4.4. Conclusiones	60

1. METODOLOGÍA

1.1. Introducción

Desde su creación, el Instituto de la Mujer es consciente de la influencia que los medios de comunicación ejercen en el proceso de socialización de las personas en la medida en que ayudan a modelar su pensamiento, a adaptarse a la realidad, a encontrar modelos de identificación; en una palabra, a entender el mundo. Esta sensibilidad especial queda reflejada en la implementación de los sucesivos planes de igualdad de oportunidades, en donde se viene recogiendo como uno de sus objetivos fomentar una imagen equilibrada y no estereotipada de las mujeres en los medios de comunicación.

Por otra parte, las normas y obligaciones en las que se sustenta la emisión del servicio de radiodifusión y televisión, requieren del Ente Público RTVE la observación de determinadas reglas y conductas profesionales que forman parte de los principios básicos por los que se rige el propio Ente en lo que se refiere a la no discriminación de la mujer, al empeño en que se favorezca su equiparación, como ciudadana, con el hombre, y en la evitación de cualquier trato vejatorio o simplemente instrumental de aquélla.

Atendiendo a este doble cometido, se puso en marcha, conjuntamente con el grupo RTVE, a través del Instituto Oficial de Radio y Televisión (IORTV) que es el organismo encargado de la formación continua del personal, el Convenio Específico de Colaboración entre el Instituto de la Mujer y el Ente Público Radiotelevisión Española (RTVE) para actividades del año 2001.

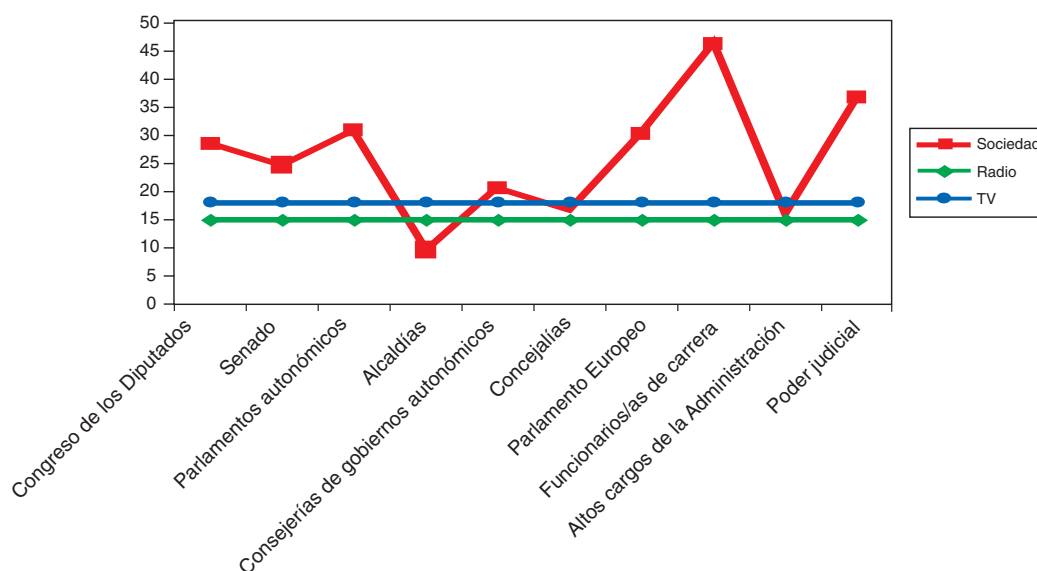
En el marco de dicho Convenio Específico se aprobó la realización de una investigación sobre el estado de la cuestión, en radio y televisión, en cuanto a la representación de mujeres y hombres en los informativos. En el informe que hoy presentamos se analizan los resultados de dicha investigación cuyos objetivos se recogen a continuación.

1.2. Objetivo del estudio

Los medios de comunicación (impresos, audiovisuales o electrónicos) elaboran representaciones de la realidad que, como señala la investigación y la literatura sobre género, ayudan a las personas a modelar su pensamiento, a adaptarse a la realidad, a encontrar modelos de identificación y a entender el mundo. Pero, tal como concluye el resultado de la investigación, y recoge la ONU, los medios de comunicación muy a menudo obvian a las mujeres y sus actividades, proyectan imágenes estereotipadas, triviales o que las victimizan y, en general, no reflejan el amplio y diverso papel que juegan actualmente en la sociedad. En una sociedad como la española, plural, abierta, tolerante, moderna y que acepta la disparidad de criterio, cada vez más sectores significativos de la sociedad demandan otro tipo de representaciones de las mujeres y por eso, las instituciones que patrocinan este estudio, tanto el Grupo RTVE como el Instituto de la Mujer, están convencidas de que el actual escenario de las relaciones entre los géneros debe ser analizado y de que es necesario encontrar los medios adecuados para mejorarlo. En esta tarea de conocer individualmente (por emisora de radio y canal de televisión), y en conjunto, las representaciones que se elaboran desde los distintos medios, es donde se enmarcan los objetivos de la investigación realizada.

Por un lado, se trata de investigar qué papel llevan a cabo las mujeres y los hombres en las noticias audiovisuales; las profesiones y puestos que ocupan en la sociedad que los medios representan; 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.

Gráfico 1
Participación de las mujeres y representación en los medios



Se trata, también, de medir ciertos parámetros de la representación de género, algunos cuantitativos, como por ejemplo, el número de mujeres y hombres que aparecen en los informativos de las cadenas generalistas de radio y televisión, que emiten en abierto, de alcance nacional. El tiempo que la voz de las personas entrevistadas, según género y otras variables de análisis, se mantiene en antena o acompaña a la imagen; y otros parámetros cualitativos como el perfil de las profesiones de las personas objeto de la información, tanto entrevistadas como mencionadas; o el perfil de los temas a los que se refiere la información objeto de análisis.

En la investigación realizada en España hasta la fecha, sobre distintos medios (mayoritariamente en prensa y televisión), la cifra de representación de mujeres se ha movido alrededor del 15%. Se trata de conocer qué representación, tanto numérica como de los papeles de género, se elabora en los informativos de radio y televisión que son el vehículo absolutamente mayoritario a través del cual la población española conoce de los acontecimientos que se producen en el mundo. El hecho de que las mujeres, además de ser la mayoría de la población, constituyan¹ el 36,4% del poder judicial, el 30,5% de los parlamentos autonómicos²; que tengan una participación en los gobiernos autonómicos del 20%³; que representen el 28,3% del Congreso, el 29,8% del Parlamento Europeo⁴; y constituyan el 45,8%⁵ de las funcionarias y funcionarios de carrera, y el 16,4 de los altos cargos de la Administración, es el reflejo del cambio realizado por las mujeres en la sociedad. Los medios de comunicación tienen la responsabilidad de construir representaciones de la realidad más acordes con los tiempos actuales como ponen de manifiesto instituciones internacionales de reconocido prestigio como son las Naciones Unidas y el Consejo de Europa. En el Gráfico 1 están representados los datos anteriores, que reflejan posiciones relevantes de la participación de la mujer en la sociedad, además de la tasa de participación de las mujeres en los informativos, resultado de la investigación que presentamos.

1 Últimos datos disponibles en diciembre 2001 en: www.mtas.es/mujer

2 Ibid.

3 Ibid.

4 Ibid.

5 Ibid.

1.3. Historia

La investigación de la representación que los medios de comunicación hacen de las mujeres y de los hombres ha sido una práctica académica que en los países anglosajones, especialmente en Estados Unidos, se lleva realizando desde los primeros años setenta. En Europa, la televisión pública noruega es la que ha publicado resultados sistemáticos desde 1973⁶. En España se dispone de los primeros datos en 1984⁷ publicados por el Instituto de la Mujer en donde se analizaba la presencia de las mujeres en los cinco periódicos españoles de mayor difusión. Sin embargo, no es hasta 1989 cuando se analiza las representaciones por género, para los medios audiovisuales, en concreto el estudio de Franquet, R.⁸ también promovido desde el Instituto de la Mujer. En este estudio los hallazgos cuantitativos obtenidos para los informativos de la cadena SER y de RNE era de un 9,5% de mujeres mencionadas en las noticias. Siete años después se realiza la primera tesis doctoral sobre la representación de mujeres y hombres en los magazines de la radio española de los noventa⁹ y en este formato se encontró que la representación de las mujeres era de un 15% de todas las personas mencionadas; además, las profesiones u ocupaciones de las personas objeto de atención del magazine dieron los siguientes resultados: las artistas y personajes famosos ocupaban el primer lugar de atención con el 48% de las menciones; las políticas, con el 18%, ocupaban el segundo lugar como mujeres más mencionadas, a las que seguían las del resto de profesiones que ocupaban el tercer lugar con el 14%; en cuarto lugar con el 13% se encontraban las mujeres citadas por su situación de estatus vicario, es decir, en función de ser madre, hija, esposa o cualquier otra relación familiar, en general, con un varón. Por último, las protagonistas involuntarias y víctimas representaban el resto, es decir, el 7% del total.

Sobre la base del análisis cuantitativo, las cifras halladas para países como Canadá¹⁰ en 1993, alcanzan el 20% de representación de mujeres. Por último, un estudio de MediaWatch (1995)¹¹ obtiene la cifra del 17% de representación de mujeres en las noticias de 71 países; cinco años más tarde, en 2000, el estudio se realiza en 70 países y la cifra se incrementa un punto, es decir, llega al 18%.

1.4. 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 el informativo de radio y de televisión. 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 ni la publicidad.

6 Eie, Birgit y Hege Hero. *Hvem Snakker I NRK?* (¿Quién habla en la NRK?) Oslo: NRK y Consejo para la Igualdad, 1994 y Eie, Birgit. *Who speaks in Television? A Comparative Study of Female Participation in Television Programms*. Oslo: NRK. 1998. La representación de las mujeres en las noticias era de un 25% en 1973, 28% en 1988 y 31% en 1998-

7 Fagoaga, C. y Secanella, P. *Umbral de presencia de las mujeres en la prensa española*.

8 «La mujer sujeto y objeto de la información radiotelevisiva». 1989. (Ejemplar mecanografiado).

9 «Los magazines de la radio española: modelos, tendencias y representación de género». Pilar López Díez. Tesis dirigida por Rosa Franquet. UCM. 1996

10 1993. Periódicos de mayor difusión del país. MediaWatch's 1993. En *Media Report To Women*. Summer 1993.

11 Women's Participation in the News. MediaWatch. 1995. Canadá. Coordinadora para España: Pilar L. D.

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 de televisión, 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
20. Otros

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.

Se analizó el alcance o ámbito de la noticia estableciéndose los siguientes valores:

1. No se conoce
2. Nacional, la noticia tiene importancia dentro del país
3. La noticia afecta al país y a otros
4. La noticia afecta a otros países o al mundo en general

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 distintas¹².

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

¹² Por ejemplo, la plantilla total de Redacción de RNE estaba constituida por el 42,5% de mujeres y el 57,5% de hombres (Datos de RNE, julio, 1999). Estos porcentajes no tienen por qué coincidir con los resultados que se presentan en esta investigación, que, insistimos, no toma como unidad de medida a los/as profesionales individuales, sino al número de noticias del estudio que hombres y mujeres cubren.

1. Género
2. Edad
3. Raza
4. Profesión/Ocupación a la que se asignó los siguientes valores:
 0. Profesión no declarada
 1. Político/a,
 2. Funcionario
 3. Personal de ONG's
 4. Policía, militares
 5. Religioso/a
 6. Profesorado
 7. Personal sanitario
 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. Artista, actor/actriz, cantante
 14. Deportista, entrenador/a
 15. Ama/o de casa
 16. Estudiante
 17. Pensionista, jubilado/a
 18. Desempleado/a
 19. Delincuente¹³
 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, 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, además de todas las personas que, activamente, hablaban en la noticia, aunque no fuesen identificadas con su nombre propio.
2. Como *personas entrevistadas* se registró el número de veces que han hablado las personas que han intervenido en los informativos de la muestra elegida.
3. Como *tiempo* se recogió el tiempo total que las personas (por género) han intervenido con su voz.

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:

¹³ Se ha considerado así únicamente a las personas que han cometido un delito y de las que no se informa de su profesión. Si ésta es conocida, así se registra.

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 o acoso sexual
 3. Víctima de un delito (que no sea sexual)
 4. Víctima de violencia doméstica
 5. Otro tipo de víctima
 6. Víctima del terrorismo
3. ¿Está la persona acusada? (Entendiendo todo tipo de acusaciones: delitos, errores, juicios morales, etc.):
0. No
 1. Sí
4. Reconocimiento (incluye alabanzas o reconocimientos de cualquier tipo, tanto si es justificado como no)
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 contrapicado
 3. Plano picado

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. Para referirnos a las personas (mujeres y hombres) que ejercen dichas profesiones, hemos elegido el femenino/masculino o el masculino/femenino de manera aleatoria.

Universo

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

Muestra

De un total de seis semanas, se seleccionaron al azar dos, de los informativos de mediodía, de lunes a viernes, de las cuatro principales cadenas de radio de alcance nacional: *España a las 2* de Radio1 de RNE, *Hora 14* de la Cadena SER, *Noticias del mundo* de Onda Cero y *Mediodía* de la Cadena COPE. Las fechas

resultantes fueron las semanas del 11 al 15 y del 25 al 29 de junio de 2001. Los cuatro informativos de radio diarios que se analizaron durante diez días dieron un resultado de 40 informativos que produjeron un total de 885 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 informativos de televisión que produjeron un total de 911 noticias.

2. RESULTADOS EN LOS INFORMATIVOS DE RADIO

2.1. Representación de las mujeres en las noticias

2.1.1. Resultados generales: personas mencionadas y periodistas

En los informativos de las cuatro cadenas de radio estudiadas, las mujeres constituyen el 15% de las personas que aparecen mencionadas, con nombre propio, como protagonistas de las noticias o de quienes hablan las noticias. Los hombres representan el 85%. Esta proporción no varía significativamente¹⁴ de unas cadenas de radio a otras: mientras en R1 de RNE la cifra asciende al 17%, en Onda Cero al 16% y la COPE al 14%, en la cadena SER se registra la menor representación de mujeres como objeto de las noticias con el 13,5%.

Cuadro 1
Representación de mujeres y hombres (en %) en los informativos de radio

Cadena	Profesionales ¹⁵			Personas mencionadas		
	Mujeres	Hombres	Base	Mujeres	Hombres	Base
RNE	32	68	286	17	83	613
SER	46	54	197	14	86	379
ONDA CERO	51	49	260	16	84	408
COPE	69	31	144	14	86	264
Todas	47	53	887	15	85	1.664

En donde sí existen significativas diferencias¹⁶ entre las emisoras es en el número de noticias que son cubiertas por mujeres u hombres periodistas. Aunque existe un cierto equilibrio considerando los resultados para Todas las cadenas, en donde las mujeres profesionales constituyen el 47% de quienes cubrieron las noticias, y los hombres, el 53%, mientras en la SER y Onda Cero se manifiesta ese equilibrio, las cifras en RNE y la COPE son opuestas. Son más numerosos los periodistas varones, el 68%, que mujeres, el 32%, en RNE; lo contrario se observa en la redacción de la COPE, en donde hay un 69% de mujeres y un 31% de hombres.

2.1.2. Personas mencionadas, personas entrevistadas y tiempo hablado

El cuadro 2 muestra, por profesiones y género, las personas mencionadas y las que han sido entrevistadas. Los hombres que se dedican a la política son las personas más mencionadas, con el 38,4% del total; les

14 El valor de 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 referida a las diferentes emisoras.

15 Sin considerar a las personas que presentan las noticias. (Ver nota 12).

16 El valor de chi-cuadrado muestral es 55,6, frente al valor crítico de 7,8 para un nivel de confianza del 95%, lo que permite rechazar la hipótesis de homogeneidad referida al número de noticias que son cubiertas por mujeres u hombres periodistas, en las diferentes emisoras.

siguen los deportistas (en su inmensa mayoría, futbolistas) con el 17,4%. Cuando se trata de personas entrevistadas, esta categoría sigue constituyendo abrumadoramente la mayoritaria, con el 49% de todas las personas que hablan. En los informativos de mediodía de todas las cadenas, de cada dos personas entrevistadas, una es un político (este tendencia también se observa cuando se analizan los datos por cadena, respecto al total de personas entrevistadas, los políticos lo fueron en RNE: 52,1%; en la SER: 61,4%; en Onda Cero: 55,9% y en la COPE: 59%; ver Cuadro 7). Los sindicalistas y los empresarios les siguen en porcentajes del seis y cinco por ciento.

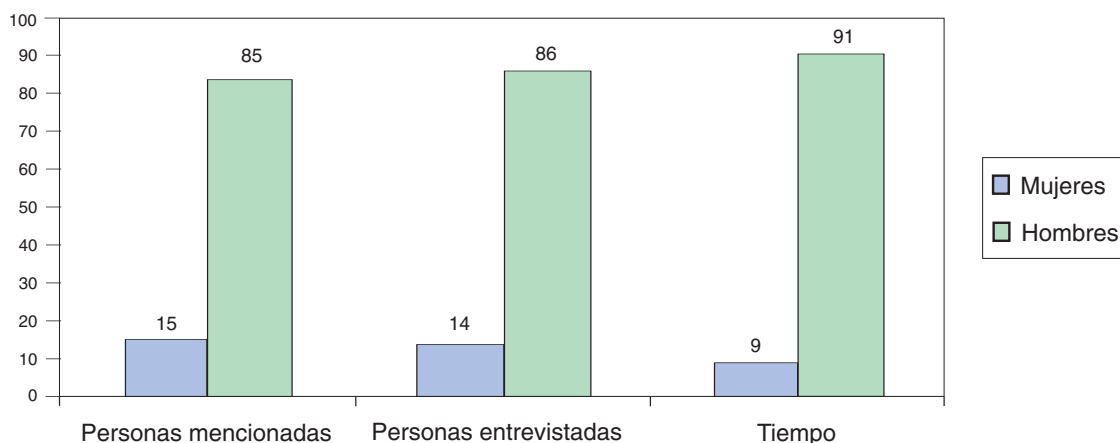
En la medida en que la investigación realizada tiene como objeto los dos principales medios audiovisuales que utiliza la audiencia para conocer las noticias, la radio y la televisión, y que en dichos medios la voz –en el caso de la radio– y la imagen y la voz –en el caso de la televisión– son recursos fundamentales en la estructura narrativa y en el formato, se ha estudiado la frecuencia con que se ha ofrecido el micrófono a las mujeres y a los hombres (*personas entrevistadas*). Además, hemos cuantificado el tiempo hablado por las personas protagonistas de las noticias, en función del género (*tiempo*). Si las cifras señaladas

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	3,5	38,4	4	49
Profesión no declarada	2,5	2,6	3	4
Estudiante	0,6	0,1	2	0,2
Personal de ONG's	0,5	1,6	1,4	4
Ama de casa	1,1	0,1	0,8	0
Personal sanitario	0,4	0,7	0,4	2
Científica/o, ingeniero/a, periodista	1,1	4,6	0,4	3
Oficios cualificados, sindicalista	0,1	2,4	0,4	6
Artista, actor/actriz, cantante	1,5	4	0,4	2
Profesorado	0,1	0,2	0,2	0,8
Funcionariado	0	1,6	0	4
Policía, militares	0	1	0	0,8
Religioso/a	0	0,4	0	0,2
Empresario/a, abogada/o, economista	0,5	5,3	0	5
Personal del sector servicios	0	0,1	0	0,4
Agricultura, pesca, ganadería	0	0	0	0
Deportista, entrenador/a	2,9	17,4	0	4
Pensionista, jubilado/a	0	0	0	0
Desempleado/a	0	0,2	0	0,6
Delincuente	0,5	3	0	0
Otra	0,1	0,8	0	0,4
Porcentaje total	15%	85%	14%	86%
Base	1.664		502	

respecto a las personas mencionadas, nos muestran una significativa infrarrepresentación de las mujeres, los datos que se refieren a las *personas entrevistadas* profundizan en dicha tendencia; así del total de veces que han intervenido mujeres y hombres con su voz en la muestra tomada de las noticias radiofónicas, las mujeres lo han hecho el 14% y los hombres el 86%. En cuanto al *tiempo* total hablado por las personas que intervienen en las noticias, ¿cuánto lo han ocupado las voces femeninas y cuánto las voces masculinas? Las mujeres hablaron el 9% del tiempo total, y los hombres, el 91%. Existe una diferencia significativa¹⁷ entre el número de ocasiones que se ha entrevistado a las mujeres y el tiempo durante el cual han hablado.

Gráfico 2
Personas mencionadas, personas entrevistadas y tiempo. Informativos de radio



Al conocer los datos del resultado de investigaciones cuantitativas como la mostrada, es frecuente que por parte de los medios se aduzca la escasa, también, representación de las mujeres en los puestos de decisión, de manera que se interpretan los primeros resultados de las menciones (15%) de mujeres como «un reflejo» de lo que ocurre en la sociedad. Si esto fuera así, cabría esperar, en los hallazgos de las *personas entrevistadas* y *tiempo* utilizado, una correlación entre las cifras encontradas; sin embargo esto no se ha confirmado, ya que si tomamos, por ejemplo, el caso de las personas que se dedican a la actividad política, (Cuadro 3) vemos que aunque a las políticas se les ha dado la oportunidad de hablar el 8.18% de las ocasiones, sólo han ocupado el 5,8% de todo el tiempo hablado por las personas dedicadas a esta actividad. Una forma de evaluar la discrepancia entre ambos aspectos de la representación de género (*persona entrevistada* y *tiempo*) consiste en calcular la diferencia entre las frecuencias relativas de ambas variables, como se recoge en la columna «Diferencia» del mismo Cuadro. La diferencia se ha establecido entre la frecuencia relativa de la columna Mujer en la modalidad «Tiempo hablado» y la

¹⁷ El chi-cuadrado muestra es 16,5 frente a un valor crítico de 3,8 para un nivel de confianza del 95%.

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	
Profesión no declarada	44,7	55,3	35,9	64,1	-8,9
Personal sanitario	16,7	83,3	9,2	90,8	-7,5
Personal de ONG's	25	75	18,7	81,3	-6,3
Artista, actor/actriz, cantante	20	80	14,3	85,7	-5,7
Científica/o, ingeniero/a, periodista	10,5	89,5	8	92	-2,5
Político/a	8,2	91,8	5,8	94,2	-2,4
Oficios cualificados, sindicalista	6,3	93,8	4	96	-2,3
Funcionariado	0	100	0	100	0
Policía, militares	0	100	0	100	0
Religioso/a	0	100	0	100	0
Empresario/a, abogada/o, economista	0	100	0	100	0
Personal del sector servicios	0	100	0	100	0
Agricultura, pesca, ganadería	0	0	0	0	0
Deportista, entrenador/a	0	100	0	100	0
Ama de casa	100	0	100	0	0
Pensionista, jubilado/a	0	0	0	0	0
Desempleado/a	0	100	0	100	0
Delincuente	0	0	0	0	0
Otra	0	100	0	100	0
Estudiante	90	10	94,3	5,7	4,3
Profesorado	20	80	27,1	72,9	7,1

frecuencia relativa de la columna Mujer en la modalidad «Personas entrevistadas». Resulta obvio que la diferencia de frecuencias calculada para la columna Hombre daría el mismo resultado en valor absoluto, pero con signo opuesto. Por lo tanto, el signo negativo significa que, tomando como referencia la columna Mujer, es menor el porcentaje correspondiente al *tiempo*, que el porcentaje correspondiente a *persona entrevistada*, o dicho de otra forma, que el tiempo que se oyó la voz de las mujeres tuvo un peso menor que el derivado de las veces que se registró su intervención. Si la diferencia es positiva, la interpretación es la opuesta.

En el Cuadro anterior podemos observar que existen diferencias negativas en las categorías Profesión no declarada (-8,9%), Personal sanitario (-7,5%), Personal de ONG's (-6,3%), Artista, actor/actriz, cantante (-5,7%), Científica/o, ingeniero/a, periodista (-2,5%), Político/a (-2,4%), y Oficios cualificados, sindicalista (-2,3%). En los casos en los que la diferencia es nula, sólo en un caso es por presencia única de mujeres, Amas de casa, y en las otras 11 categorías, sólo existe presencia de los hombres. Presentan diferencias positivas las categorías Estudiante (4,3%) y Profesorado (7,1%).

2.1.3. La representación de género según profesión/ocupación

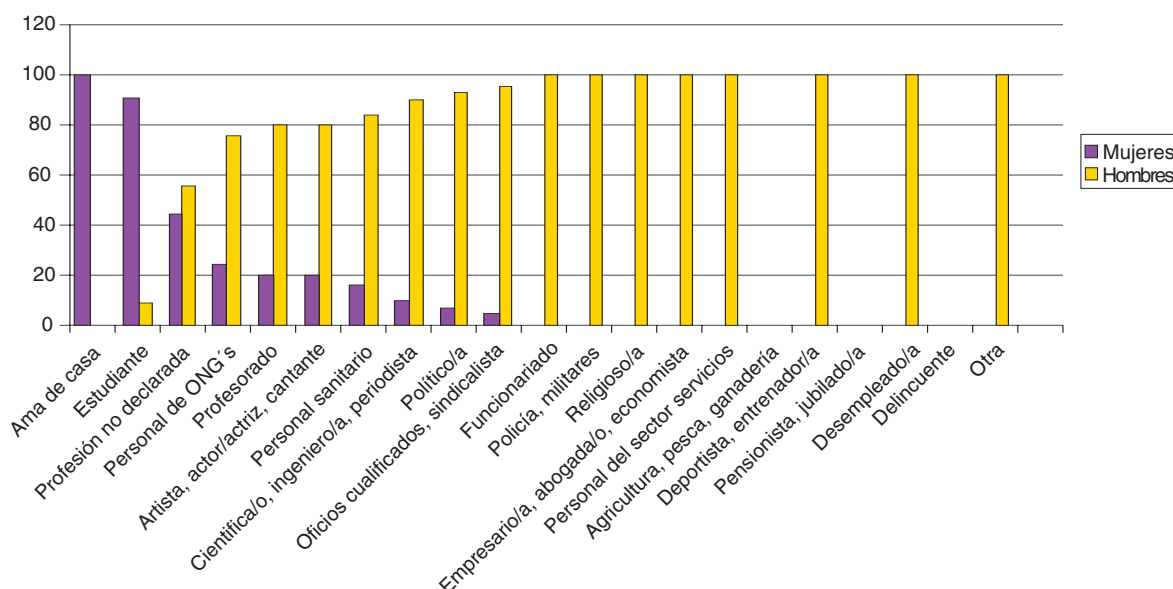
Según muestra el Gráfico 3, ¿hacia dónde miran los y las profesionales de la información cuando seleccionan «un corte» para los informativos de radio? Los medios, según muestran los datos, prefieren a las mujeres cuando necesitan declaraciones de personas que son amas de casa (100%) o estudiantes (90%). Cuando se trata de personas de la calle, la llamada opinión pública (aquí se recoge bajo la categoría Profesión no declarada), buscan a hombres y mujeres de manera similar (45% vs. 55%).

Cuando se trata de hombres, los medios seleccionan mayoritariamente sus declaraciones cuando tienen cualquier profesión distinta a las que hemos señalado para el caso de las mujeres; es decir, todas las profesiones que implican actividad remunerada en el espacio público. El mundo de la política está absolutamente sobrerrepresentado en los informativos de radio, (el 49% de todas las personas entrevistadas fueron políticos –ver Cuadro 2–) y, a pesar de la cada vez mayor incorporación de mujeres a esta actividad (el 28,29% de las personas que nos representan en el Congreso son mujeres) el poder ejecutivo y de representación, tanto en los partidos como en el Gobierno, lo detentan hombres, de manera que sólo en el 8% de las ocasiones que habló una persona dedicada a la política, esa persona era mujer (Cuadro 3).

Sí es un valor significativo en el conjunto de la muestra las 38 personas entrevistadas de las que no se conoce su profesión (Cuadro 4). Esta cifra recoge la situación, como ya se ha señalado, de la llamada opinión pública, es decir, generalmente se trata de personas entrevistadas en la calle, testigos de acontecimientos a los que se les solicita una opinión o información que no necesita ser contrastada, circunstancia que no requiere ni la identificación de la persona, ni su asimilación a ninguna profesión específica. Incluso en esta circunstancia, como se muestra en el Cuadro 3, el tiempo que hablan las mujeres es menor que el que hablan los hombres (36% vs. 64%).

Uno de los análisis recurrentes de los organismos internacionales encargados de promover políticas de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres, como la ONU, el Consejo de Ministros de la Unión

Gráfico 3
Mujeres y hombres entrevistados (en %). Informativos de radio



Europea, o la UNESCO, señala como un aspecto deficitario de los contenidos de los medios, la escasa pluralidad de los papeles o roles con los que las mujeres son representadas, en contradicción con el papel activo que cada día más llevan a cabo en la sociedad. En el Cuadro 5 vemos que las mujeres entrevistadas en los informativos de radio están representadas en 10 profesiones: como política, profesión no declarada, estudiante, personal de ONG's, ama de casa, personal sanitario, científica, en oficios cualificados, artista y profesora (por este orden). Los hombres, además de las profesiones anteriores, se ven representados en papeles que la sociedad considera prestigiados, como empresarios, funcionarios, religiosos o militares; la representación masculina es más diversa que la femenina.

Tendría que ser motivo de reflexión que mientras que las mujeres constituyen el 53,1%¹⁸ del sistema judicial, de 27 personas entrevistadas bien como empresarias, abogadas, o economistas, etc., ninguna sea mujer (figurando, además, esta categoría en el cuarto lugar de las y los profesionales más entrevistados, en números absolutos, con las 27 intervenciones señaladas en el Cuadro 4).

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
Ama de casa	100	0	4
Estudiante	90	10	10
Profesión no declarada	45	55	38
Personal de ONG's	25	75	28
Profesorado	20	80	5
Artista, actor/actriz, cantante	20	80	10
Personal sanitario	17	83	12
Científica/o, ingeniero/a, periodista	11	89	19
Político/a	8	92	269
Oficios cualificados, sindicalista	6	94	32
Funcionario	0	100	18
Policía, militares	0	100	4
Religioso/a	0	100	1
Empresario/a, abogada/o, economista	0	100	27
Personal del sector servicios	0	100	2
Agricultura, pesca, ganadería	0	0	0
Deportista, entrenador/a	0	100	18
Pensionista, jubilado/a	0	0	0
Desempleado/a	0	100	3
Delincuente	0	0	0
Otra	0	100	2
Base			502

18 *Las Mujeres en cifras. 2001*. Madrid: Instituto de la Mujer.

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,	32	57
Profesión no declarada	25	5
Estudiante	13	0,2
Personal de ONG's	10	5
Ama de casa	6	0
Personal sanitario	3	2
Científica/o, ingeniero/a, periodista	3	4
Oficios cualificados, sindicalista	3	7
Artista, actor/actriz, cantante	3	2
Profesorado	1	1
Funcionariado	0	4
Policía, militares	0	1
Religioso/a	0	0,2
Empresario/a, abogada/o, economista	0	6
Personal del sector servicios	0	0,5
Agricultura, pesca, ganadería	0	0
Deportista, entrenador/a	0	4
Pensionista, jubilado/a	0	0
Desempleado/a	0	1
Delincuente	0	0
Otra	0	0,5
Total	100	100
Base	68	434

¿Qué diferencias existen entre los Cuadros 5 y 6? Que hay una representación más diversa, respecto a las profesiones que ocupan, entre las mujeres mencionadas que entre las entrevistadas; las mujeres están mencionadas en 14 profesiones, y pasan a ser oídas en 10 cuando se les da la voz como entrevistadas. Según muestran los dos cuadros, los hombres están representados en la misma amplitud de profesiones, 17. Las mujeres mencionadas, pero no entrevistadas, figuran en la categoría de abogadas y deportistas, y «otra».

A las personas cuya profesión figura como «delincuente», es decir, quienes han delinquido y se desconoce su profesión, han sido mencionadas, pero no entrevistadas, tanto en el caso de las mujeres como de los hombres.

En el Cuadro 7 se muestra, por emisora, la distribución de las veces que han hablado las personas entrevistadas, según profesión. Partiendo del escaso número de mujeres entrevistadas en todas las cadenas, 68

Cuadro 6
Distribución (en %) de las personas mencionadas según
profesión y género

Profesión/Ocupación	Mujeres	Hombres
Político/a,	23	45
Deportista, entrenador/a	19	21
Profesión no declarada	16	3
Artista, actor/actriz, cantante	10	5
Científica/o, ingeniero/a, periodista	7	5
Ama de casa	7	0
Estudiante	4	0
Empresario/a, abogada/o, economista	4	6
Personal de ONG's	3	2
Delincuente	3	4
Personal sanitario	3	1
Oficios cualificados, sindicalista	1	3
Otra	1	1
Profesorado	0,4	0,3
Funcionariado	0	2
Policía, militares	0	1
Religioso/a	0	0,4
Personal del sector servicios	0	0,1
Agricultura, pesca, ganadería	0	0
Pensionista, jubilado/a	0	0
Desempleado/a	0	0,2
Total	100	100
Base	257	1.407

en valores absolutos, RNE y la SER son quienes, atendiendo al género, dan el micrófono en mayor proporción a las mujeres políticas, (en RNE de 22 mujeres entrevistadas, ocho eran políticas; en la SER, de 11, cinco eran políticas). Hay que destacar que Onda Cero es la emisor que más mujeres entrevista. Aunque con una mayor representación cuantitativa de mujeres (28) las estudiantes son las que más veces hablaron, nueve en Onda Cero seguidas de las mujeres de profesión no declarada, ocho, y, en último lugar, de las políticas, siete. En la COPE, además de ser absolutamente minoritarias las mujeres entrevistadas, siete, las que más veces hablan en *Mediodía* son las políticas, las mujeres de ONG's y las amas de casa (en dos ocasiones en cada categoría) y en una ocasión, una mujer de profesión no declarada.

El Cuadro 8 recoge, por profesión también, el porcentaje de mujeres entrevistadas y hombres entrevistados en cada cadena, según profesión. Además de destacarse la escasa proporción de mujeres políticas entrevistadas en todas las cadenas, respecto a sus compañeros de profesión, merece ser observado (aunque sea

Cuadro 7
Distribución (en %) de las personas entrevistadas en los informativos de radio por profesiones, según género y cadena

Profesión/Ocupación	RNE		SER		O. CERO		COPE	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Profesión no declarada	31,8	1,7	9,1	5,3	28,6	5,1	14,3	8,4
Político/a	36,4	52,1	45,5	61,4	25	55,9	28,6	59
Funcionariado	0	3,4	0	4,4	0	5,9	0	2,4
Personal de ONG's	4,5	4,2	18,2	4,4	7,1	5,1	28,6	6
Policía, militares	0	1,7	0	0	0	1,7	0	0
Religioso/a	0	0	0	0,9	0	0	0	0
Profesorado	0	1,7	9,1	0,9	0	0	0	1,2
Personal sanitario	4,5	0,8	0	0,9	3,6	4,2	0	3,6
Empresario/a, abogada/o	0	6,7	0	4,4	0	5,1	0	9,6
Científica/o, ingeniero/a, periodista	4,5	8,4	9,1	1,8	0	2,5	0	2,4
Personal del sector servicios	0	0,8	0	0	0	0,8	0	0
Oficios cualificados, sindicalista	9,1	7,6	0	10,5	0	4,2	0	4,8
Agricultura, pesca, ganadería	0	0	0	0	0	0	0	0
Artista, actor/actriz, cantante	4,5	3,4	9,1	0,9	0	2,5	0	0
Deportista, entrenador/a	0	6,7	0	3,5	0	5,1	0	0
Ama de casa	4,5	0	0	0	3,6	0	28,6	0
Estudiante	0	0	0	0	32,1	0,8	0	0
Pensionista, jubilado/a	0	0	0	0	0	0	0	0
Desempleado/a	0	0,8	0	0,9	0	0	0	1,2
Delincuente	0	0	0	0	0	0	0	0
Otra	0	0	0	0	0	0,8	0	1,2
Total	100	100	100	100	100	100	100	100
Base	22	119	11	114	28	118	7	83

insignificante en cifras absolutas) el porcentaje de hombres desempleados cuya voz ha sido recogida en tres de las cuatro cadenas, excepto Onda Cero, aunque en España la tasa de paro de las mujeres (18,6%) duplica la tasa de paro de los hombres (8,9%)¹⁹.

2.1.4. Presencia de las mujeres y de los hombres según temas

Respecto a las y los periodistas que cubren las noticias de los informativos de radio analizados, en primer lugar hay que señalar, como ya se puso de manifiesto en el Cuadro 1, el equilibrio que existe entre el

¹⁹ Datos de 2001.

número de noticias cubiertas por redactoras y redactores (considerando los valores medios de toda la muestra). Las noticias cubiertas por mujeres constituyen ya, en estos informativos, el 47% de todas las noticias.

Como mostraba la investigación realizada en los años setenta y ochenta, cuando las periodistas eran minoritarias en las redacciones de informativos, las mujeres y hombres tendían a trabajar en áreas tematizadas distintas. Las periodistas generalmente cubrían los llamados temas «blandos» como Cultura, Educación, Espectáculos o Medio Ambiente, mientras que los hombres se concentraban en las secciones de Política, Economía o Internacional²⁰. Actualmente la mayor parte de las personas licenciadas en Ciencias de la

Cuadro 8
Distribución (en %) de las personas entrevistadas, por género, según profesión y cadena

Profesión/Ocupación	RNE		SER		O. CERO		COPE	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Profesión no declarada	78	22	14	86	57	43	12	88
Político/a	11	89	7	93	10	90	4	96
Funcionariado	0	100	0	100	0	100	0	100
Personal de ONG's	17	83	29	71	25	75	29	71
Policía, militares	0	100	0	0	0	100	0	0
Religioso/a	0	0	0	100	0	0	0	0
Profesorado	0	100	50	50	0	0	0	100
Personal sanitario	50	50	0	100	17	83	0	100
Empresario/a, abogada/o	0	100	0	100	0	100	0	100
Científica/o, ingeniero/a, periodista	9	91	33	67	0	100	0	100
Personal del sector servicios	0	100	0	0	0	100	0	0
Oficios cualificados, sindicalista	18	82	0	100	0	100	0	100
Agricultura, pesca y ganadería	0	0	0	0	0	0	0	0
Artista, actor/actriz, cantante	20	80	50	50	0	100	0	0
Deportista, entrenador/a	0	100	0	100	0	100	0	0
Ama de casa	100	0	0	0	100	0	100	0
Estudiante	0	0	0	0	90	10	0	0
Pensionista, jubilado/a	0	0	0	0	0	0	0	0
Desempleado/a	0	100	0	100	0	0	0	100
Delincuente	0	0	0	0	0	0	0	0
Otra	0	0	0	0	0	100	0	100
Base	22	119	11	114	28	118	7	83

20 Secciones que, significativamente, las y los periodistas destacan como las más prestigeadas, según resultado de la encuesta del CIS «Los profesionales de los medios de comunicación». 1999.

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
Cultura, entretenimiento	7	4	19	8
Deportes	9	29	18	22
Delitos, juicios, asuntos legales	15	8	13	12
Política, gobierno, elecciones, legislación	17	20	12	23
Salud, medicina	5	4	7	2
Derechos humanos	3	3	7	3
Vida social: nacimientos, celebraciones	2	2	7	3
Educación	2	1	5	0,5
Terrorismo	4	4	5	6
Temas laborales, negociaciones, huelgas	11	5	2	4
Manifestaciones, concentraciones, disturbios	3	3	2	2
Economía, negocios, comercio	11	9	1	7
Otros	2	1	1	2
Accidentes, tragedias, terremotos	3	1	1	1
Medio ambiente	1	1	1	1
No se conoce	0	0	0	0
Crisis internacionales, refugiados	0,2	0	0	0
Defensa nacional, gastos militares	1	2	0	2
Pobreza, vivienda, desempleo	3	1	0	1
Religión	1	0,4	0	1
Ciencia	0,2	0,2	0	0
Porcentaje total	100	100	100	100
Base	414	473	257	1.407

Información son mujeres²¹ y entran a formar parte mayoritaria de las redacciones. Este hecho ha podido tener un impacto significativo en la modificación de la división del trabajo comentada, y del análisis de los datos no se infiere la citada especialización temática. Como se recoge en el Cuadro 9 las mujeres, considerando todas las emisoras, cubren de manera significativa, y a veces en mayor proporción que sus compañeros, algunos de los definidos como temas «duros» (Delitos-temas legales, Temas laborales, Economía y Accidentes), y son, aproximadamente la mitad de las personas que cubren las noticias de Política, Terrorismo y Manifestaciones que son, abrumadoramente, los asuntos que ocupan el mayor tiempo de los informativos de radio; de esta forma entran, con derecho propio, en la elaboración de contenidos de los considerados como temas «duros».

21 Entre los años 1990-99, las mujeres representaron el 65,2% de las personas licenciadas en la Facultad de Ciencias de la Información de la UCM, según datos del Departamento de Análisis y Planificación de la UCM.

Respecto al total de mujeres periodistas, las que cubrieron noticias «duras» constituyen el 74% del total; el resto, 26%, noticias «blandas»; la proporción anterior para los periodistas fue del 81% y del 19%, respectivamente. Deportes sigue siendo el área en donde, proporcionalmente, menos noticias son cubiertas por mujeres (21% vs. 79%, Cuadro 10) respecto al total de noticias, y que en la medida en que tiene gran peso específico (ha sido, con 175 intervenciones, el tema que más personal ha empleado) dentro de la mayoría de los informativos de radio, la escasa representación de las periodistas es significativa.

El siguiente Cuadro muestra la proporción relativa de noticias cubiertas por mujeres y hombres, en cada tema, y la proporción de menciones realizadas a mujeres y hombres, también en cada tema. Se añade la Base (número de noticias correspondiente a cada tema, tanto para las periodistas como para las personas mencionadas). Los datos están ordenados según la columna Mujeres de la categoría Personas mencionadas. Las periodistas han entrado, mayoritariamente a cubrir noticias de las áreas prestigiadas con mayor peso específico en las redacciones; pero las mujeres que mencionan los informativos de radio todavía siguen fuera de ellas de manera equilibrada respecto a los hombres. En estos temas, la representación de la mujer es casi

Cuadro 10
Distribución de género de las/os periodistas y personas mencionadas, según tema

Temas	Periodistas			Personas mencionadas		
	Mujeres %	Hombres %	Base	Mujeres %	Hombres %	Base
Educación	62	38	13	65	35	20
Salud, medicina	52	48	42	37	63	49
Vida social, nacimientos, celebraciones	53	47	19	31	69	55
Derechos humanos	48	52	25	30	70	60
Cultura, entretenimiento	61	39	46	29	71	168
Delitos, juicios, asuntos legales	62	38	102	17	84	200
Manifestaciones, concentraciones, disturbios	42	58	26	16	84	31
Deportes	21	79	175	13	87	352
Terrorismo, guerras	44	56	34	13	87	94
Medio ambiente	50	50	10	13	88	16
Accidentes, tragedias, terremotos	70	30	20	10	90	20
Temas laborales, negociaciones, huelgas	67	33	66	10	90	61
Política, gobierno, elecciones, legislación	43	57	165	8	92	355
Otros	50	50	14	8	92	37
Economía, negocios, comercio	51	49	86	3	97	96
No se conoce	0	0	0	0	0	0
Crisis internacionales, refugiados	100	0	1	0	0	0
Defensa nacional, gastos militares	38	63	16	0	100	30
Pobreza, vivienda, desempleo	61	39	18	0	100	11
Religión	71	29	7	0	100	9
Ciencia	50	50	2	0	0	0
Total	414	473	887	257	1.407	1.664

testimonial o anecdótica como en el caso de Economía, con un 3% de las menciones, lo que significa en valores absolutos, tres mujeres. El Cuadro 10 muestra que los temas en que las mujeres son más mencionadas, se asocian a aquellas noticias que no son las más prestigiadas en los medios y que, en muchas ocasiones, cierran el informativo: Educación, Salud, Vida social, Cultura, Derechos humanos, asuntos que, si surge otro tema de los considerados importantes, se «caen», es decir, no se radian.

A continuación, en el Cuadro 11 se recogen, por emisoras, los datos analizados anteriormente.

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

Temas	RNE		SER		O. CERO		COPE	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
No se conoce	0	0	0	0	0	0	0	0
Cultura, entretenimiento	30	15	22	7	3	3	14	4
Vida social, nacimientos,celebraciones	4	3	4	1	8	4	17	3
Delitos, juicios, asuntos legales	10	9	10	14	15	11	19	18
Accidentes, tragedias, terremotos	0	1	0	1	3	2	0	2
Economía, negocios, comercio	1	5	0	6	0	5	6	13
Educación	1	0	4	1	15	0	0	1
Medio ambiente	1	2	2	0	0	2	0	0
Salud, medicina	12	3	0	0	8	3	0	2
Derechos humanos	5	2	12	4	6	3	8	3
Crisis internacionales, refugiados	1	4	0	0	0	0	0	0
Temas laborales, negociaciones	0	0	4	4	3	2	3	7
Defensa nacional, gastos militares	0	3	0	2	0	1	0	1
Política, gobierno, elecciones	9	22	16	24	9	23	19	25
Pobreza, vivienda, desempleo	0	0	0	1	0	1	0	0
Religión	0	1	0	0	0	0	0	2
Manifestaciones, concentraciones	1	1	2	3	5	3	0	2
Ciencia	0	0	0	0	0	0	0	0
Deportes	22	25	22	24	18	29	0	0
Terrorismo, guerras	4	4	2	5	5	6	11	12
Otros	0	1	2	3	2	3	3	5
Total	100	100	100	100	100	100	100	100
Base	105	508	51	328	65	343	36	228

2.1.5. Temas de especial interés para las mujeres

Como se ha señalado en la metodología, en este estudio se ha tenido en cuenta si cada una de las noticias radiadas por los informativos objeto de la muestra, contemplaba a las mujeres como objetivo central. Se

establecieron 18 valores que se consideran significativos como referente para estudiar si los medios representan los cambios que la mujer ha experimentado socialmente y la situación en la que se encuentra. El Cuadro 12 muestra, en números absolutos, aquellas noticias que fueron enfocadas bajo el prisma señalado. Son excesivamente minoritarias. De las 885 recogidas de todos los informativos de mediodía de la muestra, sólo 21 contemplaban esta variable. Y el tema de violencia, con 15 casos, es el que se representa en primer lugar. No hubo ninguna noticia que cubriera ninguna información sobre la representación de las mujeres en los medios, o de las mujeres rurales, o el tema de la situación de la mujer en la toma de decisiones; o de las mujeres inmigrantes, o de las mujeres minusválidas, o las mujeres en las religiones. El análisis por emisoras, lógicamente tampoco es alentador: RNE, con nueve noticias es la que más referencias recoge. Le sigue la SER con siete, Onda Cero con tres, y la COPE con dos.

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	863	281	179	224	179
Control de natalidad	0	0	0	0	0
Cambio en los papeles de la mujer	1	1	0	0	0
Cuidado de la infancia	1	1	0	0	0
Educación y formación	0	0	0	0	0
Mujeres de las minorías	0	0	0	0	0
Representación 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	15	7	5	2	1
Mujeres y religión	0	0	0	0	0
Mujer 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	1	1	0	0	0
Mujeres y trabajo	3	0	2	0	1
Otros temas	0	0	0	0	0
Total noticias	885	291	186	227	181

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

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

Según muestra el Cuadro 13, el 11,3% de las mujeres mencionadas lo fueron en calidad de esposa, madre, hija, o cualquier otra relación familiar. El caso de los hombres esta circunstancia se contempla en el 0,2% de los mencionados. En números absolutos esto significa, que mientras que 29 mujeres mencionadas

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

Estatus vicario	Todas		RNE		SER		O. CERO		COPE	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
No	88,7	99,8	94,3	99,8	90,2	100	87,7	100	72,2	99,6
Esposa, hija, madre...	11,3	0	5,7	0	9,8	0	12,3	0	27,8	0
Esposo, hijo, padre...	0	0,2	0	0,2	0	0	0	0	0	0,4
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Base	257	1.406	105	508	51	328	65	342	36	228

en las noticias fueron identificadas por su relación familiar, sólo a un hombre se le identifica por esta característica. Los datos por cadenas de radio muestran que RNE es la cadena que menos utiliza para identificar a una mujer su relación con un hombre; la SER lo hace en el 9,8% de los casos; esta práctica sube en Onda Cero hasta el 12,3%, y por último, la Cadena COPE es la que más utiliza la expresión «esposa de..., hija de...» para identificar a las mujeres que menciona (27,8%).

2.1.6.2. Personas representadas como víctimas

En el cuadro 14 se muestran las frecuencias correspondientes a las personas que han sido objeto de las noticias por ser víctima de algún accidente, delito, violencia doméstica o sexual, u otros motivos. Las mujeres son representadas como víctimas en el 11,6% de los casos en que son mencionadas. Los hombres, en el 3,6%. Estos datos parecen sugerir que existe una desproporcionada representación de mujeres como vícti-

Cuadro 14**Personas mencionadas (en %) como víctimas en los informativos de radio**

Víctima	Todas		RNE		SER		O. CERO		COPE	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
No víctima	88,3	96,4	88,6	96,5	88,2	98,8	90,8	95	83,3	95,2
Víctima de accidente, catástrofe	0,4	0,6	0	0,4	0	0,3	1,5	1,2	0	0,9
Víctima de violencia sexual	1,9	0	0	0	5,9	0	1,5	0	2,8	0
Víctima de un delito (no sexual)	1,6	0,3	1	0,2	0	0	3,1	0,6	2,8	0,4
Víctima de violencia doméstica	1,9	0	2,9	0	3,9	0	0	0	0	0
Víctima (otros casos)	1,9	1,1	1	0,8	2	0,6	1,5	2	5,6	0,9
Víctima del terrorismo ²²	3,9	1,6	6,7	2,2	0	0,3	1,5	1,2	5,6	2,6
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Base	257	1.406	105	508	51	328	65	342	36	228

22 En el período en que se tomó la muestra, ETA atentó contra el General Justo Oreja Pedraza. Se recogieron como víctimas todas las personas que individualmente se identificaron. RNE fue la emisora que más datos individualizados proporcionó de todas las víctimas, tanto graves como leves.

mas, circunstancia que podría ser atribuible a una elección desmedida de los medios por victimizar a las mujeres; esta no es la interpretación plausible, sí lo es el hecho de que los medios infrarrepresentan a las mujeres que no son víctimas.

Si consideramos los datos por emisoras, y atendiendo a los distintos valores que se le ha dado al término «víctima», en cuanto a la violencia doméstica la SER y RNE son quienes se hicieron eco de estos hechos, de manera que representaron a mujeres como víctimas de este tipo de violencia (3,9% y 2,9% respectivamente). Las víctimas de la violencia sexual suponen el 1,9% del total de las mujeres mencionadas; en la muestra no hay ningún hombre mencionado como víctima de violencia sexual.

Analizando los datos respecto a la violencia sexual, la SER, con el 5,9% del total de las mujeres mencionadas, ocupa el primer lugar; (la COPE, el 2,8%, Onda Cero, el 1,5% y en RNE no se encuentra ninguna mención).

Cuadro 15
Personas mencionadas como víctimas, según género (en %)

Víctima	Todas		RNE		SER		O. CERO		COPE	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
No víctima	14	86	16	84	12	88	15	85	12	88
Víctima de un accidente	10	90	0	100	0	100	20	80	0	100
Víctima de violencia sexual	100	0	0	0	100	0	0	0	0	0
Víctima de un delito (no sexual)	50	50	50	50	0	0	50	50	50	50
Víctima de violencia doméstica	100	0	100	0	100	0	0	0	0	0
Víctima (otros casos)	25	75	20	80	33	67	13	88	50	50
Víctima del terrorismo	31	69	39	61	0	100	20	80	25	75

2.1.6.3. Alabanzas y acusaciones

La mayor presencia política, sindical, en los órganos de la judicatura, etc. de los hombres, implica también que sean objeto de más reprobación que las mujeres por parte de los medios. En cuanto a las alabanzas, no hay diferencias notables de género.

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

Todas	Acusaciones		Alabanzas	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
No	92	87	96	94
Sí	8	13	4	6
Total	100	100	100	100
Base	257	1.406	253	1.402

2.2. Presencia de las periodistas que cubren las noticias en los informativos de radio

Se ha cuantificado la presencia de mujeres y hombres periodistas en tres categorías: como personas que presentan las noticias (generalmente son las mismas que dirigen el informativo), que las desarrollan, y que son corresponsales o enviadas y enviados especiales, o que presentan los deportes. Hemos considerado, además, a un muy escaso colectivo que son las personas comentaristas o analistas. De esta forma se obtuvo que, conjuntamente para estas cuatro categorías, para las cuatro cadenas de radio, de media, las periodistas constituyen el 36% y los periodistas el 65%. Los resultados individualizados para cada una de las cadenas de radio fueron los siguientes: RNE, con el 17% de mujeres, y 83% de hombres periodistas es el informativo en donde hay menos mujeres periodistas que elaboran información bajo las cuatro categorías establecidas; la COPE, con un 82% de mujeres y un 18% de hombres, en donde la proporción es mayor. Las cifras para la SER son el 31% de mujeres y el 69% de hombres. En el caso de Onda Cero, las mujeres constituyen el 32% y los hombres, el 68%.

Un análisis más desagregado proporciona los datos de representación de las mujeres y hombres profesionales de los medios, en función de cada una de las cuatro categorías establecidas.

Cuadro 17
Distribución (en %) de profesionales (Presentador/a, Redactor/a, Corresponsal, Comentarista, etc.)

Género	Totales	RNE	SER	O. CERO	COPE
Mujeres	36	17	31	32	82
Hombres	64	83	69	68	18

2.2.1. Presentadoras/es

De las cuatro cadenas estudiadas, los informativos de mediodía de R1 de RNE y de Onda Cero han sido presentados siempre por un hombre (que también ha dirigido el informativo). En el caso de la COPE, la muestra analizada fue presentada por una mujer, a su vez subdirectora de los Servicios Informativos de la Cadena. La Cadena SER cuenta con el director del informativo de mediodía, *Hora 14*, que también es habitualmente el presentador, excepto en un día de la muestra, que fue sustituido por una periodista; este es el motivo por el cual en el cuadro que se muestra a continuación la presencia de mujeres como presentadoras del informativo sea del 11% y la de hombres del 89%.

Cuadro 18
Distribución (en %) de presentadoras/es

Género	Totales	RNE	SER	O. CERO	COPE
Mujeres	22	0	11	0	100
Hombres	78	100	89	100	0

2.2.2. Redactoras/es²³

¿Cuántas periodistas y cuántos periodistas cubren las noticias, objeto de la muestra, en las cuatro cadenas? Como se señaló anteriormente, en la última década las mujeres son mayoría entre las personas que se licencian en las facultades y escuelas de Comunicación, y este hecho se constata cuando se analizan los datos de las personas que cubren como redactoras las diferentes noticias. Así, en R1 de RNE la proporción de noticias cubiertas por mujeres es del 45%. Para la Cadena SER se obtuvieron unos resultados de un 55% de mujeres frente a un 45% de hombres; en Onda Cero la proporción de noticias cubiertas por mujeres es del 51% y de hombres, el 49%. Como muestran los resultados, en la COPE fueron mayoría las mujeres que cubrieron las noticias objeto del estudio, con un 72% de los casos; los hombres, un 28% del total de noticias.

Cuadro 19
Distribución (en %) de redactoras/es

Género	Totales	RNE	SER	O. CERO	COPE
Mujeres	54	45	55	51	72
Hombres	46	55	45	49	28

2.2.3. Corresponsales, enviadas/os especiales, presentadores/as deportes

Una tercera categoría es la que recoge a las personas que cubren las noticias como corresponsales, enviados/as especiales o como presentadoras/es de los espacios deportivos de los informativos. Las cifras obtenidas fueron las siguientes: R1 de RNE es la cadena en donde se encuentran menos mujeres, con el 4% del total; los hombres constituyen el 96%. En el caso de la SER tampoco hay una representación equilibrada de mujeres en esta categoría, en donde encontramos un 21% de mujeres y un 79% de hombres; Onda Cero es la cadena más equilibrada, con un 50% de mujeres y de hombres, y la COPE también manifiesta este equilibrio en cuanto recoge la cifra de un 58% de mujeres y un 42% de hombres.

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

Género	Totales	RNE	SER	O. CERO	COPE
Mujeres	27	4	21	50	58
Hombres	73	96	79	50	42

2.2.4. Comentarista/analista

Por último, la categoría establecida específicamente como comentarista/analista apenas tiene presencia en los informativos de mediodía de la radio española. No existe esta figura ni en *España a las 2* de R1 de RNE ni en *Hora 14* de la Cadena SER. En el caso de *Las noticias del mundo*, de Onda Cero, se ha hallado un 75% de mujeres comentaristas y un 25 de hombres. En el caso de la COPE, *Mediodía*, es donde encontramos esta figura en 6 de los 10 informativos analizados. Las seis intervenciones fueron protagonizadas por un hombre.

²³ Ver nota 12.

3. RESULTADOS EN LOS INFORMATIVOS DE TELEVISIÓN

3.1. Representación de las mujeres

3.1.1. Resultados generales: personas mencionadas y periodistas

El 41% de las noticias objeto de este estudio fueron cubiertas por periodistas mujeres. Los dos canales públicos, tve1 y La2 son quienes más mujeres emplean en la información televisiva, con el 52% y el 50%, respectivamente. En donde la frecuencia de mujeres periodistas, respecto a los periodistas, es más baja, es en Antena3tv, con el 29% de mujeres y el 71% de hombres. Existen diferencias estadísticamente significativas entre las distintas emisoras respecto al número de noticias que son cubiertas por mujeres y hombres periodistas²⁴.

Las mujeres van alcanzando el equilibrio numérico como trabajadoras en las industrias mediáticas, sin embargo la asignatura pendiente sigue siendo cuántas personas son, por género, objeto de las noticias que cubren los informativos de televisión. En el Cuadro 21 se muestran los valores relativos de las personas mencionadas en la muestra analizada. Considerando todos los canales, la representación de mujeres sólo alcanza el 18%, es decir, de cada cien personas mencionadas en las noticias de televisión objeto de estudio, 18 fueron mujeres, y 82, hombres. La2 es el canal en donde la cifra es más alta, el 25% del total. Los tres canales, tve1, Tele5 y Antena3tv se mueven dentro de cifras similares entre el 19% y el 17%.

Cuadro 21
Representación (en %) de mujeres y hombres en los informativos de televisión

Canal de televisión	Profesionales ²⁵			Personas mencionadas		
	Mujeres	Hombres	Base	Mujeres	Hombres	Base
<i>tve1</i>	52	48	326	19	81	702
<i>La2</i>	50	50	46	25	75	117
<i>Tele5</i>	42	58	248	18	82	597
<i>Antena3tv</i>	29	71	355	17	83	565
Todos	41	59	975	18	82	1.981

3.1.2. Personas mencionadas, personas entrevistadas y tiempo hablado

Según se muestra en el Cuadro 22 se puede decir que los informativos de televisión analizados fueron de los deportistas y los políticos. Considerando los resultados para todas las televisiones, ambos grupos constituyen el 46,3% del total de personas mencionadas; si a esta cifra le agregamos el grupo de los empresarios, abogados, y economistas, estos tres grupos representan el 53,4% del total de las personas mencionadas en la muestra elegida.

²⁴ El valor de chi-cuadrado muestral es 39,1 frente al valor crítico 7,81 para un nivel de confianza del 95%.

²⁵ Sin considerar a las personas que presentan el telediario. Ver nota 12.

Cuadro 22
Personas mencionadas (en %) en los informativos de televisión

Profesión/Ocupación	Todas		tve1		La2		Tele5		Antena3tv	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Profesión no declarada	7,5	8,2	8,5	8,3	9,4	6,8	7	8,2	6,4	8,5
Político/a	2,2	19	2,4	18,8	0,9	23,9	2,3	20,8	2,1	16,5
Estudiante	1,3	1,2	0,4	0,9	5,1	2,6	1,7	1,7	1,1	0,7
Ama de casa	1,2	0	1,1	0	0	0	1,2	0	1,4	0
Artista, actor/actriz, cantante	0,8	2,2	1	1,7	2,6	3,4	0,5	2,2	0,5	2,7
Personal de ONG's	0,7	0,9	0,7	1,1	1,7	1,7	0,3	0,8	0,7	0,5
Personal sanitario	0,7	1,1	1	1,3	0	0	0,7	1,2	0,4	1,1
Oficios cualificados, sindicalista	0,7	2,6	0,1	2,1	1,7	2,6	0,7	4	1,2	1,6
Deportista, entrenador/a	0,7	27,3	0,7	28,8	0	17,1	0,7	22,9	0,7	32
Profesorado	0,6	1	0,6	1,1	0	0	0,3	1,8	1,1	0,2
Científica/o, ingeniero/a, periodista	0,6	3,4	0,6	3,4	0,9	6,8	0,5	3,4	0,5	2,7
Personal del sector servicios	0,6	1	0,4	0	0,9	0	1,2	1,5	0,2	1,8
Empresario/a, abogada/o, economista	0,4	7,1	0,3	7	0	1,7	0,3	6,7	0,5	8,8
Delincuente	0,4	2,7	0,4	3,1	0	3,4	0,7	3	0	1,8
Funcionariado	0,1	0,9	0,1	0,7	0	1,7	0	0,7	0	1,1
Policía, militares	0,1	0,4	0	0,1	0,9	1,7	0	0,3	0	0,4
Agricultura, pesca, ganadería	0,1	1,4	0	2	0,9	1,7	0	1,5	0,2	0,4
Pensionista, jubilado/a	0,1	0,3	0,1	0,3	0	0	0	0,2	0,2	0,5
Religioso/a	0	0,3	0	0,1	0	0	0	0,5	0	0,4
Desempleado/a	0	0,1	0	0	0	0	0	0,2	0	0
Otra	0	0,7	0	0,4	0	0	0	0,3	0	1,4
Total	18%	82%	19%	81%	25%	75%	18%	82%	17%	83%
Base	1.981		702		117		597		565	

¿Quiénes fueron las mujeres mencionadas? Podríamos decir que «unas perfectas desconocidas» porque son mujeres cuya profesión no se recoge en la noticia, quienes, con el 7,5% del total, encabezan la lista. A considerable distancia, con el 2,2% del total, les siguen las políticas. Teniendo en cuenta que la base, como se muestra, es 1981 personas mencionadas, 44 políticas son las mujeres más representadas de cualquiera de los grupos profesionales seleccionados. La tercera categoría la alcanzan las estudiantes, con el 1,3%, y en cuarto lugar, las amas de casa, con el 1,2%. Con el 0,8% siguen las artistas, y con el 0,7%, coinciden las voluntarias de las ONG's, las mujeres que trabajan en la sanidad, las sindicalistas y las deportistas. Las menciones de deportistas merece especial atención, ya que, siendo la primera categoría de representación la de los deportistas, las cifras parecen decirnos que el deporte femenino no existe (en cifras absolutas, 14 muje-

res deportistas mencionadas vs. 541 hombres deportistas mencionados). El análisis de los resultados por canales de televisión no muestra ninguna diferencia sustancial entre ellos.

En el medio televisivo (Cuadro 23, ordenado de manera descendente por mujeres entrevistadas) no hay diferencia, en cifras, entre las personas mencionadas y personas entrevistadas (18% para las mujeres, 82% para los hombres). La televisión es imagen, y la imagen, generalmente, habla. Sin embargo, aunque los totales sean iguales, no todas las personas mencionadas en determinada profesión, mantienen su representación cuando son entrevistadas. Los deportistas (futbolistas en la gran mayoría de los casos) son los que conservan su presencia en una y otra categoría: así, mientras, como se muestra, constituyen el 27,3% del total de ocasiones que se menciona a una persona en las noticias de televisión, también mantienen el 26,8% de las situaciones en que una persona es entrevistada. Los políticos son mencionados más veces que entrevistados (19% vs. 14,3%). Y a los políticos les siguen las personas de profesión no conocida. En cuanto a las mujeres,

Cuadro 23
Distribución de las personas mencionadas (en %) y de las entrevistadas, según género y profesión. Todos los canales de televisión

Profesión/Ocupación	Personas mencionadas		Personas entrevistadas	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Profesión no declarada	7,5	8,2	8,6	11,1
Estudiante	1,3	1,2	1,9	1,8
Oficios cualificados, sindicalista	0,7	2,6	1,1	3,8
Personal de ONG's	0,7	0,9	1	1,1
Político/a	2,2	19	0,8	14,3
Personal del sector servicios	0,6	1	0,8	1,5
Personal sanitario	0,7	1,1	0,7	1,7
Artista, actor/actriz, cantante	0,8	2,2	0,7	2,1
Profesorado	0,6	1	0,6	1,4
Empresario/a, abogada/o, economista	0,4	7,1	0,5	8,3
Científica/o, ingeniero/a, periodista	0,6	3,4	0,4	3,1
Ama de casa	1,2	0	0,3	0
Agricultura, pesca, ganadería	0,1	1,4	0,2	2,1
Deportista, entrenador/a	0,7	27,3	0,2	26,8
Pensionista, jubilado/a	0,1	0,3	0,2	0,5
Funcionariado	0,1	0,9	0,1	1,1
Policía, militares	0,1	0,4	0,1	0,5
Religioso/a	0	0,3	0	0,5
Desempleado/a	0	0,1	0	0,1
Delincuente	0,4	2,7	0	0
Otra	0	0,7	0	0,5
Total	18%	82%	18%	82%
Base	1.981		1.309	

aumenta relativamente la cifra de las representadas como profesión no recogida en la noticia, hasta el 8,6% de todas las personas entrevistadas, y baja la de políticas, al 0,8% del total, que en valores absolutos alcanza el número de 10 mujeres entrevistadas (de 44 políticas mencionadas, cuando se trata de entrevistarlas, pasan a ser 10) Por encima de esta cifra están las estudiantes, las sindicalistas y las voluntarias de las ONG's.

Las personas que cometieron un delito, y cuya profesión no fue recogida, es práctica habitual que se mencionen por su nombre pero no intervengan con su voz, en ninguna ocasión, ni en ningún canal de televisión.

El Cuadro 24 muestra el tiempo hablado por las personas entrevistadas. Las diferencias respecto al género son notables; en los informativos de televisión analizados, la voz mayoritaria que recogió fue la de aquellas cuya profesión no se declara en la noticia, con el 43% del total. Le siguen con el ocho por ciento las mujeres voluntarias o que trabajan en las ONG's, y en tercer lugar, las políticas. En la muestra analizada, el tiempo hablado por las políticas, en cifras absolutas fue dos minutos y 54 segundos.

Cuadro 24
Tiempo hablado (en %) por las personas entrevistadas en los informativos de televisión

Profesión/Ocupación	Mujeres	Hombres
Profesión no declarada	43	9
Personal de ONG's	8	1
Político/a	7	26
Personal sanitario	6	2
Personal del sector servicios	6	2
Estudiante	6	1
Profesorado	5	2
Oficios cualificados, sindicalista	4	4
Artista, actor/actriz, cantante	4	4
Empresario/a, abogada/o, economista	3	11
Científica/o, ingeniero/a, periodista	2	5
Ama de casa	2	0
Deportista, entrenador/a	1	27
Pensionista, jubilado/a	0,8	0,3
Agricultura, pesca, ganadería	0,7	2,1
Funcionariado	0,5	1
Policía, militares	0,5	0,4
Religioso/a	0	0,6
Desempleado/a	0	0
Delincuente	0	0
Otra	0	1
Total	100	100
Base	2.498"	14.177"

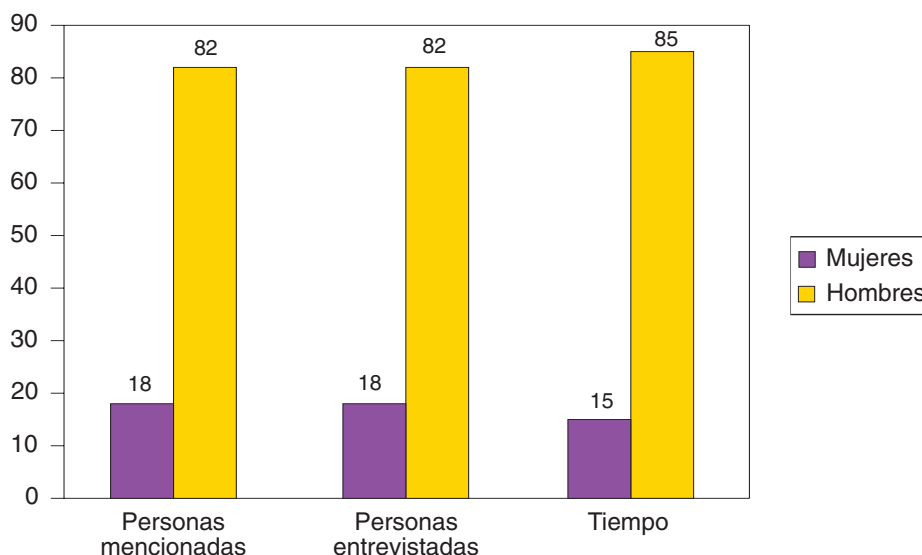
Los hombres entrevistados no siguen, en cuanto a profesión, el patrón que hemos hallado para las mujeres. El 54% del tiempo hablado por los hombres fue utilizado por los deportistas y políticos en primer lugar (27% y 26% respectivamente); en tercer lugar los empresarios, abogados, economistas, que hablaron el 11%. A quienes más se les oyó hablar en televisión fue a los deportistas (en su inmensa mayoría, como se ha señalado ya, gente del fútbol, futbolistas y entrenadores principalmente) este grupo habló una hora, tres minutos y 47". Si hemos visto que las mujeres políticas hablaron dos minutos y 54 segundos, los políticos lo hicieron durante una hora, un minuto y 26 segundos.

Resumiendo, las mujeres que se oye hablar en televisión, mayoritariamente lo hacen como opinión pública, personas de la calle que muchas veces no se las identifica por su nombre. Casi una de cada dos mujeres que hablan en las noticias de televisión pertenece a esta categoría. Y, en cualquier caso, pertenecen a profesiones que no son las consideradas socialmente como de estatus alto. Los hombres, si consideramos a los políticos, empresarios y científicos, hablaron el 42% del total (Cuadro 24).

El Cuadro 25 muestra los datos de las frecuencias de las personas entrevistadas en cada uno de los canales de televisión. Destaca, sobre todas, La2, que es el canal que, proporcionalmente, ofrece más veces la palabra a las mujeres (el 34%), cifra que es, significativamente²⁶, la más alta de todas.

Otro aspecto a considerar es la ratio entre las profesiones que las personas entrevistadas ejercen, en función del género. Generalmente las mujeres representadas en los medios ejercen una pequeña variedad de

Gráfico 4.
Personas mencionadas, entrevistadas y tiempo. Informativos de televisión



²⁶ Mientras que el contraste de homogeneidad realizado para los canales tve1, Tele5 y Antena3tv no permite rechazar la hipótesis de homogeneidad (chi-cuadrado muestral = 2,1, y el valor crítico = 6,0 para un nivel de confianza del 95%), la inclusión de La2 eleva el valor de chi-cuadrado muestral a 15,0 respecto a un valor crítico = 7,8, para un nivel de confianza del 95%. La comparación de La2 respecto a cada una de las otras cadenas de televisión, da como resultado una significativa mayor presencia de mujeres entrevistadas.

Cuadro 25
Frecuencias relativas de las personas entrevistadas respecto al total, por canal de televisión

Profesión/Ocupación	Todas		tve1		La2		Tele5		Antena3tv	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Profesión no declarada	8,6	11,1	8,4	10,2	10,3	11,8	8,5	11,3	8,7	11,8
Estudiante	1,9	1,8	0,6	1,3	8,8	4,4	2,5	2,5	1,6	1
Oficios cualificados, sindicalista	1,1	3,8	0,2	3,2	2,9	4,4	1	5,8	1,8	2,4
Personal de ONG's	1	1,1	1,1	1,3	2,9	2,9	0,5	1	1	0,8
Político/a	0,8	14,3	0,4	16,9	0	16,2	1	13,6	1	11,5
Personal del sector servicios	0,8	1,5	0,4	0	1,5	0	1,8	2,3	0,3	2,6
Personal sanitario	0,7	1,7	0,9	1,9	0	0	1	1,8	0,3	1,6
Artista, actor/actriz, cantante	0,7	2,1	0,9	1,1	2,9	5,9	0,5	2,8	0,3	1,8
Profesorado	0,6	1,4	0,4	1,3	0	0	0,5	2,8	1	0,3
Empresario/a, abogada/o, economista	0,5	8,3	0,4	8,4	0	2,9	0,5	6,3	0,5	11,3
Científica/o, ingeniero/a, periodista	0,4	3,1	0,4	2,8	1,5	10,3	0,5	3,3	0	2,1
Agricultura, pesca, ganadería	0,2	2,1	0	3	1,5	2,9	0	2,3	0,3	0,5
Deportista, entrenador/a	0,2	26,8	0,4	30,7	0	0	0	23,9	0	29,9
Ama de casa	0,3	0	0,4	0	0	0	0	0	0,3	0
Pensionista, jubilado/a	0,2	0,5	0,2	0,4	0	0	0	0,3	0,3	0,8
Funcionariado	0,1	1,1	0,2	1,1	0	1,5	0	0,5	0	1,6
Policia, militares	0,1	0,5	0	0,2	1,5	2,9	0	0,5	0	0,5
Religioso/a	0	0,5	0	0,2	0	0	0	0,8	0	0,5
Desempleado/a	0	0,1	0	0	0	0	0	0,3	0	0
Delincuente	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Otra	0	0,5	0	0,2	0	0	0	0	0	1,6
Total	18%	82%	15%	85%	34%	66%	18%	82%	17%	83%
Base	1.309		462		68		398		381	

profesiones, mientras que los hombres aparecen entrevistados en papeles más diversos. Una de las recomendaciones que formulan los organismos internacionales sensibles con las cuestiones de género en los medios de comunicación (ONU, Consejo de la Unión Europea o UNESCO) hace referencia a la necesidad de diversificar la intervención de las mujeres en los medios, con el fin de evitar la estereotipación y el encasillamiento exclusivo en determinados papeles o roles sociales. Aunque no hay diferencias notables entre las distintas televisiones, los telediarios de La2 y tve1, son quienes diversifican más, con una ratio de 0,8; Tele5, con 0,6 es quien diversifica menos los papeles que representan las mujeres respecto a los de los hombres. (En La2 las mujeres hablan en nueve profesiones; los hombres, en 11. En tve1 los hombres hablan en 18 categorías; las mujeres, en 15; en Antena3tv mientras que los hombres son entrevistados en 18 categorías, las mujeres lo son en 13; y por último Tele5 también entrevista a hombres en 18 categorías, a las mujeres, en 11).

El cuadro 26 muestra las diferencias halladas entre el tiempo hablado por las personas entrevistadas, y el número de veces que éstas fueron entrevistadas. El cuadro está ordenado en función de las profesiones cuya diferencia es más alta. Lo que sugieren dichas cifras es que no existe correlación entre las ocasiones que se les

Cuadro 26
Personas entrevistadas y tiempo hablado (en %) por profesión y género

Profesión/Ocupación	Personas entrevistadas		Tiempo hablado		Diferencia
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	
Oficios cualificados, sindicalista	21,9	78,1	13,9	86,1	-7,9
Artista, actor/actriz, cantante	25	75	17,8	82,2	-7,2
Científica/o, ingeniero/a, periodista	10,9	89,1	7,6	92,4	-3,3
Estudiante	52,1	47,9	48,9	51,1	-3,2
Agricultura, pesca, ganadería	6,9	93,1	5,4	94,6	-1,4
Empresario/a, abogada/o, economista	5,2	94,8	4,3	95,7	-1
Político/a,	5,1	94,9	4,5	95,5	-0,5
Religioso/a	0	100	0	100	0
Deportista, entrenador/a	0,6	99,4	0,6	99,4	0
Ama de casa	100	0	100	0	0
Desempleado/a	0	100	0	100	0
Delincuente	0	0	0	0	0
Otra	0	100	0	100	0
Funcionariado	6,7	93,3	7,3	92,7	0,6
Profesión no declarada	43,8	56,2	44,6	55,4	0,8
Profesorado	30,8	69,2	32,2	67,8	1,4
Personal sanitario	29	71	31,4	68,6	2,4
Personal del sector servicios	36,7	63,3	40	60	3,3
Personal de ONG's	46,4	53,6	51,3	48,7	4,9
Policía, militares	12,5	87,5	18,2	81,8	5,7
Pensionista, jubilado/a	25	75	30,8	69,2	5,8

ofrece el micrófono a esas personas, y el tiempo utilizado en dichas intervenciones. Es menor este último, y por lo tanto indica menor presencia de las sindicalistas, de las artistas, periodistas o científicas, las estudiantes o las abogadas. En cuanto a las políticas, prácticamente no existe diferencia entre ambas categorías.

3.1.3. La representación de género según profesión/ocupación

El Cuadro 27 se presenta ordenado con arreglo a las profesiones que mayoritariamente, en términos relativos respecto a los hombres, ocupan las mujeres. Cuando nos preguntamos hacia dónde miran las y los periodistas que cubren las noticias en televisión, según la muestra, cuando necesitan a una ama de casa, o a una estudiante, es cuando miran hacia las mujeres (son las dos únicas profesiones que, en términos relativos, consigue mayor representación la mujer, al mostrar los datos totales). Puede decirse que hay equilibrio en la representación cuando necesitan personas para cubrir noticias relacionadas con las ONG's, o cuando

Cuadro 27
Distribución (en %) de las personas entrevistadas según género y profesión

Profesión/Ocupación	Todas		tve1		La2		Tele5		Antena3tv	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Ama de casa	100	0	100	0	0	0	0	0	100	0
Estudiante	52	48	33	67	67	33	50	50	60	40
Personal de ONG's	46	54	45	55	50	50	33	67	57	43
Profesión no declarada	44	56	45	55	47	53	43	57	42	58
Personal del sector servicios	37	63	100	0	100	0	44	56	9	91
Profesorado	31	69	25	75	0	0	15	85	80	20
Personal sanitario	29	71	31	69	0	0	36	64	14	86
Artista, actor/actriz, cantante	25	75	44	56	33	67	15	85	13	88
Pensionista, jubilado/a	25	75	33	67	0	0	0	100	25	75
Oficios cualificados, sindicalista	22	78	6	94	40	60	15	85	44	56
Policía, militares	13	88	0	100	33	67	0	100	0	100
Científica/o, ingeniero/a, periodista	11	89	13	87	13	88	13	87	0	100
Funcionariado	7	93	17	83	0	100	0	100	0	100
Agricultura, pesca, ganadería	7	93	0	100	33	67	0	100	33	67
Político/a,	5	95	3	98	0	100	7	93	8	92
Empresario/a, abogada/o, economista	5	95	5	95	0	100	7	93	4	96
Deportista, entrenador/a	1	99	1	99	0	0	0	100	0	100
Religioso/a	0	100	0	100	0	0	0	100	0	100
Desempleado/a	0	100	0	0	0	0	0	100	0	0
Delincuente	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Otra	0	100	0	100	0	0	0	0	0	100

se trata de la llamada opinión pública, (profesión no declarada) generalmente testigos de algún hecho. En estas circunstancias para «ilustrar» con imágenes la noticia, recurren, a menudo en la calle, a mujeres y a hombres, aunque aún, en estas condiciones, la intervención de las mujeres es menor (44% vs. 56%). Y esta tendencia se observa, curiosamente, al comparar resultados individuales, por canal de televisión.

Sin embargo, cuando hablan de política, abrumadoramente cuentan con los políticos (95%), de la misma forma que cuentan con los deportistas de manera casi absoluta, como ya se ha señalado. Con los empresarios, abogados, economistas, ocurre lo mismo que con los deportistas, parece que fueran profesiones en donde no hubiera mujeres (recordemos que el 53,1% de los puestos del sistema judicial español²⁷ está ocupado por mujeres). No hay ningún sobresalto, tampoco, cuando se analizan los valores relativos para cada canal de televisión. El Gráfico 5 muestra las columnas 2 y 3 del Cuadro 27 comentado.

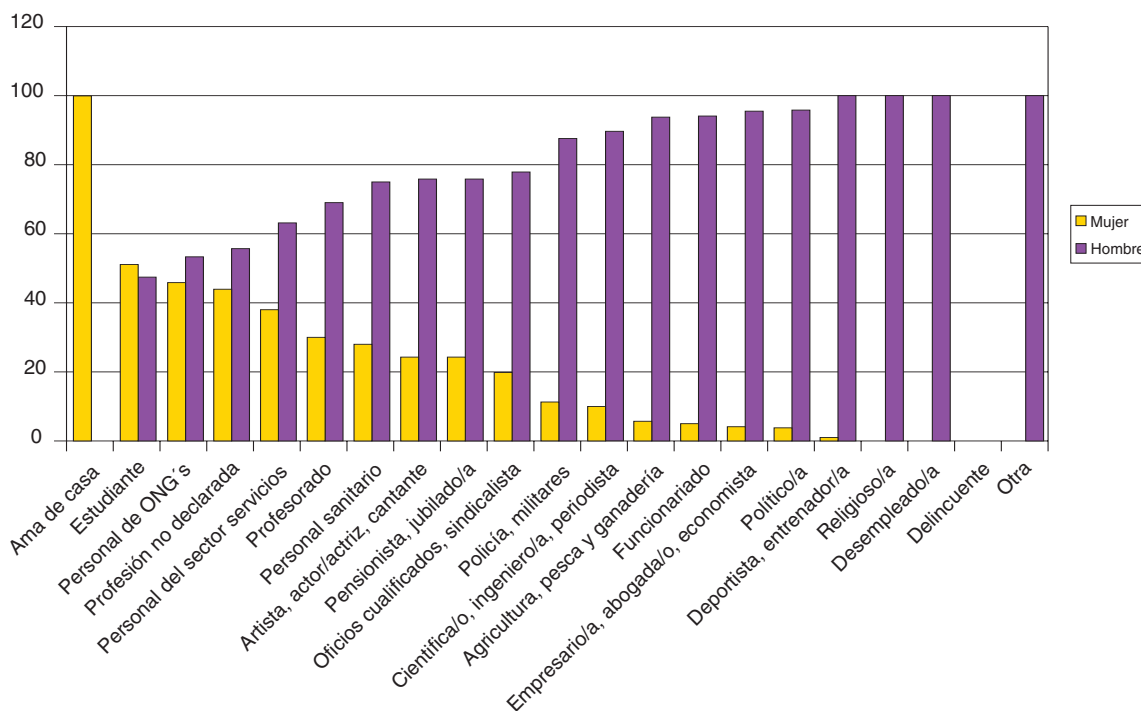
²⁷ *Las Mujeres en cifras. 2001.* Madrid: Instituto de la Mujer.

El Cuadro 28 recoge la distribución de las veces que han hablado las personas entrevistadas, por profesión; se muestran los totales para todos los canales, y por cada televisión. En cuanto a las veces que han sido entrevistadas las mujeres, vemos que las de profesión no declarada alcanzan casi el 50% de las mujeres entrevistadas, es decir, de cada dos veces que se muestra a mujeres hablando en las noticias de televisión, una es una mujer a la que, habitualmente, no se la identifica ni con su nombre ni con su profesión²⁸. Respecto a la segunda categoría, las estudiantes, ocurre igual que con las personas a las que se entrevista en la calle, «ilustran» noticias como por ejemplo, las convocatorias anuales de las pruebas de Selectividad; de la misma forma que se elige a una estudiante, se podría haber elegido a otra.

Vemos que la situación de los hombres representados no es la misma. Los deportistas y los políticos, identificados, lógicamente, por su nombre y profesión, constituyen la mayoría de los mencionados. Siguiendo a la misma autora, nos encontramos que también los medios privilegian aquellas situaciones que se producen en el «espacio de los iguales», pero en el que, parece, aunque las mujeres estén presentes, no son representadas en situaciones de igualdad con los varones.

Volviendo a la representación de las mujeres, a partir, según muestra el Cuadro 28, de frecuencias relativas de 4 a 1, la representación de las mujeres es anecdótica. No olvidemos que estamos hablando de fre-

Gráfico 5
Personas entrevistadas (en %). Informativos de televisión



28 Es el tipo de situaciones que ocurren en lo que Celia Amorós tipifica como «espacio de las idénticas». Se entrevistó a esas mujeres de la misma forma que se podría haber elegido a otras.

Cuadro 28
Distribución (en %) de las personas entrevistadas en los informativos de televisión, por profesión, según género y televisión

Profesión/Ocupación	Todas		tve1		La2		Tele5		Antena3tv	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Profesión no declarada	48	13	55	12	30	18	47	14	50	14
Estudiante	11	2	4	2	26	7	14	3	9	1
Personal de ONG's	6	1	7	2	9	4	3	1	6	1
Oficios cualificados, sindicalista	6	5	1	4	9	7	5	7	11	3
Personal del sector servicios	5	2	3	0	4	0	10	3	2	3
Político/a,	4	17	3	20	0	24	5	17	6	14
Personal sanitario	4	2	6	2	0	0	5	2	2	2
Artista, actor/actriz, cantante	4	3	6	1	9	9	3	3	2	2
Profesorado	3	2	3	2	0	0	3	3	6	0
Empresario/a, abogada/o, economista	3	10	3	10	0	4	3	8	3	14
Científica/o, ingeniero/a, periodista	2	4	3	3	4	16	3	4	0	3
Agricultura, pesca, ganadería	1	3	0	4	4	4	0	3	2	1
Deportista, entrenador/a	1	33	3	36	0	0	0	29	0	36
Ama de casa	1	0	1	0	0	0	0	0	2	0
Pensionista, jubilado/a	1	1	1	1	0	0	0	0	2	1
Funcionario	0	1	1	1	0	2	0	1	0	2
Policía, militares	0	1	0	0	4	4	0	1	0	1
Religioso/a	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1
Desempleado/a	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Delincuente	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Otra	0	1	0	0	0	0	0	0	0	2
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Base	233	1.076	71	391	23	45	73	325	66	315

cuencias absolutas de 10, 7, 5 y 2 de las mujeres que intervinieron, respectivamente, como políticas, personal sanitario o artistas; como profesoras, como abogadas, o como deportistas. Es pertinente reseñarlo, no por su importancia, sino por su escasa representatividad.

Los mismos referentes, es decir, cuáles fueron las profesiones mayoritarias en las que intervinieron los hombres nos las muestra la columna 3 del mismo Cuadro 28: deportistas, con el 33% del total de las veces que hablaron los hombres, son quienes más veces fueron invitados a hablar, seguidos de los políticos, que acapararon el 17%. Sin embargo, como más adelante se verá, aunque parece que han tenido más representación los deportistas, no es así en términos relativos respecto al tiempo hablado. Los deportistas –el mundo de los hombres del fútbol, básicamente– hablaron muchas veces, ese 33% que recogemos, pero mucho menos tiempo que los políticos. Los políticos hablaron menos veces, pero sus intervenciones fueron más largas. Los hombres de profesión desconocida, en tercer lugar, 13%. Los empresarios con el 10% (108 en valo-

Cuadro 29
Distribución (en %) de los temas según género de las/os periodistas
y personas entrevistadas. Todos los canales de televisión

Tema	Periodistas		Personas entrevistadas	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Temas laborales, negociaciones	7	5	17	7
Educación	2	2	15	3
Cultura, entretenimiento	8	6	9	5
Salud, medicina	7	4	9	5
Economía, negocios, comercio	9	5	8	8
Pobreza, vivienda, desempleo	2	2	7	1
Otros	3	2	5	3
Accidentes, tragedias, terremotos	5	1	4	1
Manifestaciones, concentraciones	4	2	4	2
Vida social nacimientos, celebraciones	2	0	4	1
Delitos, juicios, asuntos legales	5	5	4	3
Derechos humanos	3	2	4	3
Deportes	24	53	3	42
Política, gobierno, elecciones	7	3	2	7
Terrorismo, guerras	4	3	2	3
Medio ambiente	4	4	1	4
Ciencia	1	1	1	1
No se conoce	0	0	0	0
Crisis internacionales, refugiados	0	0	0	0
Defensa nacional, gastos militares	3	1	0	2
Religión	0	0	0	0
Total	100	100	100	100
Base	396	576	233	1.076

res absolutos) siguen en cuarto lugar. La base, de 1.076 intervenciones en el caso de los hombres, y sólo de 233, nos recuerda la necesidad de no comparar las cifras relativas de hombres y mujeres de las columnas 2 y 3 del cuadro que estamos analizando, pues mientras las científicas constituyen el 2% de las mujeres entrevistadas, porcentaje que supone 5 científicas o ingenieras o periodistas en toda la muestra, los hombres, doblando esa frecuencia relativa, con el 4% alcanzan la cifra de 43 científicos o ingenieros o periodistas entrevistados.

¿Qué ocurre si miramos individualmente por canal de televisión? El Cuadro 25, que recogía las frecuencias de las personas entrevistadas respecto al total, por televisiones, ya nos mostraba que La2 es el canal que con el 34% de mujeres entrevistadas, respecto al total, más se acerca al equilibrio de representación de género que se solicita por algunos sectores sociales. Las otras tres televisiones se encuentran entre el 18% de

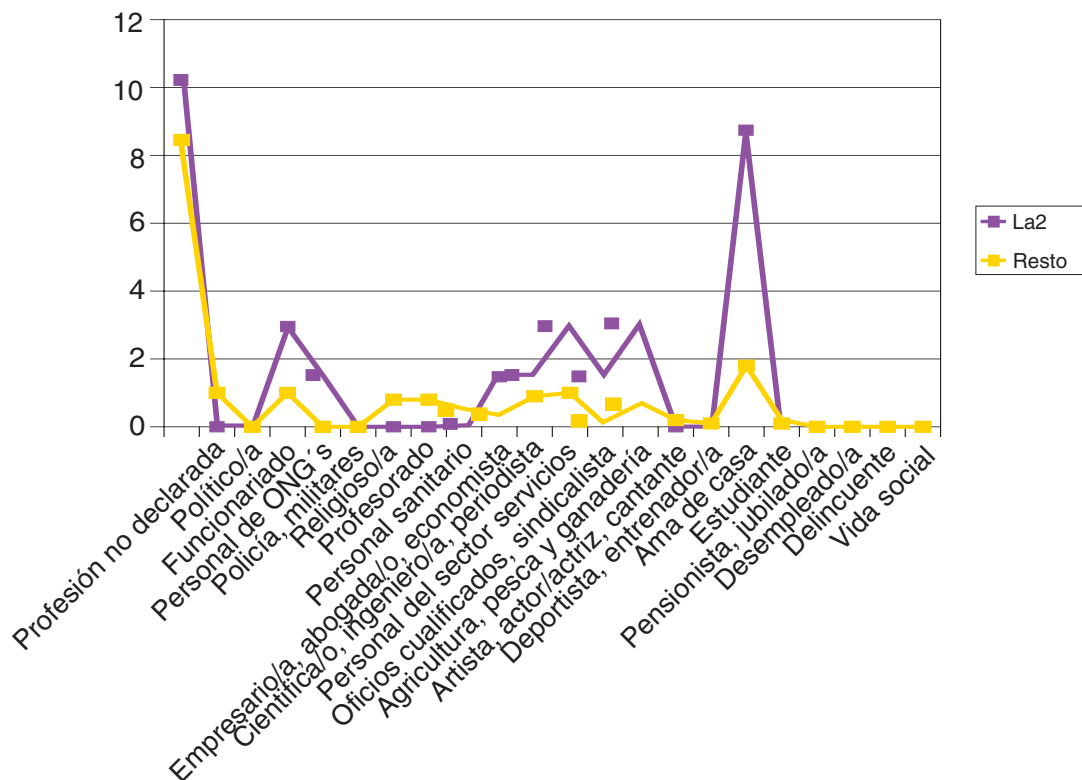
Tele5, y el 15% de tve1, valores que no son significativamente diferentes. El Gráfico 6 muestra los porcentajes, por profesión/ocupación de las mujeres entrevistadas en La2 y en el resto de los canales, tve1, Tele5 y Antena3tv.

3.1.4. 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 constituyen parte de la agenda pública; hablamos de Política, Economía, Temas laborales, Delitos y juicios, 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 o Medio ambiente. ¿Qué proporción de mujeres y hombres trabajan en un tipo de noticias u otro, y a cuántas mujeres y cuántos hombres entrevistan o reproducen sus declaraciones?

La literatura sobre género nos ha ido mostrando que en aquellas organizaciones mediáticas en donde las mujeres son minoría, éstas se hacen cargo mayoritariamente de los temas «blandos», y sus compañeros de los temas «duros»; en la medida que en las redacciones progresivamente se va alcanzando el equilibrio, como periodistas, entre mujeres y hombres, esta tendencia, como en otros países de nuestro entorno, se está mati-

Gráfico 6
Distribución de mujeres entrevistadas: Informativos de La2 y resto de canales



zando. Como muestra el Cuadro 30, las periodistas cubren mayoritariamente noticias «duras», el 68% de los temas, ellos, el 78%.

Las personas entrevistadas en los informativos de televisión ¿de qué temas hablaron? El Cuadro 30 está ordenado, en sentido descendente según las mujeres entrevistadas y muestra que la ya señalada escasa presencia de mujeres como entrevistadas, se reparte entre las noticias «duras» y las «blandas», (44% vs. 56%). Los hombres fueron entrevistados, mayoritariamente, en noticias de Deporte, de Economía y negocios, en Temas laborales, Política, Delitos y juicios, es decir, en las noticias «duras», en el 75% de todas sus intervenciones. El resto, 25%, lo fue en noticias que no conforman el primer nivel informativo.

En la medida en que lo femenino ha sido tradicionalmente devaluado en el espacio público, ¿podrá llegar el día en que la representación de las mujeres y de los temas que, a través del proceso de la heterodesignación han calificado como «femeninos» (la Salud y el Cuidado de las personas, la Solidaridad, los Derechos humanos, la Educación) –temas que, por otra parte, debieran ser asunto de preocupación de todo el mundo– pasen a formar parte del primer nivel informativo de los medios? Este es un tema de reflexión al que sería necesario aproximarse para enfocar la desigual relación de representación de género en los medios de comunicación.

Cuadro 30
Distribución (en %) de género de las/os periodistas y personas entrevistadas, según tema

Tema	Periodistas			Personas entrevistadas		
	Mujeres	Hombres	Base	Mujeres	Hombres	Base
Pobreza, vivienda, desempleo	41	59	17	53	47	30
Educación	47	53	19	51	49	68
Vida social, nacimientos, celebraciones	82	18	11	45	55	20
Accidentes, tragedias, terremotos	82	18	22	43	57	23
Temas laborales, negociaciones	51	49	57	35	65	111
Cultura, entretenimiento	48	52	69	29	71	77
Manifestaciones, concentraciones	58	42	26	29	71	34
Salud, medicina	54	46	52	28	72	74
Otros	52	48	25	26	74	46
Derechos humanos	55	45	22	23	77	39
Delitos, juicios, asuntos legales	43	57	47	20	80	45
Economía, negocios, comercio	54	46	63	18	82	103
Ciencia	50	50	8	17	83	12
Terrorismo, guerras	47	53	34	15	85	34
Medio ambiente	42	58	36	7	93	44
Política, gobierno, elecciones	60	40	47	7	93	76
Deportes	24	76	401	2	98	456
No se conoce	0	0	0	0	0	0
Crisis internacionales, refugiados	0	0	0	0	0	0
Defensa nacional, gastos militares	69	31	16	0	100	17
Religión	0	0	0	0	0	0
Base	396	576	972	233	1.076	1.309

En el Cuadro 30 se muestra la proporción de mujeres periodistas que han intervenido cubriendo las noticias de política, el 60%, frente al 40% que fueron cubiertas por sus compañeros. Vemos en las columnas 5 y 6 que la proporción de mujeres entrevistadas en este tipo de noticias sólo asciende al 7%, mientras que la representación de los políticos subió hasta el 93% de las ocasiones en que se contempló dicho tema. En este caso vemos que no existe una fuerte correlación positiva, sino todo lo contrario, entre el hecho de que haya más mujeres cubriendo las noticias y el número de mujeres entrevistadas²⁹.

El Cuadro 31, ordenado por representación de mujeres, muestra cómo se distribuyen las personas entrevistadas en los diferentes valores que adopta la variable Tema, según canal de televisión.

Cuadro 31
Distribución (en %) de las personas entrevistadas por temas, según género y canal de televisión

Tema	Todas		tve1		La2		Tele5		Antena3tv	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Temas laborales, negociaciones	17	7	14	4	9	0	23	12	15	6
Educación	15	3	13	3	26	7	14	4	15	2
Cultura, entretenimiento	9	5	10	4	13	13	8	5	9	6
Salud, medicina	9	5	13	6	0	4	8	3	9	6
Economía, negocios, comercio	8	8	11	7	4	0	3	9	12	9
Pobreza, vivienda, desempleo	7	1	7	1	17	4	3	1	8	2
Otros	5	3	3	3	9	7	11	5	0	2
Vida social, nacimientos, celebraciones	4	1	0	1	0	0	10	3	3	0
Delitos, juicios, asuntos legales	4	3	7	3	4	16	1	2	3	3
Accidentes, tragedias, terremotos	4	1	6	2	4	0	4	1	3	1
Derechos humanos	4	3	0	1	0	9	4	3	9	4
Manifestaciones, concentraciones	4	2	4	2	0	2	4	4	6	1
Deportes	3	42	6	45	0	0	1	38	3	49
Política, gobierno, elecciones	2	7	4	9	4	11	1	5	0	4
Terrorismo, guerras	2	3	1	2	4	7	1	2	3	4
Medio ambiente	1	4	0	6	0	11	3	1	2	2
Ciencia	1	1	1	1	4	4	0	2	0	0
No se conoce	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Crisis internacionales, refugiados	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Defensa nacional, gastos militares	0	2	0	2	0	4	0	2	0	1
Religión	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total porcentaje	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Base	233	1.076	71	391	23	45	73	325	66	315

29 «No soy optimista de creer que la mera presencia de más mujeres tendrá un impacto sustancial en las industrias mediáticas a menos que esas mujeres sean feministas o al menos políticamente activas hacia un cambio colectivo. Las mujeres pueden aceptar los valores de los hombres (desde el momento en que ninguna de estas características es biológica) o algún híbrido de masculinidad y feminidad, y algunas pueden conseguir «tener éxito» de esta manera. Pero las que logren pasar por el fuego, serán las que tengan menos probabilidades de querer cambiar el sistema». «A Bridge to the Future. Re-Visioning Gender in Communication». 1989. Rakow, Lana. En *Women in Mass Communication*. Creedon, Pamela J. 1ª Edición. (Pp. 303).

3.1.5. Temas cuyo objetivo central son las mujeres

Los informativos de televisión analizados ¿en qué proporción han tenido como centro de interés los problemas específicos a los que las mujeres tienen que hacer frente por su condición de mujer?

Según vemos en el Cuadro 32, parece que no. De las 911 noticias analizadas, solamente 18 han contemplado alguno de los valores que tomaba esta variable. Como resumen, cuatro noticias recogieron el tema de mujeres y trabajo; asuntos sociales y control de natalidad se contempló en cuatro noticias; derechos legales de las mujeres, en tres noticias, y por último, violencia contra la mujer y mujer y poder, en una noticia cada uno de ellos.

Si el total es marginal, al analizar esta variable individualmente por canal de televisión, los resultados son escasísimos, lo que impide un contraste estadístico; a pesar de ello, otra vez La2 destaca, positivamente, por encima del resto. Sobre un total de 85 noticias, enfoca desde esta perspectiva cuatro de ellas. El resto de canales de televisión, se mueve en cifras marginales similares: tve1 y Antena3tv, cinco noticias de 314 en el caso de tve1, y 260 en el caso de Antena3tv; y Tele5, cuatro de 252.

Cuadro 32
Temas que interesan y preocupan a las mujeres

Tema	Todos	tve1	La2	Tele5	Ant3tv
La noticia no tiene como tema central la mujer	893	309	81	248	255
Control de natalidad	4	1	0	1	2
Cambio en los papeles de las mujeres	0	0	0	0	0
Cuidado de la infancia	0	0	0	0	0
Educación y formación	0	0	0	0	0
Mujeres de las minorías	0	0	0	0	0
Representación de las mujeres en los medios	0	0	0	0	0
Mujeres rurales	0	0	0	0	0
Orientación sexual	0	0	0	0	0
Asuntos sociales	4	1	1	1	1
Violencia contra las mujeres, acoso	1	1	0	0	0
Mujeres y religión	0	0	0	0	0
Mujer y poder en cualquier área	1	0	0	0	1
Mujeres minusválidas	0	0	0	0	0
Salud de las mujeres	0	0	0	0	0
Derechos legales de las mujeres	3	0	1	2	0
Mujeres y trabajo	5	2	2	0	1
Otros temas	0	0	0	0	0
Total noticias	911	314	85	252	260

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

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

Según recoge el Cuadro 33, el 12,6% del total de mujeres mencionadas lo fueron como esposas, hijas o madres, o cualquier relación familiar con otra persona, en la mayoría de las ocasiones, respecto a un hombre. Solamente el 0,5% de los hombres fueron identificados de esta forma. En términos absolutos, la cifra se eleva a 46 mujeres mencionadas; en el caso de los hombres, a 8. Esta es una diferencia significativa³⁰ que se recoge de la representación de mujeres y hombres.

Por cadenas, también es La2, con el 3,4% de menciones de mujeres como «esposa de...» o cualquier otra relación familiar, quien menos utiliza esta práctica para identificar a las mujeres; Tele5, con el 8,3% sigue a La2, en tercer lugar, Antena3tv, con el 12,2%; y por último tve1, que con el 18,5%, es quien más identifica a las mujeres de esta forma.

Cuadro 33
Personas mencionadas (en %) en función de su relación familiar

Estatus vicario	Todas		tve1		La2		Tele5		Antena3tv	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
No	87,4	99,5	81,5	99,3	96,6	100	91,7	99,6	87,8	99,6
Esposa, hija, madre	12,6	0	18,5	0	3,4	0	8,3	0	12,2	0
Esposo, hijo, padre	0	0,5	0	0,7	0	0	0	0,4	0	0,4
	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Base	365	1.615	130	572	29	88	108	489	98	466

3.1.6.2. Personas representadas como víctimas

El 12,1% de las mujeres mencionadas lo fueron como víctimas, bien de un accidente o catástrofe natural, bien de un delito (no sexual), del terrorismo u otros casos. Los hombres fueron mencionados como víctimas en el 2,7% del total de menciones. En valores absolutos estas cifras significan que de 365 mujeres mencionadas, 44 lo fueron como víctimas. En el caso de los hombres, de 1616 hombres mencionados, también coincide que 44 fueron mencionados como víctimas. Analizando sólo las cifras absolutas y relativas, parece que las mujeres son objeto de noticias de sucesos en más ocasiones que los hombres.

Este diferente tratamiento a mujeres y hombres como víctimas, estadísticamente, constituye una diferencia significativa³¹.

Sería plausible apuntar que tanto los hombres como las mujeres son susceptibles de ser víctimas de accidentes o catástrofes naturales como inundaciones, incendios, etc. en proporciones similares. Sin embargo, como muestra el Cuadro 35, en esta tipología, el 56% de las víctimas mencionadas son mujeres, y el 44%,

30 El valor de la chi-cuadrado muestral es 164 frente a un valor crítico = 3,8 para un nivel de confianza del 95%.

31 El valor de la chi-cuadrado muestral es 62,1 frente a un valor crítico = 3,8 para un nivel de confianza del 95%.

Cuadro 34
Personas mencionadas (en %) como víctimas en los informativos de televisión

Víctima	Todas		tve1		La2		Tele5		Antena3tv	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
No víctima	87,9	97,3	86,2	97,4	79,3	94,3	92,6	97,8	87,8	97,2
Víctima de un accidente	6,8	1,2	6,9	1,7	17,2	2,3	5,6	0,8	5,1	0,9
Víctima de violencia sexual	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Víctima delito (no sexual)	2,2	0,4	5,4	0,2	0	0	0	0,6	1	0,4
Víctima violencia doméstica	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Víctima (otros casos)	3	0,5	1,5	0,3	3,4	2,3	1,9	0,6	6,1	0,6
Víctima del terrorismo	0	0,6	0	0,3	0	1,1	0	0,2	0	0,9
Porcentaje total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Base	365	1.616	130	572	29	88	108	489	98	467

hombres. Tve1 es quien representa mayor equilibrio, en esta categoría, entre mujeres y hombres (47% vs. 53%). Tele5 y Antena3tv son los canales que muestran más mujeres mencionadas como víctimas, que hombres; La2, en la medida en que la base de la que partimos es excesivamente pequeña, los resultados no son representativos.

¿En nuestra sociedad hay tantas mujeres víctimas de cualquier delito como a veces se percibe al ver las noticias? Más bien lo que ocurre es que, en la medida en que las mujeres apenas son representadas en otras áreas de interés, como se recoge en este estudio, 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 víctimas.³²

Cuadro 35
Personas mencionadas (en %) como víctimas, por género, según tipología.
Informativos de televisión

Víctima	Todas		tve1		La2		Tele5		Antena3tv	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
No víctima	17	83	17	83	22	78	17	83	16	84
Víctima de un accidente o	56	44	47	53	71	29	60	40	56	44
Víctima de violencia sexual	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Víctima delito (no sexual)	57	43	88	13	0	0	0	100	33	67
Víctima violencia doméstica	0	100	0	100	0	100	0	0	0	0
Víctima (otros casos)	58	42	50	50	33	67	40	60	67	33
Víctima del terrorismo	0	100	0	100	0	0	0	100	0	100

³² Esta sobrerrepresentación de mujeres como víctimas de accidentes no se recoge en el Cuadro 14 en los informativos de radio. Las imágenes televisivas, junto con las fotografías de los periódicos, son lugares privilegiados para representar a mujeres en situaciones emotivas, muchas veces llorando.

3.1.6.3. Alabanzas y acusaciones

Las personas representadas por los medios alabaron por igual, cuatro por ciento de las personas mencionadas, a hombres y mujeres. Respecto a las acusaciones, los resultados muestran que los hombres son acusados en mayor proporción que las mujeres (derivado, fundamentalmente, de su mayor actuación en la política, la judicatura, etc.).

Cuadro 36
Reconocimientos y acusaciones (en %)

Todas	Acusaciones		Alabanzas	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
No	96	89	96	96
Si	4	11	4	4
Total	100	100	100	100
Base	366	1.616	365	1.615

3.1.6.4. Posición de la cámara

Los planos con que se recogen las imágenes televisivas ayudan a la audiencia a situarse ante la realidad que es representada. Específicamente, el ángulo desde el cual las personas son tomadas por la cámara en las noticias, aunque muchas veces producto de la improvisación, la prisa y la espontaneidad, en la práctica, colaboran a crear un efecto determinado. Los planos contrapicados ayudan a poner de relieve el poder de las personas objeto de la cámara; por el contrario, los picados sitúan a la persona representada en posición de debilidad³³.

En la investigación cuyos resultados presentamos, se han considerado tres posiciones de cámara: frontal, contrapicado y picado. De una muestra de 1.290 personas los resultados se recogen en el siguiente Cuadro.

Cuadro 37
Posición de la cámara

	Mujeres	Hombres	Totales
Frontal	161	635	796
Contrapicado	26	366	392
Picado	41	61	102
Totales	228	1.062	1.290

³³ Producción y realización en televisión. 2001. Millerson, G. Madrid: IORTV.

Respecto a la cuestión de si la variable «posición de la cámara» se distribuye homogéneamente entre hombres y mujeres, un contraste de homogeneidad rechaza la hipótesis de igualdad³⁴. Una segunda cuestión es si el contrapicado se utiliza más para hombres que para mujeres y, recíprocamente, si el picado es más frecuente utilizado con las mujeres. Un nuevo test de homogeneidad rechaza la hipótesis de igualdad³⁵, señalando que es significativamente más empleado el contrapicado con los hombres y el picado con las mujeres.

3.2. Presencia de las periodistas³⁶ en las redacciones de los informativos de televisión

Como se recoge en el cuadro 38, 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 res-

Cuadro 38
Presentadoras/es, periodistas, y otros/as profesionales televisión (en %)

Todos los niveles profesionales					
Género	Total	tve1	La2	Tele5	Antena3tv
Mujeres	43	51	26	44	37
Hombres	57	49	74	56	63

Presentadores/as					
Género	Total	tve1	La2	Tele5	Antena3tv
Mujeres	46	50	0	47	52
Hombres	54	50	100	53	48

Redactoras/es					
Género	Total	tve1	La2	Tele5	Antena3tv
Mujeres	45	57	49	46	32
Hombres	55	43	51	54	68

Corresponsales					
Género	Total	tve1	La2	Tele5	Antena3tv
Mujeres	30	42	100	20	19
Hombres	70	58	0	80	81

34 El valor de chi-cuadrado muestral es 72, frente al valor crítico de 9,2 para un nivel de confianza del 99%

35 El valor de chi-cuadrado de este segundo contraste es 77,8, frente al valor crítico de 6,6 para un nivel de confianza del 99%.

36 Ver nota 12.

pecto al total de canales. Las mujeres son el 43% de las personas que trabajaron en la muestra; los hombres, el 57%. La cadena que sobrepasa la representación de mujeres es tve1, con el 51%.

En España, en los diferentes canales de televisión, la presentación de los informativos la realizan tanto mujeres como hombres, (46% vs. 54%). Las cifras obtenidas para Tele5 (47% vs. 53%) y para Antena3tv (52% vs. 48%) nos dicen, que en el periodo de la muestra, en el caso de Tele5 el informativo de la noche contempló más noticias que el de mediodía³⁷, en la medida en que la unidad de análisis, como se recoge en la metodología, fue la noticia, y que conocemos que el telediario del mediodía de Tele5 fue presentado por una mujer y el de la noche, por un hombre.

Respecto a Antena3tv, que tanto el telediario de mediodía como el de la noche fue presentado por una mujer y un hombre, lo que nos dicen los resultados, en función, también, de la unidad de análisis, es que las presentadoras leyeron más noticias que los presentadores.

El número de redactoras que intervinieron en las noticias objeto de la investigación fueron el 45%, y los redactores, el 55%. Individualmente consideradas, tve1 es la cadena que más redactoras trabajaron en las noticias, 57%, mientras que en Antena3tv fue donde menos proporción de redactoras hallamos, 32%.

Por último, en cuanto a las corresponsalías, enviadas/os especiales y presentadores/as de deportes, es donde, considerando todas las televisiones, encontramos menor proporción de mujeres. También es tve1, con el 42%, la cadena en la que esta proporción de mujeres es mayor. Tele5 y Antena3tv ofrecen similares resultados, con el 20% y el 19% de mujeres, respectivamente.

37 Dentro del telediario de mediodía se incluyen las noticias locales, que no fueron contempladas como objeto de investigación.

4. RESUMEN Y CONCLUSIONES

4.1. Informativos de radio

1. Las mujeres constituyen el 15% de las personas que aparecen 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 significativas³⁸, en cuanto a la representación cuantitativa de las personas mencionadas por género.
3. Existen diferencias entre las emisoras, con arreglo 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 38,4% de todas las menciones.
2. El grupo siguiente por orden de importancia en el número de menciones está formado por los deportistas, con un 17,4% de representación sobre el total de personas mencionadas en los informativos de radio.
3. Más de la mitad (55,8%) de todas las personas mencionadas está formada por dos grupos de hombres, los políticos y los deportistas.
4. Las mujeres más mencionadas en los informativos de mediodía de la radio fueron las políticas, 3,5%; deportistas, 2,9%, y aquellas cuya profesión se desconoce, 2,5%.

Personas entrevistadas

1. El porcentaje de mujeres entrevistadas, un 14%, es ligeramente inferior al de mujeres mencionadas, 15%.
2. El tiempo que la voz de las mujeres entrevistadas está en antena es un 9% del tiempo total de la voz de hombres y mujeres.
3. Existe una menor presencia de las mujeres en términos de «voz» que en términos de «persona entrevistada».
4. Las mujeres entrevistadas son fundamentalmente políticas 4%³⁹, profesión no declarada, 3%, y estudiantes, 2%.
5. Los hombres entrevistados son fundamentalmente políticos 49%⁴⁰, sindicalistas, 6%, y empresarios/abogados/economistas, 5%.

38 Nivel de confianza del 95%

39 Porcentajes sobre el total de personas entrevistadas.

40 Porcentajes sobre el total de personas entrevistadas.

Profesionales

1. Considerando los valores medios para toda la muestra existe un cierto equilibrio entre el número de noticias cubiertas por redactoras y las noticias cubiertas por redactores.
2. La cobertura de noticias «duras» y «blandas» según género refleja una cierta segmentación. Los periodistas cubren un 81% de noticias duras y un 19% de noticias blandas, mientras que las periodistas cubren un 74% de noticias duras y un 26% de noticias blandas.

Temas de especial interés para las mujeres

1. Los temas que tienen a la mujer como objeto central o tratan aspectos específicos de la mujer están prácticamente ausentes en las noticias analizadas en la muestra.

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

1. Existe una diferencia significativa en las menciones de las personas según su relación familiar (estatus vicario). Un 11,3% de las mujeres mencionadas lo fueron en calidad de esposa, madre, hija, y solo un 0,2% 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: 11,6% vs. 3,6%.
3. Existe un porcentaje mayor de hombres que mujeres, con el atributo de estar acusado de algo. Un 13% de los hombres frente a un 8% de las mujeres.

4.2. Informativos de televisión

1. Las mujeres constituyen el 18% de las personas que aparecen mencionadas, con nombre propio, como protagonistas de las noticias o de quienes hablan las noticias. Los hombres, el 82%
2. No existen diferencias, estadísticamente significativas⁴¹, entre los canales de televisión, en su conjunto, desde el punto de vista de las personas mencionadas por género, aunque es posible detectar cierto nivel de diferencia, en el sentido de mayor presencia de mujeres, en los telediarios de La2.
3. Existen diferencias, estadísticamente significativas⁴², entre las distintas emisoras, entre el número de noticias que son cubiertas por mujeres y hombres periodistas. (Hay más noticias cubiertas por mujeres en tve1 (52%); menos en Antena3tv (29%).

Personas mencionadas

1. Las personas más mencionadas en las noticias de televisión son los deportistas, con un 27,3% de todas las personas mencionadas.

41 Nivel de confianza del 95%

42 Nivel de confianza del 95%

2. El grupo siguiente por orden de importancia en el número de menciones está formado por los políticos, con un 19,0% de participación sobre el total de personas mencionadas en los informativos de radio.
3. Casi la mitad, 46,3%, de todas las personas mencionadas está formada por dos grupos de hombres: deportistas y políticos.
4. Las mujeres más mencionadas fueron aquellas de las que se desconoce su profesión, 7,5%; les siguen las políticas con sólo el 2,2% del total de menciones.

Personas entrevistadas

1. El porcentaje de mujeres entrevistadas, un 18%, es igual que el de mujeres mencionadas. El de los hombres, también igual, con el 82%.
2. La2 destaca sobre todas las televisiones, con el 34% de mujeres entrevistadas, cifra que es estadísticamente significativa, la más alta de todas.
3. El tiempo que la voz de las mujeres entrevistadas está en antena es un 15% del tiempo total (de hombres y mujeres).
4. Existe una menor presencia de las mujeres en términos de «voz» que en términos de «persona entrevistada».
5. Las mujeres entrevistadas más veces pertenecen al grupo de aquellas de cuya profesión no se informa (8,6%)⁴³, estudiantes (1,9%), y oficios cualificados/sindicalistas, (1,1%).
6. Los hombres entrevistados más veces fueron deportistas (26,8%), políticos (14,3%), y profesión no declarada (11,1%).

Diversificación de representación, en profesiones

1. Especialmente La2, y tve1, son los dos canales en los que se diversifica más la representación de mujeres respecto a los hombres.

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.
2. La cobertura de noticias «duras» y «blandas» según género refleja una cierta segmentación. Las periodistas cubren mayoritariamente noticias «duras», 68%, y un 32% de noticias «blandas»; los periodistas cubren un 78% de noticias duras y un 22% de noticias blandas.

43 Porcentajes sobre el total de hombres y mujeres

Temas de especial interés para las mujeres

1. Los temas que tienen a la mujer como objeto central, o tratan aspectos específicos de la mujer están prácticamente ausentes en las noticias analizadas en la muestra.

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

1. Existe una diferencia significativa en las menciones de las personas según su relación familiar (estatus vicario). Un 12,6% de las mujeres mencionadas lo fueron en calidad de esposa, madre, hija, y sólo un 0,5% de los hombres fueron mencionados bajo el criterio equivalente.
2. Las mujeres son representadas en mayor número de ocasiones como víctimas, que los hombres (12,1% vs. 2,7%).
3. En las noticias existe un porcentaje mayor de hombres que de mujeres, que han sido acusados de realizar algo reprobable (11% vs. 4%)
4. En las noticias de la televisión, la cámara trata de forma diferente a hombres y mujeres. Mientras que las mujeres son tomadas con ángulo picado en 41 ocasiones, y los hombres, en 61, estadísticamente se ha demostrado que la utilización del plano picado es más frecuente con ellas que con ellos. De la misma forma, también se ha demostrado que es significativamente más empleado el contrapicado con los hombres.

4.3. Resultados comparativos entre los informativos de radio y de televisión

1. Existe una homogeneización en los resultados respecto a las personas mencionadas en radio y televisión. En las noticias de televisiones nacionales que emiten en abierto, las mujeres constituyen el 18% de las personas mencionadas; los hombres, el 82%. En radio, en los informativos de mediodía de las cadenas nacionales, las mujeres son el 15% de las personas mencionadas, los hombres, el 85%.
2. No existen diferencias estadísticamente significativas entre las distintas emisoras de radio, ni entre los distintos canales de televisión en el sentido de las representaciones mencionadas en el párrafo anterior.
3. Tanto en radio como en televisión sí hay diferencias estadísticamente significativas entre las distintas cadenas de radio y los diferentes canales de televisión, en cuanto al número de noticias que son cubiertas por mujeres y hombres periodistas.

Personas mencionadas en los informativos de radio y de televisión

1. Las personas más mencionadas en los informativos de mediodía de radio son los hombres cuya profesión es la política, con el 38,4% de todas las menciones. En los informativos de televisión, los deportistas son los más mencionados, respecto al total, con el 27,3%. De entre las mujeres, las políticas fueron las más mencionadas, con el 3,5% (también del total) en los informativos de radio; en los de televisión, las mujeres más mencionadas fueron aquellas de cuya profesión no se informa, con el 7,5% del total de menciones.
2. El segundo grupo más mencionado en los informativos de radio son los deportistas, con un 17,4% del total. En televisión, los políticos, con el 19% sobre el total de las personas mencionadas. Respecto a las mujeres, el segundo grupo más mencionado en radio fueron las deportistas con el 2,9% del total.

En televisión, las mujeres más veces mencionadas en segundo lugar fueron las políticas, con sólo el 2,2% del total.

3. Los dos puntos anteriores se resumen diciendo que, en la muestra analizada, más de la mitad, 55,8%, de todas las personas mencionadas en radio está formada por dos grupos de hombres, los políticos y los deportistas. En televisión, con un 46,3% del total de personas mencionadas, los deportistas y los políticos, por este orden, son las personas más mencionadas. La diferencia tan notable respecto a las mujeres (6,4%, en radio, 9,7% en televisión) de los dos primeros grupos de mujeres mencionadas, no necesita más comentario.

Personas entrevistadas

1. En radio, el porcentaje de mujeres entrevistadas es un 14%; los hombres, el 86%. En televisión, las mujeres fueron entrevistadas en el 18% del total de las ocasiones que se entrevistó a alguien; los hombres, el 82%.
2. En radio, el tiempo que la voz de las mujeres entrevistadas ocupó en antena fue de un 9%; los hombres, el 91%. En televisión, el tiempo que se escuchó a las mujeres hablar en antena fue del 15%, los hombres, el 85%.
3. Tanto en los informativos de radio como en los de televisión, existe una menor presencia de las mujeres en términos de «voz» que en términos de «persona entrevistada». Existe, complementariamente, una mayor presencia de los hombres en términos de «voz», a los que se les asigna la misma proporción que las mujeres pierden.
4. En radio, las mujeres entrevistadas son fundamentalmente políticas, 4% del total, profesión no declarada, 3% y estudiantes, 2%. Los hombres entrevistados son fundamentalmente políticos, 49%; sindicalistas, 6%; y empresarios/abogados, 5%. En las noticias de televisión, las mujeres entrevistadas más veces pertenecen al grupo de profesión no declarada, 8,6%; estudiantes, 1,9%; y oficios cualificados/sindicalistas, 1,1%; sin embargo, los hombres entrevistados más veces fueron los deportistas, 26,8%; políticos, 14,3%; y el grupo de profesión no declarada, 11,1%.
5. Tanto en los informativos de radio, como en los de televisión, los telediarios de La2 de TVE destacan con el 34% de mujeres entrevistadas, cifra que es estadísticamente significativa⁴⁴, la más alta de todas.

Profesionales

1. Considerando los valores medios de la muestra, existe un cierto equilibrio, tanto en los informativos de radio como en los de televisión, respecto al número de noticias cubiertas por redactoras y el número cubierto por redactores.
2. Respecto a la cobertura de noticias «duras» y «blandas», el estudio refleja una cierta segmentación tanto en informativos de radio como en los de televisión. En radio, los periodistas cubren un 81% de noticias «duras» y un 19% de noticias «blandas». Las periodistas cubren un 74% de noticias duras y un 26% de noticias blandas. En televisión, las periodistas cubren un 68% de noticias «duras», y un 32% de «blandas». Los periodistas cubren un 78% de noticias «duras» y un 22% de «blandas».

⁴⁴ Ver nota 24.

Temas de especial interés para las mujeres

1. Los temas que tienen a la mujer como objeto central de interés, tanto en los informativos de radio como en los de televisión, están prácticamente ausentes en las noticias analizadas en la muestra.

Forma en que las noticias de radio y televisión representan a las mujeres y a los hombres

1. En los informativos de radio y en los de televisión existe una diferencia significativa en las menciones de las personas según su estatus familiar. Un 11,3% de las mujeres mencionadas en los informativos de radio fueron identificadas como esposa, madre, hija, o cualquier otra relación familiar. En las noticias de televisión esta cifra es ligeramente superior, el 12,6%. Los hombres apenas fueron identificados nombrando su relación familiar con otra persona, esta cifra alcanza en radio el 0,2% y en televisión, el 0,5%.
2. Las mujeres son significativamente más representadas como víctimas que los hombres, tanto en los informativos de radio (11,6% vs. 3,6%) como en los de televisión, (12,1% vs. 2,7%).
3. Respecto a la atribución «acusado/a» en las noticias, tanto en los resultados de la muestra estudiada en radio, como en televisión, existe un porcentaje mayor de hombres que de mujeres (13% vs. 8%). En televisión, este porcentaje es (11% vs. 4%).
4. Las escasas alabanzas que los medios prodigan a las personas que representan en las noticias, resultan estar dirigidas, bastante equitativamente, tanto a las mujeres como a los hombres. Las cifras para los informativos de radio fueron (4% para las mujeres, 6% para los hombres); en los de televisión estas cifras alcanzan el 4% para ambos géneros.
5. Las cifras, estadísticamente significativas, respecto a los planos utilizados en las noticias de televisión para las personas que representan, nos dicen que los planos picados y contrapicados no se distribuyen homogéneamente entre mujeres y hombres. El contrapicado es, significativamente más empleado con los hombres, y el picado, con las mujeres.

4.4. Conclusiones

Los medios audiovisuales objeto de este estudio constituyen el vehículo mayoritario a través de cuyas imágenes y palabras la población española se hace una idea de cómo es el mundo y de los acontecimientos que ocurren en él. Los contenidos que elaboran los medios, como ya se señaló al principio, invitan a la audiencia a hacer una lectura preferente de los motivos y las circunstancias en las que se producen los acontecimientos objeto de las noticias. En la medida en que los programas más prestigiados de los medios audiovisuales son los informativos y estos formatos constituyen el punto de referencia por excelencia, parece sensato recomendar la atención al problema que venimos señalando.

En las noticias que se emiten, se recogen actitudes, pensamientos, valores, declaraciones y formas de ver la vida que corresponden, de forma dominante, a los hombres alrededor de los cuales gira la vida política, económica y deportiva. Es necesario reflexionar acerca de los estrechos márgenes en que se mueven los valores noticiales y también sobre las prácticas de producción en la información, para valorar si no sería más enriquecedor elaborar la representación de la realidad sobre presupuestos más diversos, plurales y equitativos.

Aunque el resumen de esta investigación nos anuncia el camino largo que queda por recorrer para alcanzar la paridad en la representación de género entre mujeres y hombres, también la investigación sugiere formas de trabajo redaccional con los que lograr resultados satisfactorios. Los resultados del análisis de La2, que confirman la opinión de su fidelizada audiencia, indican que una de las ideas a las que más atención hay que prestar, es la necesidad de diversificar las noticias. Diversificación que implica no sólo la elección de temas distintos, sino la preocupación por elaborar los contenidos atendiendo a la perspectiva de género. Cuando una redactora de La2 termina su información sobre la situación de los niños que son utilizados en las guerras con la frase «(...) Según la ONU más de 300.000 niños luchan como soldados en treinta países del mundo. Sobre las niñas usadas como esclavas sexuales no hay datos»⁴⁵ está apuntando eficazmente a la diana de lograr la visibilidad del cincuenta por ciento de la población, las niñas, en este caso. Si lo que los medios representan es un referente simbólico de gran atracción para la audiencia, hacer visibles otros personajes que también existen en el espacio privado y público, sólo puede llevar a mejorar el resultado de la producción en las redacciones.

Si partimos de la idea de que es imprescindible superar las diferencias de género para armonizar la vida privada (de la que nadie puede sustraerse durante significativos periodos de tiempo a lo largo de su existencia) y pública, es necesario mirar los acontecimientos que se producen en el mundo desde una perspectiva más amplia, que incluya valorar los hechos de siempre, y otro tipo de acontecimientos que continuamente están teniendo lugar en el mundo y que sólo pueden ser rescatados de la realidad si ampliamos el *software* de nuestra mente.

Esperamos que los resultados de la investigación constituyan el punto de partida para reflexionar sobre las cuestiones de género en los medios.

45 Isabel Terán. Noticias de La2. 21/11/2001.