



Universidad de Valladolid

Facultad de Filosofía y Letras
Grado en Periodismo

**La cosificación de la mujer en el periodismo
televisivo español**

Lucía Toribio Santiago

Tutora: Dunia Etura Hernández

**Departamento de Historia Moderna, Contemporánea, y de
América y Periodismo**

Curso: 2022-23

RESUMEN

Esta investigación estudia, mediante un análisis de contenido, la cosificación que sufren las presentadoras de los informativos de las cadenas generalistas (La 1, Telecinco, Antena 3 y La Sexta). Así pues, la muestra recoge un total de 40 telediarios escogidos al azar, siendo 10 de cada canal y pertenecientes al presente año 2023 para mostrar la realidad más cercana. De esta manera, tras el análisis de los diferentes informativos, se ha podido comprobar que existe un trato diferenciado para los presentadores, en función de su género. La deshumanización de la que son víctimas las mujeres está presente de forma física, pues ellas siempre deben mostrarse jóvenes y guapas. Asimismo, también se las cosifica a la hora de elaborar las piezas informativas, relegándolas a un segundo plano y prefiriendo a los hombres para que actúen como fuentes externas. La dirección de los informativos también les favorece a ellos ya que no encontramos ningún canal en el que las mujeres dirijan en solitario. Todo ello muestra la cosificación y el micromachismo que sufren las presentadoras en su día a día, con total independencia de si trabajan en una cadena pública o privada, lo que implica que la desigualdad de género sigue siendo un problema persistente en el mundo del periodismo televisivo.

Palabras clave: cosificación, informativo, televisión, deshumanización, presentador

ABSTRACT

This research studies, by means of a content analysis, the objectification suffered by female presenters in the news programmes of the generalist channels (La 1, Telecinco, Antena 3 and La Sexta). Thus, the sample includes a total of 40 news programmes chosen at random, 10 from each channel and belonging to the current year 2023 in order to show the closest reality. Thus, after analysing the different news programmes, it was found that there is a differentiated treatment of the presenters, depending on their gender. The dehumanisation of women is physically present, as they must always appear young and beautiful. They are also objectified in the preparation of news pieces, being relegated to the background and preferring men to act as external sources. The direction of the news also favours them, as we did not find any channel in which women direct alone. All this shows the objectification and male chauvinism that women presenters suffer on a daily basis, regardless of whether they work in a public or private channel, which implies that gender inequality is still a persistent problem in the world of television journalism.

Toribio, L. (2023). *La cosificación de la mujer en el periodismo televisivo español*. Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. 2022-23.

Key words: objectification, news, television, deshumanisation, presenter

ÍNDICE

1. Introducción.....	5
1.1. Incorporación de la mujer al mundo laboral.....	5
1.2. Llegada de las mujeres al periodismo.....	6
1.3. Importancia de la presencia femenina en la televisión.....	7
2. Estado de la cuestión.....	11
2.1. La presencia de las mujeres en televisión.....	11
2.2. Las mujeres como fuente en televisión.....	12
2.3. La representación de las mujeres en televisión.....	13
3. Metodología.....	16
3.1. El análisis de contenido.....	16
3.2. Universo y muestra.....	16
3.3. Tratamiento de los datos.....	16
4. Resultados.....	19
4.1. Resultados generales.....	19
4.2. Resultados relativos al físico de los presentadores.....	20
4.3. Resultados relativos al aspecto periodístico de los presentadores.....	29
4.4. Resultados relativos al análisis de las fuentes externas.....	34
4.5. Resultados relativos a la dirección de los informativos.....	38
5. Conclusiones.....	41
6. Referencias bibliográficas.....	45
7. Anexos.....	51

1. INTRODUCCIÓN

1.1. INCORPORACIÓN DE LA MUJER AL MUNDO LABORAL

“Los españoles son iguales ante la ley, sin que pueda prevalecer discriminación alguna por razón de nacimiento, raza, sexo, religión, opinión o cualquier otra condición o circunstancia personal o social”. Así lo establece el artículo 14 de la Constitución española. Sin embargo, la desigualdad de género es un problema existente tanto en el marco social como laboral. Según la Organización Internacional del Trabajo (2003), “los salarios de las mujeres en determinados sectores, destrezas o niveles de pensión son típicamente menores que los de los hombres con independencia de las habilidades individuales” (2003, p. 15-16).

Aunque en el siglo XX, ya comenzaron los primeros intentos por romper con ese problema gracias a la Constitución de 1931, que fue la primera en abordar el principio de igualdad entre sexos. Durante la dictadura franquista, a pesar de que se ratificaran normas como la Ley 56/1961, de 22 de julio, sobre derechos políticos profesionales y de trabajo de la mujer, realmente la única intención era superar una clara necesidad de mano de obra. Es decir, se establecieron los mecanismos para crear un modelo de mujer patriarcal basada en la sumisión al padre, primero, y al esposo después (Etura, 2020).

Pero, con el fin de la dictadura y la llegada de la transición, en la década de 1970, se produce un incremento de la entrada de mujeres en las universidades españolas. De hecho, pasaron de ser el 12,6% del alumnado en 1940 al 31% en 1970, lo que influyó directamente en el acceso al mundo laboral. Una progresiva incorporación de la mujer que también estuvo ayudada por las numerosas revoluciones feministas que se fueron sucediendo durante las últimas décadas del siglo XX.

En Estados Unidos, agrupaciones como NOW (Organización Nacional de Mujeres) o WLM (Movimiento de Liberación de las Mujeres) consiguieron que sus peticiones de igualar el salario y rechazar la doble jornada laboral que perjudicaba a la mujer con el trabajo doméstico, llegaran a ser un movimiento masivo. La evolución ha sido tal que actualmente hay más mujeres que hombres dentro del alumnado que comienza los estudios universitarios, siendo un 56,3% en el curso 2021/22, según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE).

El avance en la igualdad de género es una realidad presente. Hasta el año 2020, la tasa media de crecimiento anual en España fue del 2,1%, mayor que la del total de la Unión Europea

(UE), 1,6%. De hecho, según un estudio de Bericat y Camarero (2022) en relación con el Índice Europeo de Igualdad de Género (IEIG), España (23,7 puntos) es uno de los países de la UE que más ha evolucionado en términos de igualdad junto con Portugal (21,4), Francia (23,4) e Italia (22,7).

Cada vez son más las mujeres que se incorporan al mundo laboral. De hecho, entre los años 2016 y 2021 la tasa de empleo de mujeres de 16 y más años se incrementó en 2,6 puntos, mientras que la de los hombres subió 1,9 puntos, según datos del INE. Del mismo modo, también son más las mujeres que se dedican a profesiones que antes solo realizaban los hombres. Es el caso de Beatriz Guasch, una comandante de vuelo, que reconoció en una entrevista a TVE que cuando ella comenzó, las mujeres sólo representaban el 2% de los pilotos, y en la actualidad, esa cifra se ha triplicado.

1.2. LLEGADA DE LAS MUJERES AL PERIODISMO

El periodismo también ha sido una de esas profesiones, que, a pesar de estar más arraigada a los hombres, poco a poco fue incorporando a las mujeres. La Escuela Oficial de Periodismo, creada en 1941 y adscrita a la Delegación Nacional de Prensa y Propaganda, supuso el inicio de la carrera periodística de varias comunicadoras destacadas del siglo XX. Joana Biarnés, una de las primeras fotoperiodistas españolas, se formó en dicha escuela para poder plasmar después a personajes de la talla de Audrey Hepburn, Joan Manuel Serrat o Salvador Dalí. Del mismo modo, Blanca Álvarez, conocida por su trabajo como productora, redactora y presentadora de diversos programas de TVE, también estudió en la Escuela Oficial de Periodismo.

Con el fin del Franquismo, se comenzaron a cerrar las instituciones creadas durante la dictadura para dar lugar a otras nuevas y democráticas. Así pues, la Escuela Oficial de Periodismo desapareció y se crearon las primeras Facultades de Ciencias de la Información. En base a Sánchez-García (2017), son más mujeres las que se gradúan en las Facultades de Periodismo cada año en España. Desde 2011, la diferencia es bastante importante ya que son en torno a 1.000 mujeres más las que se licencian. Según datos de Statista (2020), en 2017, acabaron sus estudios 1.299 hombres y 2.135 mujeres, lo que implica que se graduaron 836 hombres menos que mujeres.

Sin embargo, en investigaciones de De-Miguel se afirma que:

dentro del segmento de los periodistas con titulación universitaria más cualificados, la precariedad (ingresos netos mensuales inferiores a 1.000 euros) se ceba en las mujeres, que ascienden al 85% dentro de ese grupo. Por otro lado, el intrusismo laboral, es decir, los empleados que ejercen como periodistas sin tener el título favorece a los hombres ya que el 84% de dichos trabajadores son varones. (2017, p.502)

Esta brecha salarial se puede observar en todos los medios de comunicación, ya sea prensa, radio o televisión. De hecho, según De Miguel (2020), Samira Ahmed, presentadora de *Newswatch* de la BBC, denunció que ella cobraba 440 libras por programa, mientras que un compañero suyo recibía 2.560 libras más por conducir un programa similar.

La televisión continúa siendo uno de los medios de comunicación más destacados, “al ser la visión el sentido que proporciona una experiencia más directa de las cosas, la televisión desprende la sensación de que lo que en ella se ve es la realidad, y por esto contribuye poderosamente a formar la opinión pública” (Torres, 2005).

1.3. IMPORTANCIA DE LA PRESENCIA FEMENINA EN LA TELEVISIÓN

A pesar de que las mujeres han estado presentes en la televisión española desde sus inicios en 1956, su presencia no está recogida en la historia del medio. Bernárdez Rodal destaca en su libro *Mujeres en medio(s). Propuestas para analizar la comunicación masiva con perspectiva de género*, un estudio de María Gallego en el que demuestra que:

en textos como *Historia de la televisión* de Manuel Palacio, ni siquiera se nombra a mujeres que fueron muy importantes en el periodo inicial de la televisión como Blanca Álvarez; o que, en el texto de Ramón Tijeras, *Las guerras del Pirulí*, no se cite la tarea profesional que hizo Pilar Miró. (2012, p.164)

Del mismo modo, según un estudio de Pilar López Díaz:

Los hombres y las mujeres son representados de forma cualitativamente diferente ya que mientras ellos aparecen como profesionales integrados a las élites sociales, ellas

lo hacen como voces anónimas, sin identificar y sin valorar sus cualidades profesionales o sociales.

Así pues, la conclusión de dicha investigación demuestra que, aunque existe un claro aumento de la presencia de mujeres que son fuente en el género informativo, de la mayoría se desconoce su profesión, nombre y apellidos. Es decir, que tienen un papel meramente ilustrador en las noticias. (2002, p.169)

Asimismo, las mujeres suelen combinar el visionado de los *reality shows* con las tareas del hogar. Esto provoca que “los programas serios y educativos queden asociados, en el imaginario colectivo, a la masculinidad y de ahí que no sea de extrañar que la feminización de la televisión se asocie con su degradación” (Bernárdez Rodal, 2015, p.182).

Además, los estudios llevados a cabo durante las décadas de 1980 y 1990, demostraron que los varones contaban con el privilegio de elegir el programa de televisión, lo que les situaba en la cúspide de la jerarquía del hogar. Así pues, un análisis de Kellner señala que:

los medios desarrollan una pedagogía errónea que nos enseña cómo ser hombres y mujeres, cómo vestir, mirar y consumir, y lo hacen de una forma muy jerarquizada, lo que no favorece el desarrollo de modelos más justos con las mujeres. (1995)

Todo esto implica que los medios de comunicación utilicen la figura femenina para conseguir una mayor audiencia. De hecho, la televisión es el medio por excelencia en el que se demuestra la deshumanización del sexo femenino en la pantalla. Por ello, Lorella Zanardo, escritora, docente y activista italiana, creó y publicó en 2009 el documental *El cuerpo de las mujeres*, a través del cual denunció la cosificación femenina en la televisión italiana.

Zanardo quiso demostrar con su documental que Silvio Berlusconi se aprovechó del uso del cuerpo femenino para obtener una mayor audiencia. La italiana declaró en una entrevista a *Mujer Hoy* que era necesario acabar con imágenes en las que aparecieran dos mujeres de rodillas subidas a la mesa de dos hombres periodistas u otras en las que el presentador sugería a “su azafata” que se dedicara al cine porno.

Este comportamiento denigrante hacia la mujer también está presente en la televisión española. De hecho, Mabel Lozano, actriz y directora de cine, escritora, modelo y presentadora de televisión, reconoció en una entrevista a Sandra Sabatés en la sección *Mujer tenía que ser* de *El Intermedio* que “en muchos casos, en programas de entretenimiento, estaba porque era guapa y alta”.

Mientras a los hombres solo se les exige profesionalidad, a las mujeres también se les pide ser guapas y delgadas. Así lo demostró Naiara Vink, doctora en Comunicación e investigadora en la Universidad del País Vasco, en su tesis doctoral. En ella, contó con el testimonio de seis reporteras vascas como el de Estitxu Fernández Maritxalar que reconoció que “me elegían la ropa, muy festiva y elegante, a veces con escote y siempre con tacones”.

Estos son algunos de los muchos casos que demuestran que la cosificación de la mujer periodista en la televisión española es un problema real. Según Bernárdez Rodal, “la televisión indica cuáles son los modelos canónicos de feminidad y masculinidad, y cuáles son las normas que deben seguir las relaciones entre los géneros, expresadas a través de estereotipos” (2015, p.168).

Por ello, este trabajo es necesario para estudiar si siguen existiendo las desigualdades entre hombres y mujeres y la cosificación de estas en el medio de comunicación más relevante hasta la llegada de Internet. Es decir, si la televisión española permite y tolera la deshumanización de la mujer en los informativos de los canales nacionales más importantes, donde solo debería imperar una información claramente objetiva.

Así pues, teniendo en cuenta todo esto, el objetivo principal de esta investigación es analizar el estado actual de las mujeres periodistas en televisión informativa y determinar si sigue habiendo un tratamiento diferenciado con sus compañeros masculinos por el hecho de ser mujeres. Asimismo, los objetivos específicos serían los siguientes:

- O1: Comparar la cosificación de las mujeres periodistas en las cadenas públicas frente a las privadas
- O2: Estudiar la diferencia de edad entre los hombres y las mujeres que presentan el telediario
- O3: Comprobar si las presentadoras están más destinadas a informar sobre *soft news* y los presentadores sobre *hard news*

- O4: Examinar si las fuentes externas que aparecen en el informativo son en su mayoría hombres
- O5: Estudiar la diferencia de la vestimenta entre los hombres y las mujeres que presentan el informativo
- O6: Analizar la situación de las mujeres en los puestos de decisión de los informativos

Por otro lado, las hipótesis serían las siguientes:

- H1: En las cadenas privadas, las presentadoras no superan la década de los 40 años, pero ellos sí.
- H2: En las cadenas públicas, los presentadores (hombres y mujeres) normalmente llevan prendas similares, como los trajes. Y en las privadas, ellas suelen llevar vestidos o faldas que estilizan más su figura.
- H3: Las fuentes externas que aparecen en los informativos son en su gran mayoría hombres.

2. ESTADO DE LA CUESTIÓN

2.1. LA PRESENCIA DE LAS MUJERES EN TELEVISIÓN

Blanca Álvarez, Lolo Rico, Josefina Molina o Pilar Miró son algunas de las primeras mujeres profesionales que aparecieron en la televisión española. Gracias a sus avances en el desarrollo de la televisión española, lograron tener cargos directivos de vital importancia. Blanca Álvarez fue productora, programadora, presentadora y directora de programas infantiles y juveniles de éxito en TVE, como *Barrio Sésamo*; Lolo Rico destacó, no solo por crear *La bola de cristal*, sino también por ser una periodista valiente y fiel a sus ideales, no le importaba ir en contra de sus mandatarios. Además, gracias a ella, “toda una generación pudo sentir que, por fin, estábamos en la misma sintonía que el resto de países europeos” (Bernárdez Rodal, 2015, p.165).

Por su parte, Josefina Molina y Pilar Miró estuvieron más arraigadas al mundo del cine. Molina es recordada por dirigir producciones de gran éxito como *Teresa de Jesús*, además recibió el Goya de Honor en 2012. Miró también fue una periodista y cineasta valiente que no tuvo miedo a criticar el régimen franquista como lo hizo en *El crimen de Cuenca*, obra con la que obtuvo una gran relevancia. Asimismo, consiguió elevar el cine español al nivel del europeo a través de la llamada “ley Miró”, con la que patrocinó el cine de autor.

Sin embargo, a pesar de contar con importantes cargos directivos, también tenían que soportar la brecha de género. La propia Pilar Miró destacó en el texto de un reportaje publicado en 1963 en TVE que “los colaboradores encargados de desarrollar cada espacio son nombres –hombres- sobradamente conocidos en la vida nacional dentro de cada una de las especialidades” (Núñez Domínguez, Vera Balanza y Díaz Jiménez, 2015, p.98).

También era habitual dirigirse a ellas por diminutivos como Laurita Valenzuela, presentadora y locutora del equipo inicial de TVE, lo que suponía tratarlas como trabajadoras menores. O incluso ni siquiera se hacía el esfuerzo por recordar su nombre como le ocurrió a la mujer de Goyo que trabajaba en maquillaje (Etura, 2020, p.240).

Asimismo, cabe destacar que no fue hasta la década de 1970 cuando una mujer entró como redactora en los informativos de TVE. Rosa María Mateo declaró que:

entró en *Informe Semanal* a finales del 73 o principios del 74, y en televisión en noviembre del 66, en la segunda cadena, y no había ni una mujer en informativos,

pero no dando la cara, no, ni en la redacción. Lo que me interesaban eran los informativos, pero nos estaban vetados a las mujeres. (Etura, 2020, p.243)

En la actualidad, las mujeres siguen presentando programas de televisión e informativos en todas las cadenas, pero la figura del hombre siempre está presente. En ocasiones, de forma presencial, copresentando junto a su compañera y en otras, las más habituales, dirigiendo las empresas de comunicación.

El informe del Instituto Reuters del año 2021, que tomó una muestra de 240 medios de comunicación *online* y *offline* en 12 mercados de cuatro continentes, mostró la desigualdad de liderazgo existente. En España, el porcentaje de mujeres directoras en cada mercado era del 8% en 2021, en cambio, en otros países como Estados Unidos era del 47%. Esta diferencia entre periodistas debida a su sexo no solo afecta a los comunicadores de los distintos programas y formatos televisivos sino también a los expertos en determinados temas que acuden como apoyo a un debate o tertulia.

2.2. LAS MUJERES COMO FUENTE EN TELEVISIÓN

Existe una investigación mundial relativa a la igualdad de género en los medios de comunicación. Se trata del *Global Media Monitoring Project* (GMMP) y en España está dirigido por la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB). El primer informe se realizó en 1995 y desde entonces, se han ido llevando a cabo muchos más para comprobar la evolución de la presencia femenina en la difusión de las noticias.

El informe de 2020 señala que ha habido una evolución sin revolución ya que “si todo sigue igual, se necesitarán al menos 67 años más para cerrar la brecha promedio de igualdad de género en los medios de comunicación tradicionales”. Sin embargo, explica que los medios de comunicación europeos han conseguido el avance más significativo en relación a las mujeres como sujetos y fuentes de las noticias, desde el primer informe en 1995. Por su parte, los norteamericanos siguen siendo los mejores en el avance por la igualdad de género. Pero, los africanos se han paralizado ya que los del resto de continentes han subido de 3 a 12 puntos.

También existe esa brecha de género en cuanto a los temas sobre los que informan. Las mujeres suelen estar destinadas a tratar las noticias sociales y legales (31%), seguidas de las de ciencia y salud (30%). Mientras que, crimen y violencia (24%), economía (24%) y política

y gobierno (20%) son temas dirigidos en su mayoría por hombres. Así pues, Norteamérica es la única región del mundo que ha logrado la igualdad de género en sujetos y fuentes.

Del mismo modo, según un estudio de Prieto Sánchez, C. (2018) sobre el desequilibrio de género en las fuentes informativas de los medios de comunicación granadinos, las mujeres aparecen como primera fuente en el 22,91% de las noticias con declaraciones, mientras que los hombres ocupan el 41,75%. Además, la televisión es el medio de comunicación en el que las mujeres tienen una menor representación como fuentes únicas o primera fuente (17,01%), mientras que ellos cuentan con un 27,32%.

Por otro lado, las agencias de noticias, seguidas de la radio son los medios donde las mujeres alcanzan un mayor porcentaje como primera fuente (29,29% y 26%, respectivamente). Esto demuestra que la televisión es el medio que más debe evolucionar en cuanto a la presencia femenina dentro de los periodistas.

2.3. LA REPRESENTACIÓN DE LAS MUJERES EN TELEVISIÓN

Existe un claro ejemplo reciente que muestra cómo el patrón de mujer guapa y delgada sigue siendo necesario para los directores de los diferentes medios de comunicación. Es de destacar la expectación que causa Cristina Pedroche todas las nocheviejas con sus vestidos. Desde 2016, la audiencia de *Las Campanadas* de Antena 3 no ha dejado de subir. La gran mayoría de los españoles sintonizan el canal, aunque sea para conocer el nuevo *look* de Pedroche.

A pesar de que ella se ha defendido de las críticas y ha asegurado que viste con transparencias para defender aún más a las mujeres y el feminismo. (Cuenca-Piqueras, 2017). Sin embargo, el problema según Cuenca-Piqueras es que “no nos debe molestar su vestido, nos debe molestar la cosificación. Nos debe molestar que, sin ese vestido, posiblemente, Cristina Pedroche no llevaría cuatro años dando las campanadas en Antena 3”. (2017, p.281)

Cabe destacar las figuras de Olga Viza y Rosa María Mateo, despedidas en el año 2003 de Antena 3. De hecho, a Viza simplemente le comunicaron que “sobraba un espectador”, así lo reconoció en una entrevista a Canal 6 de Navarra el 24 de marzo de 2010. Asimismo, le prometieron un espacio en otro programa de la cadena, pero no resultó ser así, según informó *marca.es*.

Así pues, los propios medios han contribuido a la infravaloración de la importancia de las mujeres que ejercen un periodismo basado en la formación y la experiencia. María Rey

reconoció en una entrevista a Cadena SER en 2018 que “la televisión española no puede prescindir de profesionales como Rosa María Calaf, Rosa María Mateo, Olga Viza o Montserrat Domínguez”. Además, aseguró que “lo ideal es la convivencia de lo nuevo con la experiencia”.

Sin embargo, en la mayoría de los telediarios de las cadenas generalistas, no hay presentadoras que rebasen los 50 años. Es cierto que existen excepciones como Alejandra Herranz, que con 61 años ha sustituido a Ana Blanco (62 años) en el informativo del mediodía de La 1.

Aunque lo habitual es ver a mujeres jóvenes acompañadas de hombres más mayores presentando los telediarios. En Antena 3, Mónica Carrillo (46 años) dirige el informativo de los fines de semana junto con Matías Prats (72 años) y Esther Vaquero (40 años) lidera el telediario de las noches con Vicente Vallés (59 años). Asimismo, los informativos del mediodía de Telecinco están presentados por Isabel Jiménez (40 años) y David Cantero (61 años).

Del mismo modo, en los informativos se pueden observar diferentes modelos de hombre, más delgados, más gordos, con canas, sin ellas... En cambio, las mujeres suelen ser delgadas, lucen vestidos o trajes que ensalzan su figura, siempre van maquilladas y nunca muestran sus canas. “Somos acompañantes, el adorno. Al final, quien decide que las mujeres enseñen los brazos y lleven vestidos de lycra no es la estilista que pone los vestidos en las perchas, sino la persona ante la que responden, que suele ser un hombre”, afirma María Rey en una entrevista para *Mujer Hoy* en 2018.

Catherine Hakim, socióloga de la *London School of Economics*, denomina a este fenómeno “capital erótico”. Con este concepto, Hakim expone que las mujeres deben potenciar sus virtudes físicas y esconder sus defectos para poder avanzar a nivel profesional. Asimismo, muchas mujeres son rechazadas por no seguir el patrón de belleza estipulado por la empresa periodística.

Si realmente se quiere dar una información objetiva, ¿por qué ellas tienen que lucir sus cuerpos y ellos no? “Cosificar significa considerar como una cosa o un objeto, algo que no lo es, en este caso cosificar a la mujer es hacer uso de ella o de su imagen para fines que no la dignifican como ser humano” (Rojas Galdámez, 2004, p.14). La cosificación y deshumanización de la periodista en la televisión española es un problema real que voy a

Toribio, L. (2023). *La cosificación de la mujer en el periodismo televisivo español*. Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. 2022-23.

demostrar en mi trabajo ya que los medios de comunicación abogan por información de calidad.

3. METODOLOGÍA

3.1. EL ANÁLISIS DE CONTENIDO

Según investigaciones de G Jiménez-Marín (2011), lo ideal consiste en seguir una metodología que combine lo cuantitativo y lo cualitativo ya que las fortalezas de una ayudan a las debilidades de la otra. Por ello, este método se basará en un análisis de contenido a través de una tabla de codificación en la que se analicen diferentes cuestiones para corroborar si existe un trato diferenciado entre las mujeres y los hombres presentadores de los informativos de las cadenas españolas.

3.2. UNIVERSO Y MUESTRA

En concreto, este trabajo se basará en la actualidad informativa de La 1, Antena 3, Telecinco y La Sexta. Es decir, comparará la presencia de las mujeres en los informativos de las diferentes cadenas. Así pues, la muestra consta de un total de 40 informativos escogidos, siendo 10 de cada canal.

La elección de los mismos ha sido completamente al azar; para que no influya ningún aspecto subjetivo, se realizó un sorteo entre los informativos disponibles. De esta manera, aparecen los tres tipos de lunes a domingo: los matinales, los de mediodía y los de la noche. Asimismo, todos son del vigente año 2023. El objetivo es basarse en la actualidad más reciente y comprobar si la deshumanización de la figura femenina en televisión es un factor general que está presente en todos los canales y horarios.

3.3. TRATAMIENTO DE LOS DATOS

Los datos obtenidos fueron tratados de forma estadística a través del programa *Microsoft Excel*, y para ello, se realizaron cinco tablas de análisis que recogían las diferentes variables.

En primer lugar, la tabla de datos generales recoge las siguientes variables:

- Título del informativo
- Canal que lo emite: La 1, Antena 3, Telecinco o La Sexta.
- Tipo de informativo: matinal, de mediodía o de noche.
- Día de difusión: DD-MM-AAAA
- Audiencia: permite conocer la influencia que puede alcanzar el informativo, tanto la información objetiva como la imagen que da del mismo.

En segundo lugar, la muestra recoge las características físicas de los presentadores:

- Sexo: si presenta un hombre o una mujer.
- Edad del presentador: para conocer el rango de edad al que pertenece (dividido por décadas).
- Se mueven por el plató: para comprobar si los presentadores adoptan una postura estática durante todo el informativo o si por el contrario, se mueven a la vez que presentan.
- Tipo de vestimenta: esta variable permite saber qué tipo de prendas de ropa llevan los presentadores, siendo estas traje/americana, vestido, falda y blusa/camisa, pantalón y blusa/camisa, zapatos de tacón medio, zapatos de tacón alto, zapatos planos y pantalón y jersey.
- Tipo de maquillaje: pudiendo ser sencillo (si únicamente lleva base) o marcado (si consta de base, sombra de ojos, pintalabios o *gloss*, colorete, máscara de pestañas...).
- Se les ve de pie: para saber si los presentadores permanecen sentados durante todo el telediario o en cambio, se levantan también.

En tercer lugar, se estudian los aspectos periodísticos de los presentadores, es decir, las diferencias que puedan existir a la hora de informar dependiendo de si lo hace él o ella:

- Tiempo que presenta cada uno: para saber si informa durante más de 30 minutos o menos y poder comprobar si los medios de comunicación prefieren que sean los hombres los que presenten la mayor parte del telediario.
- Tipo de noticias que da cada presentador: siendo estas económico-políticas, social-culturales, de sucesos, de ciencia/salud o tecnología, de deportes y del tiempo meteorológico.
- Tono: para conocer con qué tono presentan, pudiendo ser serio, coloquial y/o desenfadado.

En cuarto lugar, la muestra también analiza a las fuentes externas de los informativos porque aquí también está visible la cosificación de la mujer. Las fuentes con las que decide un medio de comunicación contar para realizar una determinada pieza periodística no son aleatorias, así pues:

- Sexo: si la fuente es un hombre o una mujer.

- Tipo: si se trata de fuentes expertas (en algún tema en concreto, ya sea de ciencia, cultura, política), anónimas (si no aportan su nombre), identificadas pero no expertas (si aportan su nombre pero no son especialistas en ninguna materia) o institucionales/oficiales (si actúan como portavoces de alguna empresa o institución).
- Cuánto tiempo hablan: menos de 30 segundos, entre 30 segundos y un minuto o más de un minuto.
- Cuántas veces aparecen en el informativo (piezas distintas): para comprobar si esa fuente aparece más de una vez en el informativo, siendo protagonista de diferentes noticias, mostrando así su posible relevancia e importancia.
- Tipos de plano: el tipo de plano en el que aparece la fuente, pudiendo ser general, americano, medio, medio corto, primer plano, primerísimo primer plano o plano detalle.

Finalmente, la última tabla de codificación recoge la presencia masculina y femenina en la dirección de los informativos, siendo tres variables: dirección/edición, producción y edición.

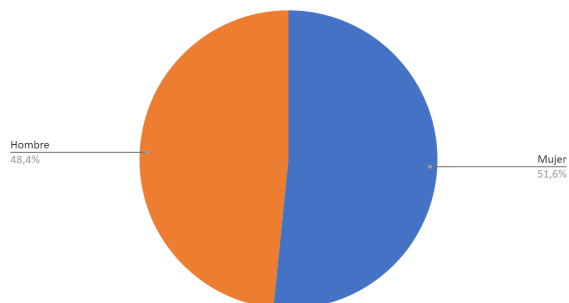
4. RESULTADOS

Como hemos adelantado, los informativos analizados han sido elegidos completamente al azar, aunque cabe destacar que Atresplayer, la plataforma que permite visualizar los telediarios de Antena 3 y La Sexta, sólo recoge los de los últimos dos meses. Por ello, tanto de un canal como de otro hay analizados informativos de marzo y abril. Sin embargo, RTVE y telecinco.es sí recogen un mayor número por lo que de La 1 y Telecinco hay analizados informativos desde enero hasta marzo.

4.1. RESULTADOS GENERALES

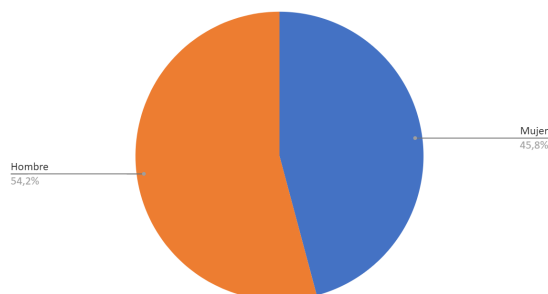
En primer lugar, cabe destacar que la presencia de hombres como presentadores impera en las cadenas privadas con un 54,2% en Telecinco y un 65,8% en Antena 3. Sin embargo, La Sexta es la excepción ya que la gran mayoría de sus presentadores son mujeres, en concreto un 91,7%. Asimismo, la cadena pública aboga por la igualdad con una presencia femenina en un 51,6% y una masculina en un 48,4%.

Presentadores Informativos La 1

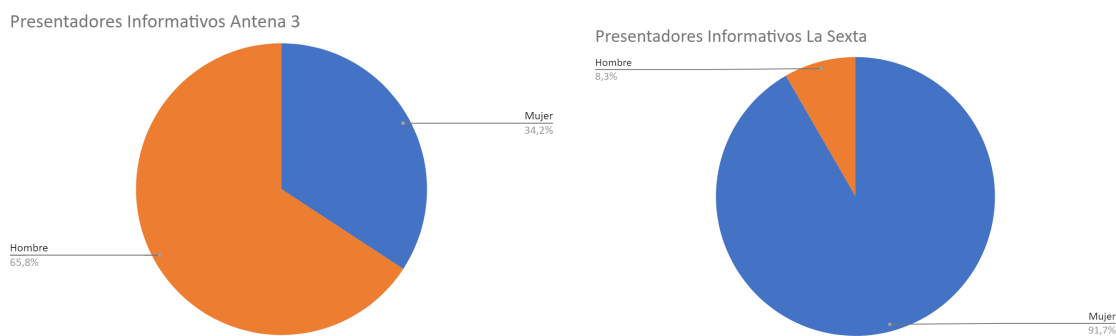


Fuente: Elaboración propia (2023)

Presentadores Informativos Telecinco



Fuente: Elaboración propia (2023)



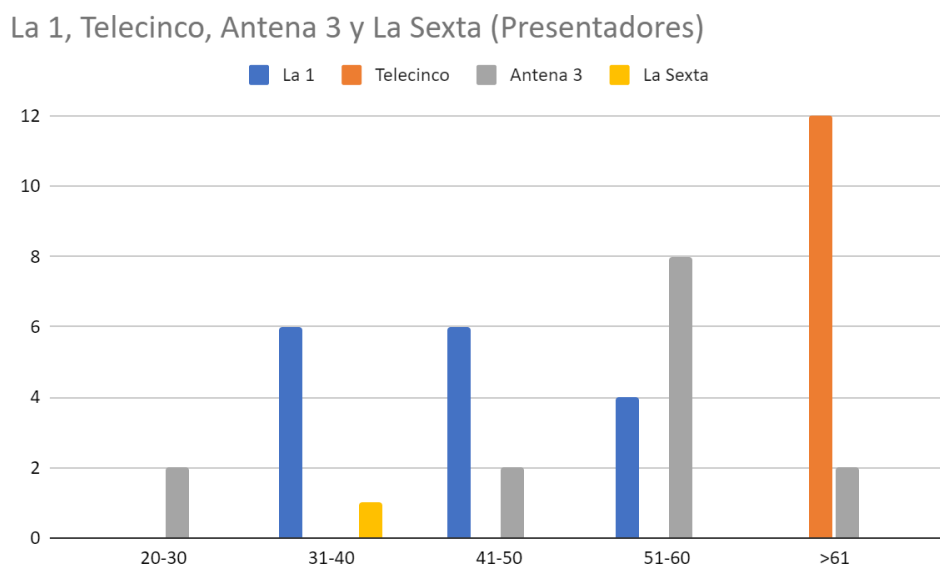
Fuente: Elaboración propia (2023)

Fuente: Elaboración propia (2023)

4.2. RESULTADOS RELATIVOS AL FÍSICO DE LOS PRESENTADORES

La edad de los presentadores también es significativa. La mayoría de ellos tiene una edad que oscila de los 41 a los 60 años, tanto en La 1 como en Antena 3. En cambio, la totalidad de los presentadores de Telecinco, supera los 61 años, siendo los principales David Cantero (Informativos 15 horas) con 62 años y Pedro Piqueras (Informativos 21 horas) con 68 años. Asimismo, el único presentador hombre de La Sexta visible en esta muestra tiene una edad que va de los 31 a los 40 años.

Es de mencionar que solo Antena 3 apuesta por hombres jóvenes, con una edad que va de los 20 a los 30 años. Aunque estos solo presentan una noticia concreta del informativo (no más de 10 minutos), principalmente de carácter económico-político. Asimismo, es el canal junto con La 1 que dispone de una mayor variedad de presentadores, en cuanto a la edad.



Fuente: Elaboración propia (2023)

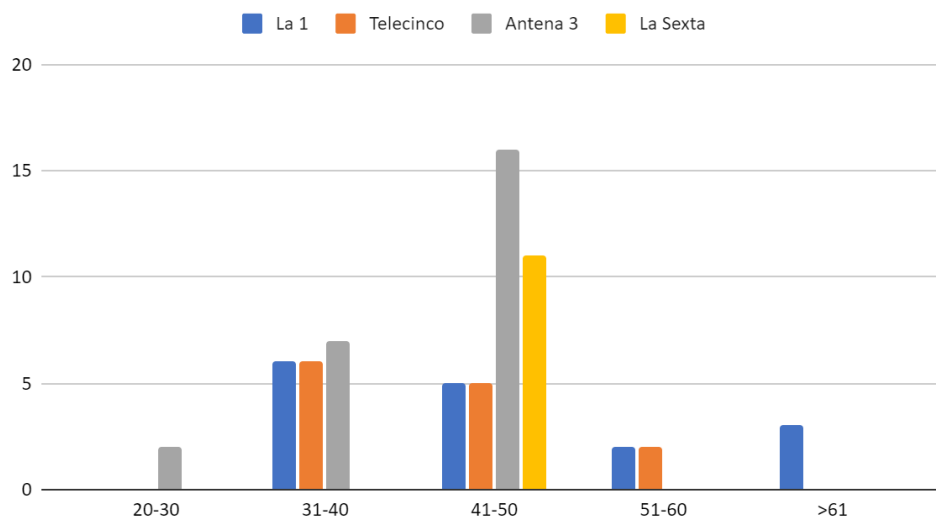
En cuanto a la edad de las presentadoras, los cuatro canales apuestan en su mayoría por mujeres que tengan entre 41 y 50 años. De hecho, las presentadoras de los telediarios de La Sexta, Helena Resano (Informativos 14 horas), Cristina Saavedra (Informativos 20 horas) y Cristina Villanueva (Informativos Fin de Semana) destacan por pertenecer las tres a este rango de edad.

De nuevo, es Antena 3 el único canal que apuesta por mujeres jóvenes, pero al igual que los hombres solo presentan ciertas noticias del informativo, cultural y económico-política en estos casos.

Por otro lado, Telecinco no cuenta con presentadoras que superen los 61 años y prefiere a mujeres con un intervalo de edad de los 31 a los 40. Además, ni Antena 3 ni La Sexta tienen en su plantilla a presentadoras que superen los 51 años.

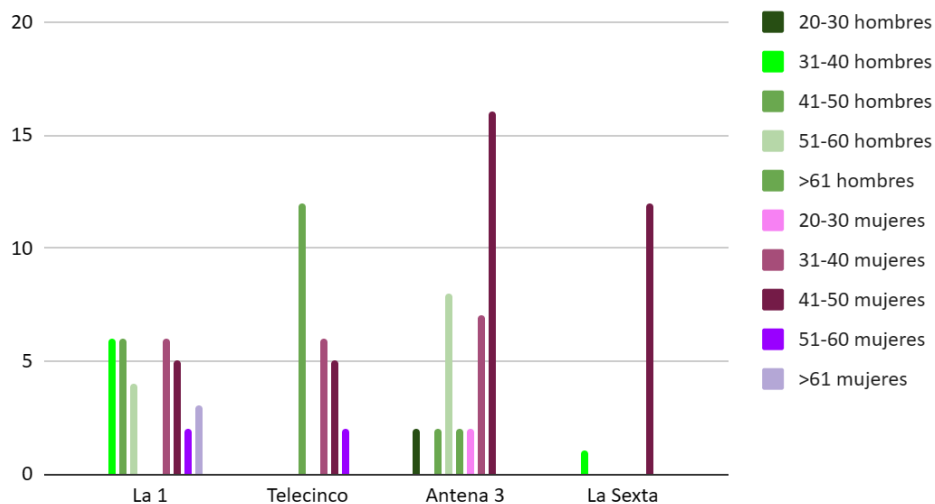
Es la cadena pública la que aboga por un mayor rango de edad entre las presentadoras, desde los 31 hasta los 61, que tiene Alejandra Herranz (Informativos 15 horas).

La 1, Telecinco, Antena 3 y La Sexta (Presentadoras)



Fuente: Elaboración propia (2023)

Comparación de la edad de ellos y ellas (presentadores)

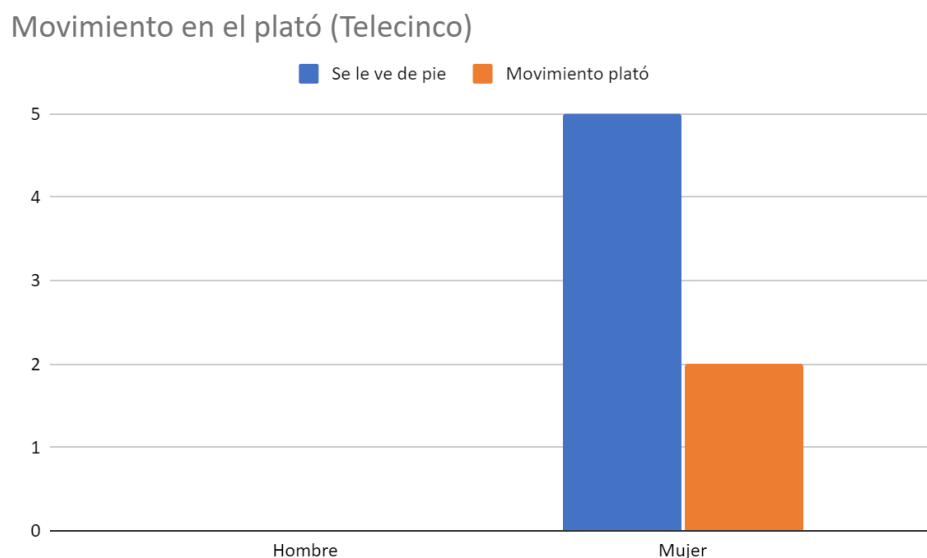


Fuente: Elaboración propia (2023)

Por tanto, cabe destacar que excepto La 1, el resto de los canales prefiere a presentadoras jóvenes, mientras que los hombres sí que pueden ser más mayores, llegando a superar los 61 años. Además, tanto en Antena 3 como en Telecinco es habitual ver duplas como la de Matías Prats (72 años) y Mónica Carrillo (46 años) los fines de semana o la de David Cantero (62 años) e Isabel Jiménez (41 años) al mediodía. Por último, también hay que señalar que esto no sucede al revés, pues no existen parejas de presentadores en las que ella sea mucho más mayor que él.

Por otro lado, el hecho de que a los presentadores se les vea de pie o no en los informativos siempre va ligado a que se muevan por el plató. Prácticamente en la totalidad de los telediarios, se les puede ver moverse para explicar determinadas noticias. Además, en Antena 3 suelen aprovechar esos movimientos con las imágenes en 3D, que aportan para hacer mucho más visual la información.

La única excepción es Telecinco donde lo habitual es que los presentadores permanezcan sentados durante todo el informativo. Aunque cabe destacar que siempre que uno de los dos se levanta, lo hace ella.



Fuente: Elaboración propia (2023)

Por ejemplo, una de las parejas de presentadores es la que conforman Pedro Piqueras y Alba Lago durante los informativos de la noche. En ellos, es frecuente que ella aparezca directamente de pie a mitad del telediario y explique determinadas noticias.

En este caso, Alba Lago entra en el informativo en el minuto 11:04 y permanece de pie hasta el final, mientras que Pedro Piqueras no se levanta en ningún momento.

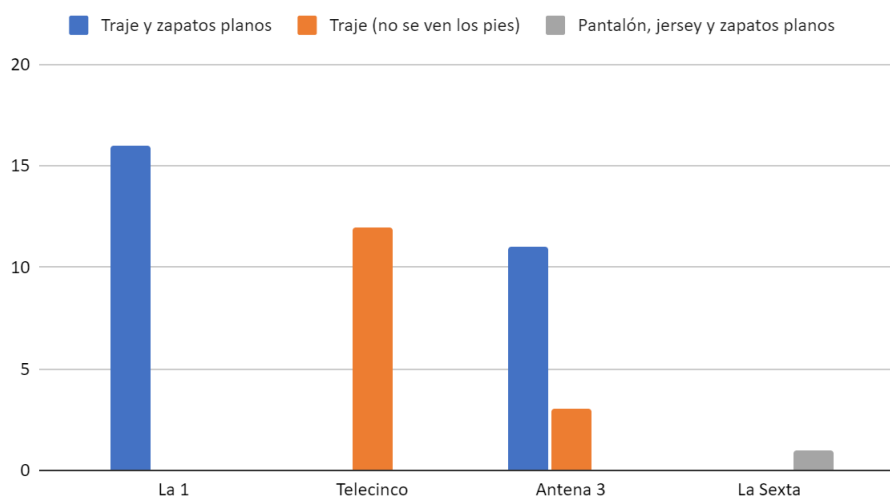


Fuente: telecinco.es

La vestimenta es una de las partes esenciales en la apariencia física de los presentadores de los informativos. Desde el inicio de la televisión, los hombres siempre han ido vestidos de

traje, mientras que las mujeres han combinado diferentes prendas de ropa. Hoy en día, la vestimenta oficial de un presentador siempre va a ser el traje, acompañado de zapatos planos. El gráfico muestra esta realidad, aunque hay una excepción, el único hombre presentador de La Sexta, lleva pantalón y jersey. Aunque es de señalar que su función en dicho informativo fue presentar la previsión meteorológica, que es más informal que las noticias en sí.

Vestimenta de los presentadores



Fuente: Elaboración propia (2023)



Fuente: rtve.es lab



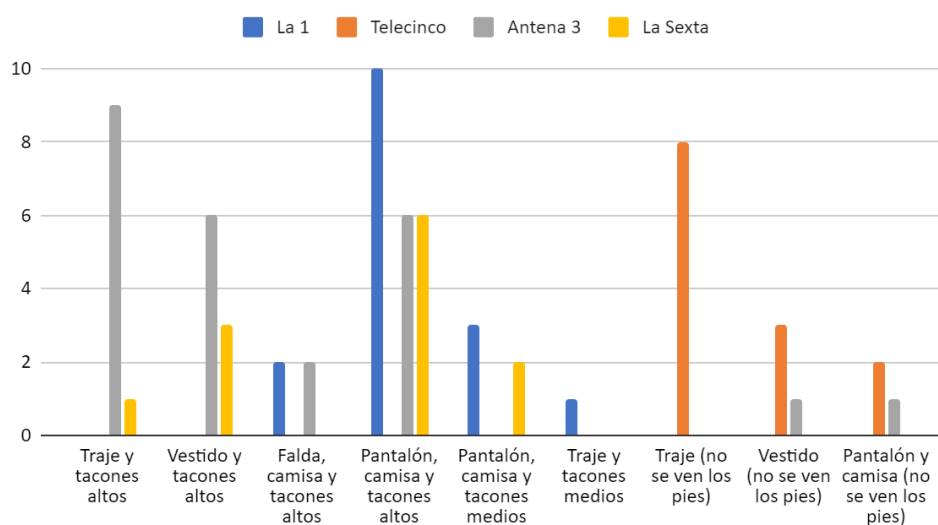
Fuente: El Confidencial

En la primera imagen, aparece Joaquín Arozamena que estuvo trabajando en La 1 desde 1970 hasta 1985 y en la segunda, aparece Carlos Franganillo, uno de los presentadores actuales de los informativos de dicha cadena. A pesar de la diferencia de años entre ellos, ambos lucen un traje con camisa de cuello inglés, además de la corbata. Esto demuestra la formalidad y seriedad que deben mostrar los presentadores hombres en los informativos.

En cuanto a las presentadoras, el único *look* en el que coinciden todos los canales es el formado por pantalón, camisa o blusa y zapatos de tacón alto. La 1 es el que más aboga por este tipo de vestimenta, seguido del mismo, pero con zapatos de tacón medio.

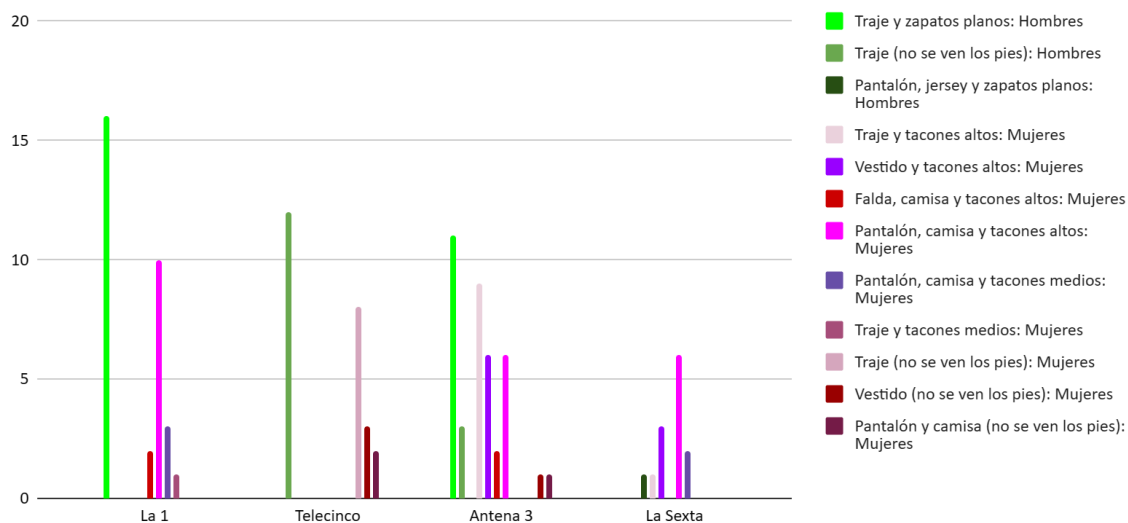
El traje es la prenda por excelencia de las presentadoras de Telecinco, y también de las de Antena 3, siempre acompañadas de tacones altos. Por otra parte, el vestido, más característico hace años, ha quedado relegado a un segundo plano, aunque sigue estando presente en buena parte de los informativos de Antena 3 y Telecinco.

Vestimenta de las presentadoras



Fuente: Elaboración propia (2023)

Comparación de la vestimenta de ellos y ellas



Fuente: Elaboración propia (2023)

Además, hay que subrayar que en su mayoría las presentadoras llevan zapatos de tacón alto, son mínimas las ocasiones en las que lucen zapatos de tacón medio, y lo hacen principalmente en la cadena pública. Sin embargo, nunca llevan zapatos planos, a pesar de que soportar casi una hora sobre unos tacones de aguja no es nada sencillo. De hecho, la periodista de Cuatro, Carme Chaparro, reconoció en una publicación de su perfil de Instagram en febrero de 2019 que “Lo de los tacones es duro. Una tortura a la que nos sometemos las mujeres”.

Por otra parte, como he mencionado anteriormente, las presentadoras ya no visten tanto con vestidos y faldas como lo hacían hace años, aunque estas prendas de ropa siguen sobresaliendo en los deportes tanto de Antena 3 como de La Sexta, donde mayoritariamente están presentados por mujeres. Asimismo, suelen ser faldas cortas y vestidos ajustados que ensalzan más la figura de la presentadora en cuestión.



Fuente: La Sexta Deportes



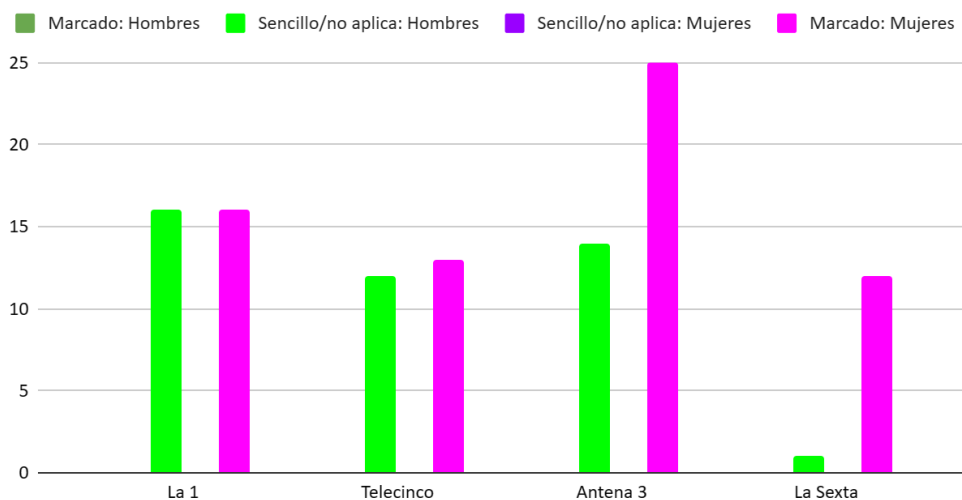
Fuente: Antena 3 Deportes

Por ejemplo, en estos dos casos, escogidos al azar, pero no recogidos en la muestra debido a que la plataforma Atresplayer eliminó los que se analizaron, Carlota Reig (La Sexta) luce una falda negra que, aunque no se puede apreciar parece corta, y Angie Rigueiro (Antena 3) lleva un vestido que se ajusta perfectamente a su figura.

El maquillaje es otro de los elementos característicos en la apariencia física de los presentadores de los informativos. Aunque realmente solo es visible en ellas, que siempre llevan un maquillaje muy marcado, con sombras de ojos y máscara de pestañas que iluminan más su mirada, polvos y colorete para tapar sus imperfecciones y pintalabios o *gloss* que dan un brillo especial a sus labios.

Sin embargo, los presentadores siempre llevan un maquillaje muy sutil que hasta a veces es imposible saber si realmente lo llevan o no. Esto demuestra que el maquillaje sigue siendo una carga que tienen que soportar las mujeres para que el resto del mundo las vea “guapas”. Aquí no hay diferencia entre cadenas públicas y privadas, en todas, el maquillaje de ellas es marcado, pero el de ellos es sencillo.

Comparación del maquillaje de ellos y ellas



Fuente: Elaboración propia (2023)



Fuente: rtve.es

Por ejemplo, en este informativo matinal (21/03/2023) de La 1, el maquillaje de Sirún Demirjian es mucho más marcado que el de su compañero, Álex Barreiro, ya que él parece que ni siquiera lleva una base matificante, mientras que en ella se pueden apreciar todo tipo de productos de maquillaje: base, colorete, sombra de ojos, máscara de pestañas, *eyeliner*, pintalabios...

Otra de las parejas de presentadores características de la televisión es la formada por Matías Prats y Mónica Carrillo. Destacamos a esta pareja ya que es de mencionar que los planos que

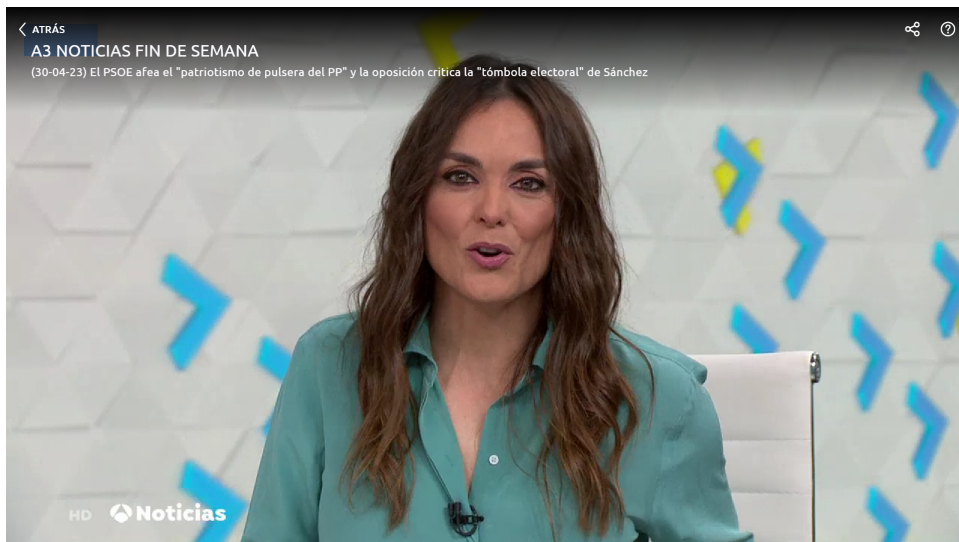
Toribio, L. (2023). *La cosificación de la mujer en el periodismo televisivo español*. Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. 2022-23.

les enfocan mientras presentan no son los mismos. El de él suele ser un plano medio que se corta en su cintura, de hecho, es habitual que se le vea gesticular con las manos. Sin embargo, el de ella es un plano medio corto que se corta a la altura de sus pechos.

Así pues, es más raro ver las manos de Mónica Carrillo. En el siguiente ejemplo (30/04/2023) no recogido en la muestra debido a que Atresplayer eliminó los que se analizaron, se puede observar esta diferencia de planos que es de lo más habitual:



Fuente: Atresplayer



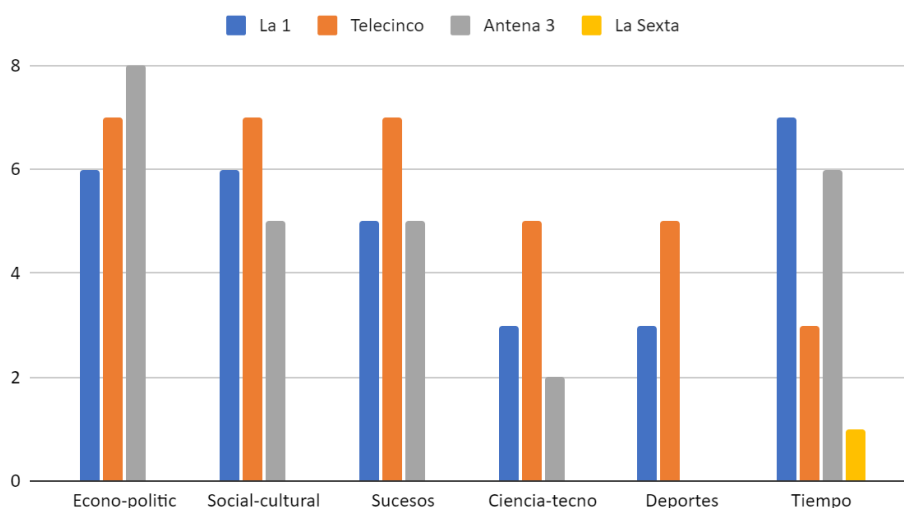
Fuente: Atresplayer

4.3. RESULTADOS RELATIVOS A LOS ASPECTOS PERIODÍSTICOS DE LOS PRESENTADORES

En cuanto al tipo de noticias a las que dan pie; en la 1, ambos presentan las mismas informaciones, aunque los deportes son más para ellas y la previsión meteorológica para ellos. En Telecinco, presentan prácticamente las mismas noticias, aunque los deportes solo son para los hombres. De hecho, los presentadores de los Deportes son Fran Mato, José Antonio Luque, Matías Prats Jr y J.J. Santos.

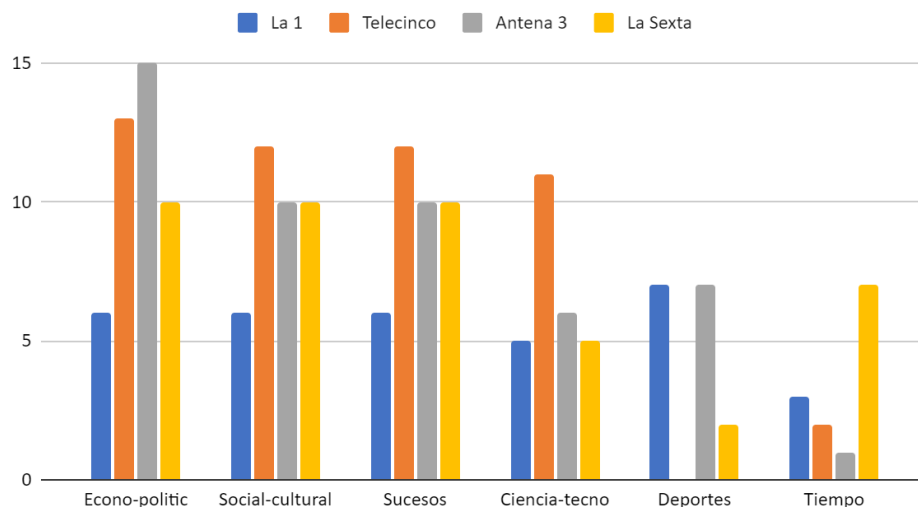
En cambio, en Antena 3 los deportes son presentados por mujeres, Angie Rigueiro, Rocío Martínez y Alba Dueñas, pero la previsión meteorológica es claramente para ellos, de hecho, Roberto Brasero es conocido como “El hombre del tiempo”. Finalmente, La Sexta es la excepción ya que la gran mayoría de sus presentadores son mujeres, tanto en las noticias como en los deportes.

Tipo de noticias que presentan los hombres



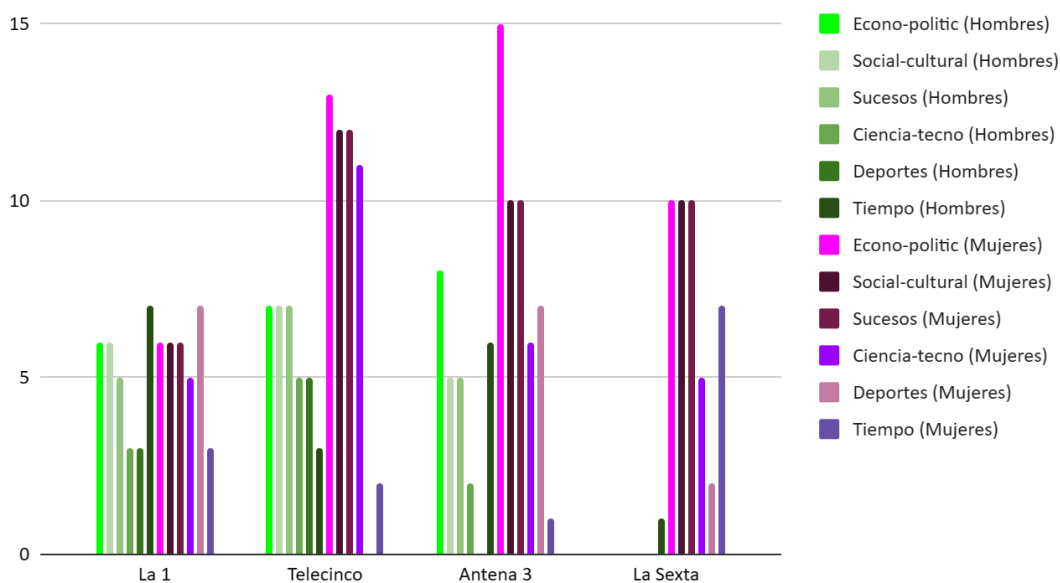
Fuente: Elaboración propia (2023)

Tipo de noticias que presentan las mujeres



Fuente: Elaboración propia (2023)

Comparación del tipo de noticias que presentan ellos y ellas

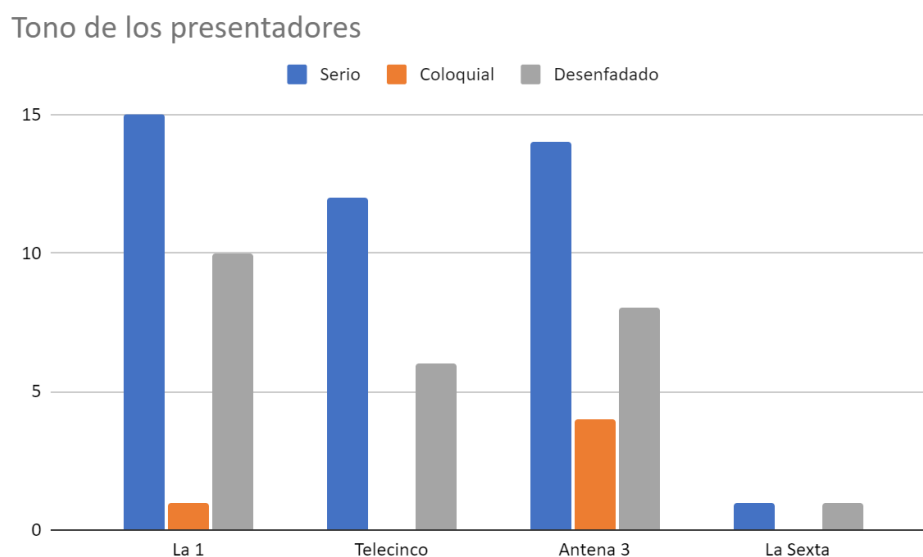


Fuente: Elaboración propia (2023)

Por otro lado, el tono de los periodistas es fundamental para dar una mayor objetividad a la noticia que se está comunicando a los telespectadores. Obviamente, el tono que impera en todos los canales, tanto en hombres como en mujeres es el serio ya que todos los medios de comunicación quieren brillar por su rigor periodístico.

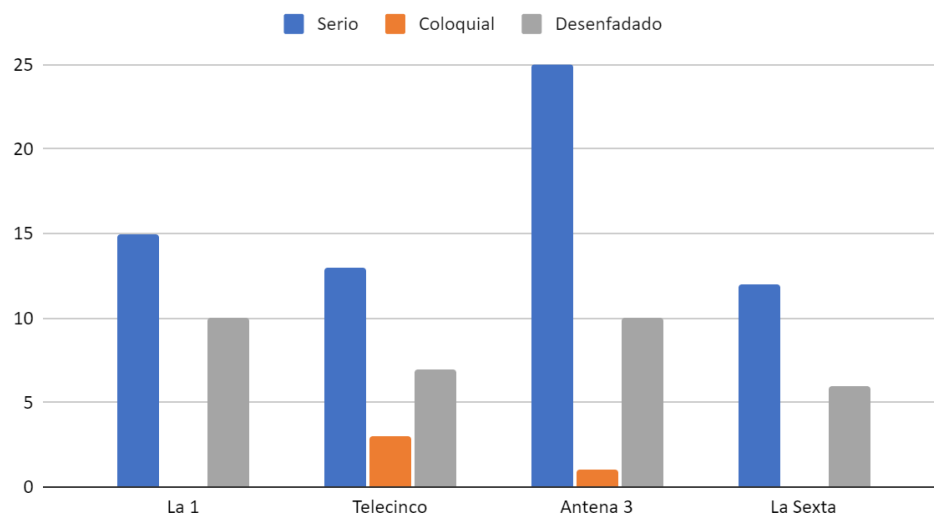
Aunque, en algunas ocasiones, los presentadores utilizan un tono más desenfadado para salir de la seriedad habitual y explicar algún suceso o noticia que sea más alegre, normalmente asociados a tema socioculturales. En este caso, tanto ellos como ellas emplean este tipo de tono en determinados informativos.

La diferencia llega cuando se trata de utilizar un tono coloquial; informativos como el de la cadena pública no lo suelen emplear, pero otros de cadenas privadas como Antena 3 y Telecinco sí. De hecho, hay un presentador que es muy conocido no solo por su gran labor periodística, sino también por sus “chascarrillos” en los informativos: Matías Prats. Es habitual que él realice algún tipo de chiste, sin embargo, su compañera Mónica Carrillo no cuenta con esa “libertad” para hacerlos, por lo que simplemente “sigue el rollo” a Prats.



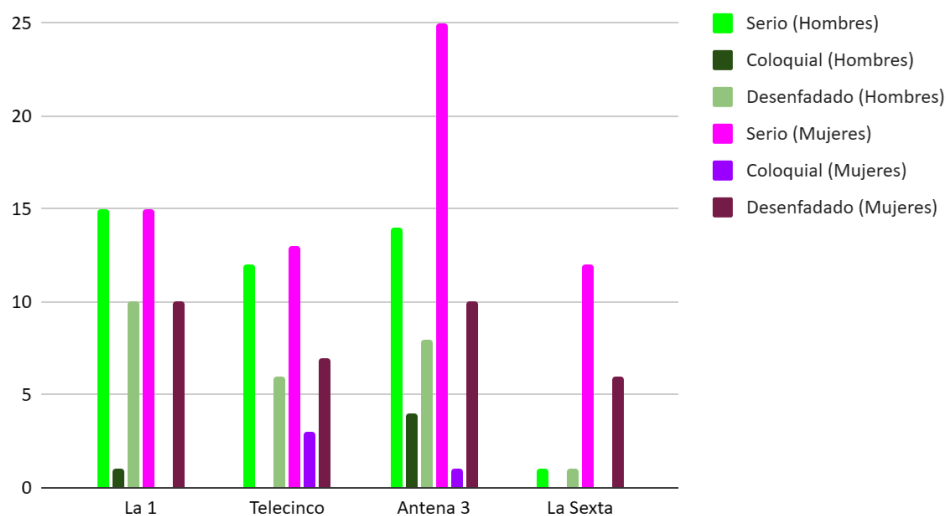
Fuente: Elaboración propia (2023)

Tono de las presentadoras



Fuente: Elaboración propia (2023)

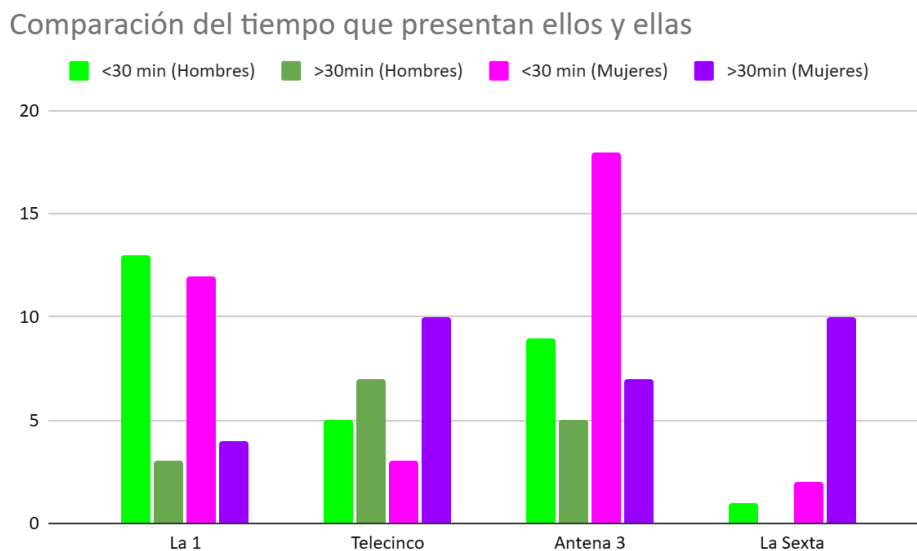
Comparación del tono con el que presentan ellos y ellas



Fuente: Elaboración propia (2023)

En la cantidad de minutos que presentan los hombres y las mujeres tampoco hay grandes diferencias ya que depende de si presentan el informativo solos, acompañados o solo presentan una sección: economía, política, sociedad, deportes, previsión meteorológica... Aunque cabe destacar que en Antena 3, sí que dan más importancia al tiempo que presentan ellos o a sus secciones, porque la cifra es relativamente mayor. Por otro lado, La Sexta vuelve

a ser la excepción ya que ellas informan durante muchos más minutos debido a que la plantilla de presentadores está formada en su mayoría por mujeres.



Fuente: Elaboración propia (2023)

4.4. RESULTADOS RELATIVOS AL ANÁLISIS DE LAS FUENTES EXTERNAS

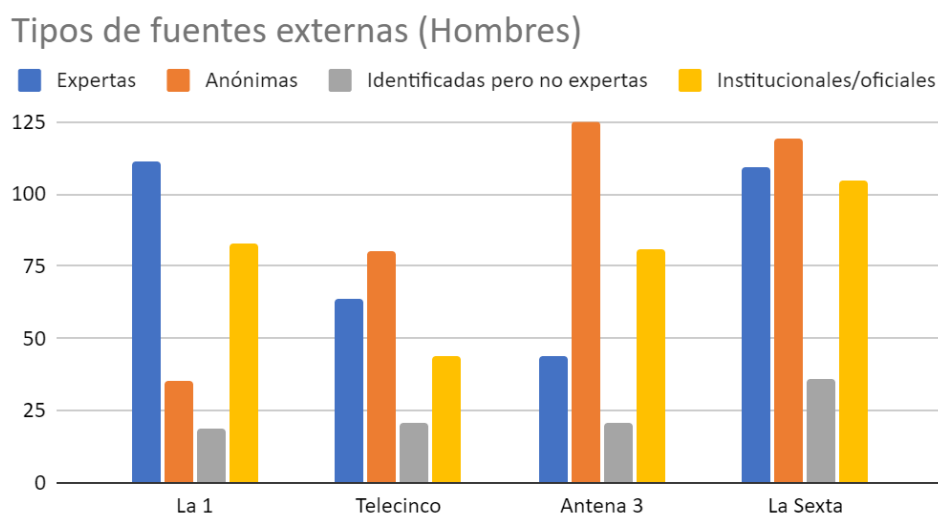
Las fuentes externas también son un elemento esencial dentro de los informativos ya que son vitales para la elaboración de cualquier tipo de pieza informativa. Existen varios tipos; las expertas en algún tema en concreto, las anónimas de las que no conocemos ni su nombre ni su función, las identificadas, pero no expertas en ninguna cuestión y las que actúan como portavoz de alguna institución o empresa.

Cabe destacar que todos los canales optan en su mayoría por fuentes anónimas ya que son las más sencillas de conseguir, además de que muchas de las piezas suelen ser sucesos en los que este tipo de fuentes es el más habitual. Sin embargo, hay una excepción, La 1 prefiere las expertas, pero solo en el caso de los hombres, con una gran diferencia con respecto a las mujeres.

Aunque es de mencionar que a pesar de que las fuentes anónimas sean las de mayor número tanto en hombres como en mujeres, en Telecinco, Antena 3 y La Sexta la diferencia con el resto de las fuentes femeninas es destacable, lo que implica que estas cadenas prefieren a expertos masculinos.

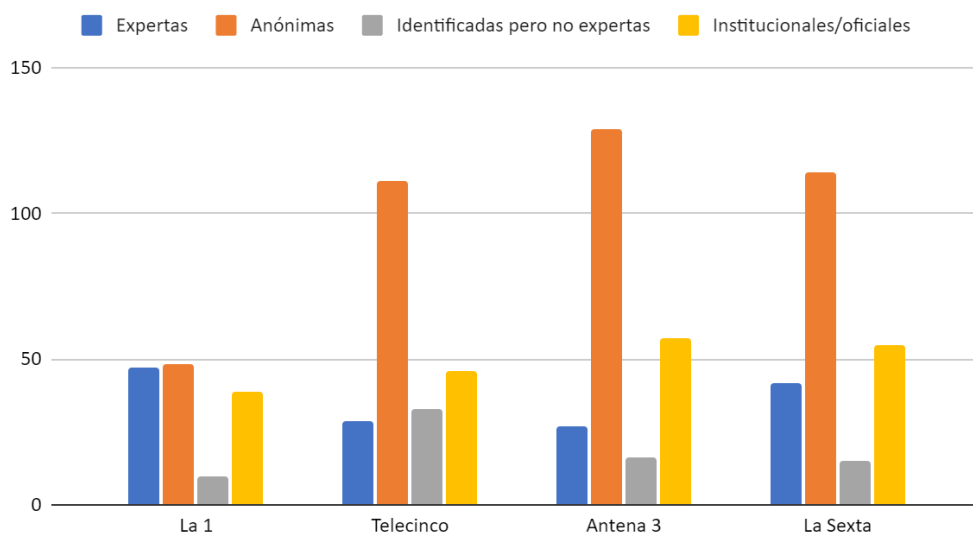
En el análisis, también he observado que, en ciertas piezas informativas, la gran mayoría de las fuentes externas son mujeres como son las relativas al carro de la compra. Del mismo modo, en las noticias deportivas, la mayor parte de las fuentes son hombres, sobre todo futbolistas.

Por otro lado, cuando el medio de comunicación es consciente de que se acerca una fecha importante para las mujeres, como es el Día de la Mujer (08/03), aprovecha para aportar un mayor número de fuentes femeninas. Por ejemplo, Telecinco en su informativo de la noche del 7 de marzo, aportó un total de 37 fuentes, siendo 23 mujeres y 14 hombres.



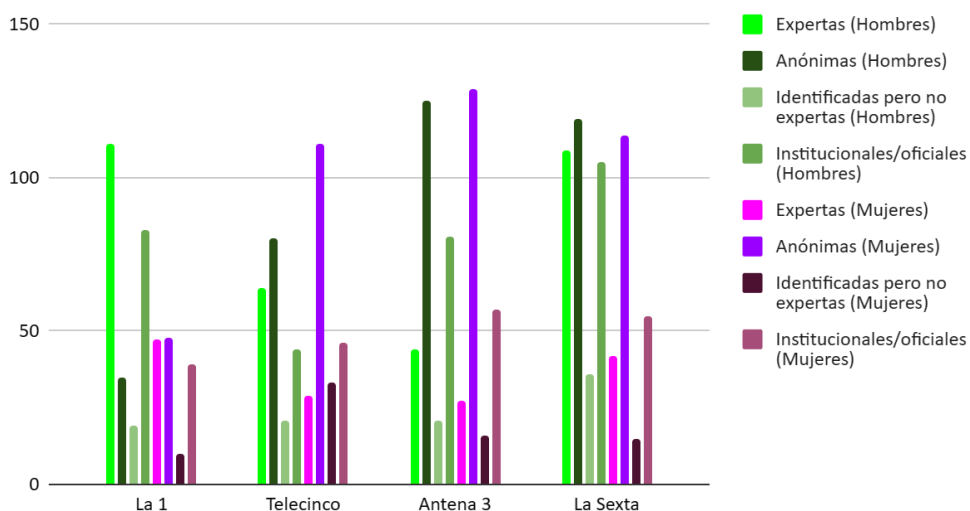
Fuente: Elaboración propia (2023)

Tipos de fuentes externas (Mujeres)



Fuente: Elaboración propia (2023)

Comparación de los tipos de fuentes externas masculinas y femeninas

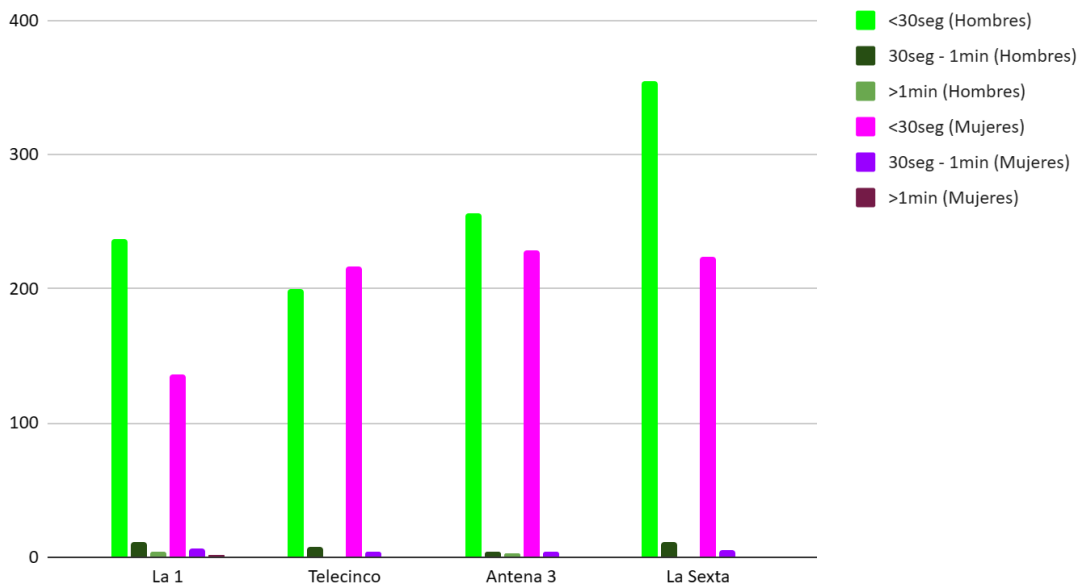


Fuente: Elaboración propia (2023)

En cuanto al tiempo que hablan las fuentes externas, no hay grandes variaciones debido a que lo habitual es que los totales duren menos de 30 segundos. Sin embargo, cabe señalar que cuando los canales requieren de fuentes (normalmente expertas), suelen preferir a los hombres. De hecho, todos los canales que cuentan con fuentes que colaboren durante más de 30 segundos, optan más por hombres. La única excepción es Antena 3 que tiene el mismo

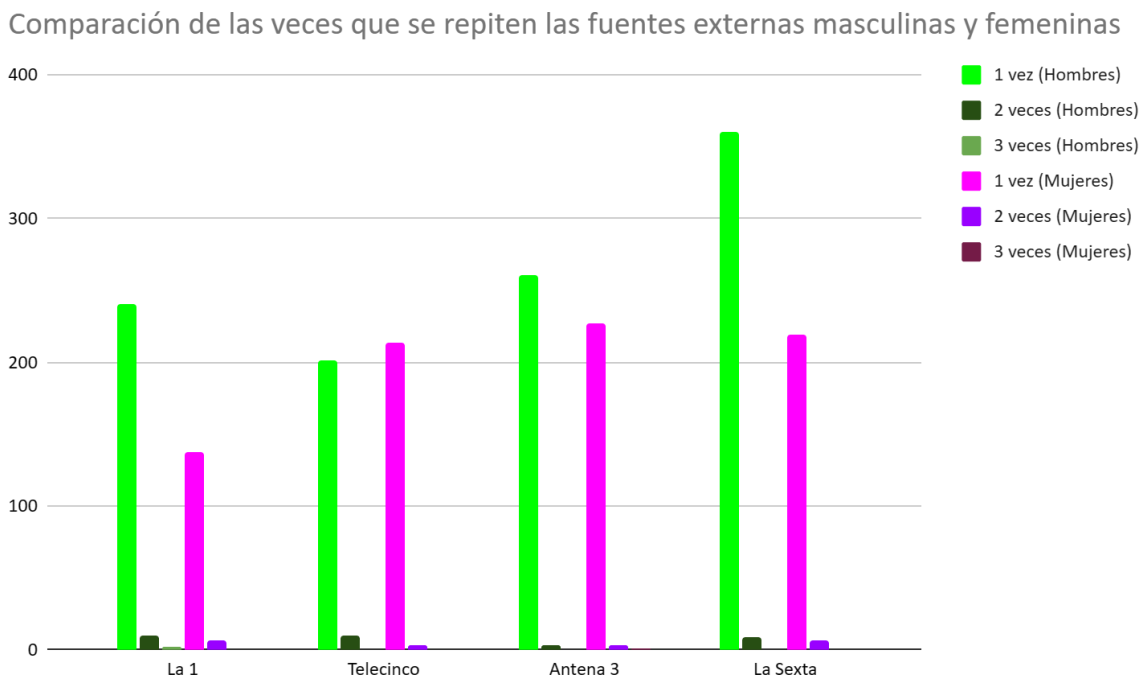
número de fuentes (masculinas y femeninas) que participen entre 30 segundos y 1 minuto. Aunque, cuenta con 3 hombres que colaboran durante más de 1 minuto, pero ninguna mujer.

Comparación del tiempo que hablan las fuentes externas masculinas y femeninas



Fuente: Elaboración propia (2023)

En ocasiones, en los telediarios, las fuentes externas aparecen en más de una pieza informativa. Cabe destacar que todos los canales cuentan con más fuentes externas hombres que se repitan que mujeres, a excepción de Antena 3 que tiene 3 repeticiones masculinas y 3 femeninas. Sin embargo, lo más importante relativo a las fuentes externas es que, salvo en Telecinco, las demás cadenas optan en su gran mayoría por fuentes externas masculinas.



Fuente: Elaboración propia (2023)

4.5. RESULTADOS RELATIVOS A LA DIRECCIÓN DE LOS INFORMATIVOS

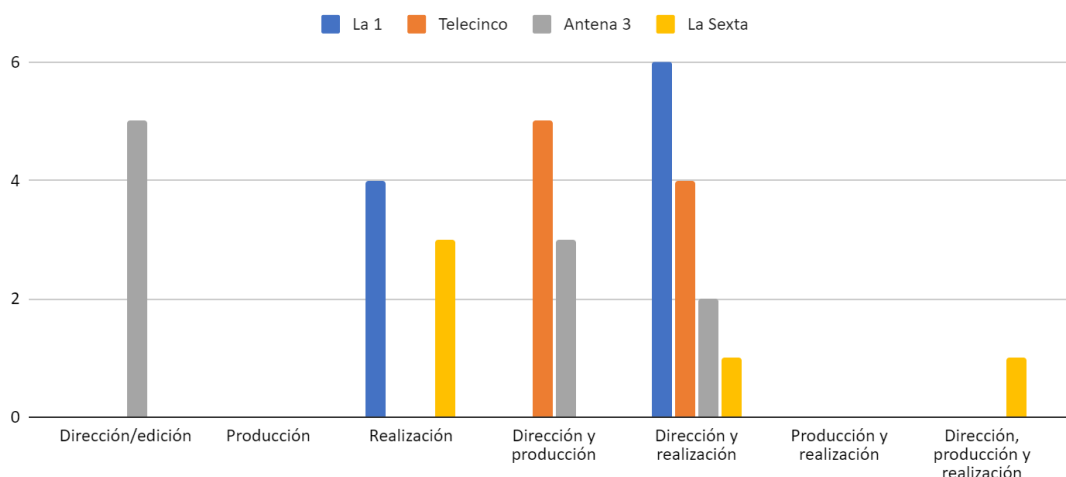
Los presentadores son la cara visible de los informativos, sin embargo, lo normal es que la dirección de los informativos no corra a cargo de ellos, sino de una serie de periodistas que controla tanto la dirección o edición, como la producción y la realización. La realidad es que, en todas las cadenas, tanto hombres como mujeres están presentes en los diferentes cargos, aunque hay diferencias de unas a otras.

En primer lugar, Antena 3 es el único canal que apuesta hasta en cinco ocasiones por dirigir sus informativos bajo el mandato en solitario de un hombre. En cambio, no hay ninguno que apuesta por la dirección única de una mujer. En cambio, las mujeres sí actúan en solitario tanto en la producción como en la realización en todas las cadenas excepto en Antena 3 donde solo aparecen acompañadas de otra compañera.

Por otro lado, cabe señalar que Telecinco no cuenta con ninguna mujer en la función de dirección, solamente en la de producción y realización de manera individual. Asimismo, es de destacar que todos apuestan por tener a mujeres al mando de las labores de producción ya que ellos solo la realizan junto con la dirección (en Telecinco y Antena 3).

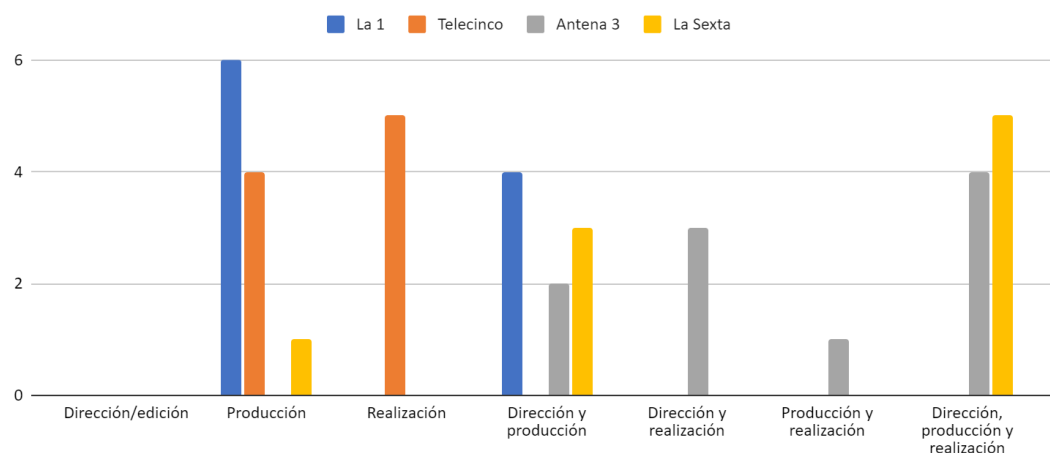
Por último, es importante recalcar que hay un mayor número de mujeres presente en las tres funciones, pues solo en La Sexta aparecen ellos liderando tanto la dirección, como la producción y realización. Aunque, los canales de Atresmedia son los únicos que eligen esta opción ya que ni Telecinco ni La 1 cuentan con mujeres en los tres cargos, a pesar de que la última sea la cadena pública.

Nº de hombres presente en la dirección de los informativos



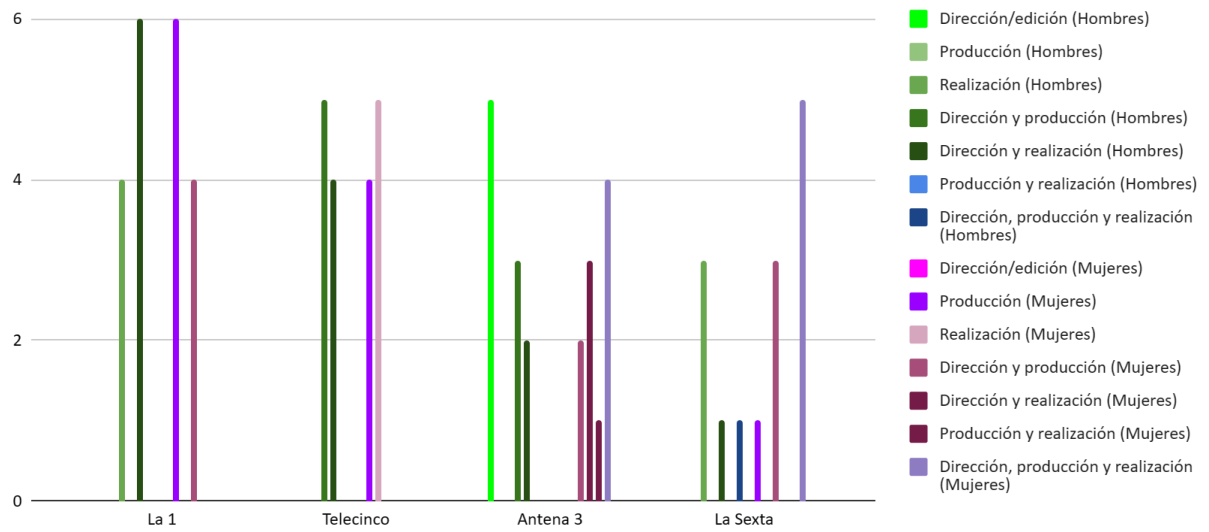
Fuente: Elaboración propia (2023)

Nº de mujeres presente en la dirección de los informativos



Fuente: Elaboración propia (2023)

Comparación del nº de hombres y mujeres presentes en la dirección de los informativos



Fuente: Elaboración propia (2023)

5. CONCLUSIONES

La llegada de Internet y las redes sociales cambió el uso tradicional de informarse a través de los periódicos, la radio o la televisión. Sin embargo, a pesar de su gran auge, según un estudio de Statista, Orús (2023) afirma que “a raíz de una encuesta realizada entre enero y febrero de 2022, alrededor del 40% de los consumidores de información online seguían considerando la televisión tradicional como su medio favorito para mantenerse al día de la actualidad”.

Esto demuestra que la televisión continúa teniendo una gran importancia a la hora de informar a la sociedad y la audiencia de los determinados informativos son un ejemplo de ello. Más de 1.500.000 españoles visualizan cada día los telediarios de las cadenas generalistas, llegando a superar estas cifras en canales como Telecinco o Antena 3. Por ello, la labor de los diferentes periodistas que trabajan en televisión es esencial ya que así los ciudadanos pueden estar informados de forma correcta, rigurosa y precisa.

Entre esos periodistas, los presentadores de los informativos tienen una labor primordial ya que ellos son la imagen de cada uno de los canales. Por eso, si cometen algún fallo, los telespectadores les verán a ellos como “únicos culpables”. Esos posibles errores no solo implican que expliquen mal una noticia sino que además pueden referirse a su apariencia física.

Es decir, nos parecería raro que un día apareciera Matías Prats presentando el informativo en chándal. Es obvio que todos deben cuidar su imagen y presencia, pero las presentadoras todavía más. Al igual que ese suceso sería algo extraño, también lo sería que un día Mónica Carrillo saliera sin maquillar o mostrando sus canas. En cambio, es normal que ellos sí aparezcan así.

Esto se debe a la cosificación que sufren las mujeres dentro del periodismo desde sus inicios. Es cierto que la sociedad ha avanzado notablemente y la igualdad entre el género masculino y el femenino cada vez es mayor. Sin embargo, siguen quedando resquicios que demuestran que ellas están situadas en una posición inferior a ellos debido a los micromachismos. Según Benalcázar-Luna (2017), “los micromachismos son las cotidianas agresiones machistas de baja intensidad, sin secuelas o evidencia física, cometidas tanto por hombres como por mujeres, y que no son cuestionadas debido a la naturalización de los esquemas inequitativos de género”.

Todo ello implica que esas determinadas acciones que deshumanizan a las mujeres periodistas no estén mal vistas por parte de la opinión pública porque directamente no se ven. La realidad es que cuando visualizas un telediario, estás pendiente de las noticias que están comunicando los presentadores y no prestas atención al resto de situaciones y elementos que conforman dicho telediario.

Sin embargo, esos hechos que cosifican a las mujeres están presentes tanto en sus características físicas, como en su labor periodística, su participación como fuentes externas y su función dentro de la dirección de los informativos. Asimismo, ninguna cadena está exenta de esos micromachismos, con independencia de que sean públicas o privadas.

Así pues, el objetivo principal de este trabajo se ha cumplido ya que se ha estudiado y determinado que sigue existiendo un trato diferenciado para los presentadores de los informativos, en función de su género. De hecho, esa desigualdad entre hombres y mujeres está presente tanto en la cadena pública (La 1) como en las privadas (Telecinco, Antena 3 y La Sexta). Esto revela que a pesar de que RTVE dependa del Estado y Mediaset y Atresmedia sean empresas privadas, la cosificación de la mujer es una realidad tan existente en la sociedad que supera todos los límites.

En primer lugar, cabe resaltar que La 1 es el único canal que apuesta por una igualdad en cuanto al número de presentadores ya que la cifra tanto para ellos como para ellas es muy similar. Por otro lado, Antena 3 y Telecinco apuestan más por los periodistas masculinos, pero La Sexta supone un “caso aislado” ya que es la única cadena que apuesta en su totalidad por mujeres, con Helena Resano, Cristina Saavedra y Cristina Villanueva liderando sus informativos.

En segundo lugar, la edad es un factor muy relevante ya que la cadena pública es la única que cuenta con una presentadora que supere los 61 años, Alejandra Herranz (Informativos 15 horas). Sin embargo, en las privadas ninguna supera los 50 y raramente pasan de los 45. En cambio, ellos sí lo hacen y con creces, Matías Prats tiene 72 años, Pedro Piqueras 68 y David Cantero 62.

De hecho, María Rey, periodista de Telemadrid, reconoció en una entrevista a Bluper (*El Español*) que “cuando llevas 25 años en una empresa ya has hecho muchas cosas, y piensas: ‘A ver si voy a terminar donde los muebles viejos porque no saben qué hacer conmigo’”. Ese miedo que tienen las presentadoras a ser relegadas a un segundo plano cuando cumplen una

cierta edad, no lo perciben los hombres ya que parece que ellos aportan una mayor credibilidad si tienen una edad elevada.

Pero, en ellas solo importa que sean jóvenes y estén dentro del prototipo de mujer guapa establecido en los roles sociales. Así pues, los espectadores se han acostumbrado a que las parejas de presentadores se lleven 20 años de diferencia y cuando estableces una costumbre así es muy difícil cambiarla. Por todo ello, mi primera hipótesis sí se cumple.

Por otra parte, la vestimenta de los presentadores es otro de los factores clave ya que es lo primero en lo que el espectador se fija al encender el televisor. Mi segunda hipótesis no se cumple debido a que el pantalón se ha consolidado entre las presentadoras, con independencia de en qué medio trabajen, y el vestido y la falda se utilizan menos, aunque siguen estando presentes sobre todo entre las comunicadoras de los informativos deportivos ya que es probable que cuenten con una mayor audiencia masculina.

Aunque, los que no se han ido ni parece que vayan a hacerlo son los zapatos de tacón alto y de aguja. Todas las presentadoras los llevan, a pesar de lo incómodos que pueden llegar a ser. Además de que no es nada sencillo mantener el equilibrio con ellos durante tanto tiempo sin expresar ni una mueca de dolor.

Los expertos indican que usar a diario tacones no es bueno, pero para los medios de comunicación la belleza y la elegancia de las presentadoras está por encima de su salud. Podoactiva, una clínica de podología y biomecánica, asegura que:

es mucho más dañino llevar todos los días un zapato de 6 cm de tacón que usar un día 12 cm de tacón y el resto de la semana ir con un calzado bajo. Lo importante es evitar el uso continuado de los zapatos de tacón para prevenir acortamientos y sobrecargas musculares. (2023)

El uso “obligado” de los tacones para las mujeres en este tipo de situaciones es un claro ejemplo de que aún falta mucho para lograr una igualdad totalitaria ya que ellos pueden estar perfectos usando zapatos planos mientras que ellas no pueden ni siquiera alternar unos zapatos de tacón con unos mocasines o unas bailarinas.

Al igual que los tacones, el maquillaje es otra de las cargas que tienen que soportar las presentadoras ya que por muy elegantes que vistan, si no lucen un rostro perfecto, parece que

no pueden salir en el plató. Las mujeres al igual que los hombres tienen granos, arrugas y pelos en la cara porque es la evolución natural del ser humano, aunque ellas están sometidas al prototipo de cuerpo perfecto establecido entre la sociedad occidental y son conscientes de que deben cumplirlo porque si no lo hacen, no tendrán derecho a salir en televisión.

El problema de esta situación de cosificación hacia la mujer es que no solo está presente dentro del plató, también fuera. Las fuentes externas son esenciales para los periodistas a la hora de elaborar las piezas informativas. De esta manera, mi tercera hipótesis también se cumple ya que todos los canales, a excepción de Telecinco, abogan en su mayoría por fuentes externas masculinas. Además, cabe destacar que cuando optan por fuentes expertas en un determinado tema para que intervengan en el telediario durante un tiempo mayor a un minuto, siempre los prefieren a ellos.

Como conclusión final, la realidad es que la cosificación de la mujer es un problema que persiste en el mundo del periodismo televisivo. A pesar de que los informativos forman la parte más objetiva, seria y rigurosa, la desigualdad entre ambos géneros es tan fuerte que también está presente en ellos. Es cierto que existe un avance social en los informativos, pero el techo de cristal y la brecha de género sigue presente. Aunque haya mujeres liderando la dirección de los mismos, no se les permite hacerlo solas.

Esto deriva directamente de la persona que dirige la empresa a la que pertenece el medio de comunicación ya que, mayoritariamente, son hombres. El problema es que los roles de género y los estereotipos sobre las mujeres siguen existiendo, por lo que a ellas se las sitúa en un segundo plano mientras que a ellos se les otorga una mayor reputación y crédito sobre las actividades que desempeñan en su profesión. Por todo ello, la lucha por la igualdad de género debe perseverar y los medios de comunicación tienen que ser un ejemplo de dicha igualdad.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ab.rtve.es. (s. f.). *Presentadores del Telediario desde 1956*.
<https://lab.rtve.es/telediario-historia-de-una-imagen/caras/>
- Allué, M. (2016). *La mujer en el periodismo de investigación en España: perspectiva histórica y análisis de la situación actual*. [Trabajo Fin de Grado, Universidad de Valladolid]. UVaDoc. <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/19531>
- Benalcázar-Luna, M. (2017, 5 julio). *Micromachismo: manifestación de violencia simbólica*. Benalcázar-Luna | UTCiencia.
<http://investigacion.utc.edu.ec/revistasutc/index.php/utciencia/article/view/34>
- Bernárdez, A. (2015). *Mujeres en medio(s): Propuestas para analizar la comunicación masiva con perspectiva de género*. Alianza Editorial.
- Bernárdez, A. (2018). *Soft Power: heroínas y muñecas en la cultura mediática*. Fundamentos Editorial.
- BOE.es - BOE-A-1961-14132 Ley 56/1961, de 22 de julio, sobre derechos políticos profesionales y de trabajo de la mujer. (s. f.).
<https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-1961-14132>
- Canal6Navarra. (2010, 25 marzo). Olga Viza Entrevista cara a cara – 24 marzo 2010 – Canal 6 Navarra. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=uJ9cWvX7-vI>
- colaboradores de Wikipedia. (2022, 1 diciembre). *Atresmedia*. Wikipedia, la enciclopedia libre. <https://es.wikipedia.org/wiki/Atresmedia>
- Cuenca-Piqueras, C., & González Moreno, M. J. (2018). Ensayo: desde Sabrina hasta Cristina Pedroche. Reflexiones sobre la imagen femenina en la televisión durante las campanadas. *Raudem. Revista De Estudios De Las Mujeres*, 5, 277–281.
<https://doi.org/10.25115/raudem.v5i0.2155>
- De Miguel, R. (2020, 10 enero). *La BBC, condenada por pagar menos a una periodista por ser mujer*. El País.
https://elpais.com/cultura/2020/01/10/television/1578676434_033240.html
- De-Miguel, R., Hanitzsch, T., Parratt, S., & Berganza, R. (2017). Mujeres periodistas en España: análisis de las características sociodemográficas y de la brecha de género. *Profesional De La información*, 26(3), 497–506. Recuperado a partir de <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/58736>

- *Distribución por medios de comunicación preferidos para informarse en España* | Statista. (2023, 6 marzo). Statista.
<https://es.statista.com/estadisticas/874438/medios-de-comunicacion-preferidos-para-informarse-espana/>
- Ecoaula.es. (7 de marzo de 2022). *Evolución de la mujer en la universidad: 20 años de mayor participación pero también de segregación vertical y horizontal*. Eleconomista.es.
<https://www.eleconomista.es/ecoaula/noticias/11653579/03/22/Evolucion-de-la-mujer-en-la-universidad-20-anos-de-mayor-participacion-pero-tambien-de-segregacion-vertical-y-horizontal.html>
- Estévez, M. & Martínez, A. (2022, 4 enero). “La tele no puede prescindir de Rosa M^a Calaf, Olga Viza, Montse Domínguez. . .” *cadena SER*.
https://cadenaser.com/programa/2018/04/24/la_ventana/1524590624_813294.html
- Etura, D. (2020). *De esposas a ciudadanas: las mujeres en Informe semanal durante la Transición democrática (1973-1978)*. Centro de Estudios Políticos y Constitucionales.
- Fernández, L. (2021, 21 junio). *Informativos: ellos gordos y con canas. Ellas jóvenes y delgadas ¿Por qué?* Mujer Hoy.
<https://www.mujerhoy.com/actualidad/201807/23/informativos-television-mujeres-hombres-diferencias-rev-20180720120930.html?ref=https://www.mujerhoy.com/actualidad/201807/23/informativos-television-mujeres-hombres-diferencias-rev-20180720120930.html>
- Fernández, M. M. D. (2015, 28 septiembre). *Tendencia en el estereotipo de la mujer presentadora en los informativos de televisión: veteranía frente a imagen*.
<https://riull.ull.es/xmlui/handle/915/1035>
- *frame1*. (s. f.).
<http://www.ub.edu/ciudadania/hipertexto/evolucion/trabajos/9900/2/dermujer.htm>
- García, E. (2022, 6 marzo). *Mujeres en profesiones masculinizadas, el reto de ser visibles*. RTVE.es.
<https://www.rtve.es/noticias/20220306/mujeres-profesiones-masculinizadas-reto-ser-visibles/2302700.shtml>

- García Quesada, S. (2020). Brecha de género en el periodismo. El papel de la mujer en los medios de comunicación: discriminación en la inserción. (Trabajo Fin de Grado inédito). Universidad de Sevilla, Sevilla
- GMMP (2020). ¿Quién figura en las noticias?: *El Proyecto de Monitoreo Global de Medios* (Número de informe 6). Sarah Macharia.
<https://whomakesthenews.org/wp-content/uploads/2022/03/GMMP-2020-Spa.FINAL-2022-0303.pdf>
- HuffPost, R. (2017, 22 enero). *Los informativos las prefieren jóvenes y sexys*. ElHuffPost.
https://www.huffingtonpost.es/yolanda-dominguez/los-informativos-las-pref_b_14285380.html
- INE – Instituto Nacional de Estadística (s.f.). *Tasas de empleo según grupos de edad. Brechas de género*.
https://www.ine.es/ss/Satellite?L=es_ES&c=INESeccion_C&cid=1259925463013&p=%5C&pagename=ProductosYServicios%2FPYSLayout¶m1=PYSDetalle¶m3=1259924822888#:~:text=incluyen%20medias%20anuales.-,Brecha%20de%20g%C3%A9nero%20en%20las%20tasas%20de%20empleo,mujeres%20en%20%2C6%20puntos.
- Jiménez, M. V. (2019, 2 diciembre). *La sexualización de la mujer en las series de televisión españolas: Los Serrano, Física O Química y Élite*.
<https://uvadoc.uva.es/handle/10324/39689>
- June (J.) Fernández. (2022, 2 febrero). “*Joven, delgada y guapa. La tiranía sexista en televisión*”. Pikara magazine.
<https://www.pikaramagazine.com/2022/02/joven-delgada-y-guapa-la-tiran%C3%ADa-sexista-en-televisi%C3%B3n/>
- laSexta.com. (2018, 20 marzo). *Mabel Lozano, de la imagen cosificada de la mujer en televisión: "Estaba en programa porque era guapa y a"*. LaSexta.
https://www.lasexta.com/programas/el-intermedio/mujer-tenia-que-ser-sandra-sabates/mabel-lozano-de-la-imagen-cosificada-de-la-mujer-en-televisi%C3%B3n-estaba-en-programas-en-principio-porque-era-guapa-y-alta-pero-luego-es-como-tu-te-sientas_201803205ab186610cf2628e9154eab6.html
- Llanos, M. y Ferré-Pavía, C. (2020) La figura de la mujer en programas de infoentretenimiento en España: el resistente techo de cristal Revista Internacional de

Investigación en Comunicación aDResearch ESIC. Nº 23 Vol 23 Segundo semestre, julio-diciembre 2020 · Págs. 50 a 69 <https://doi.org/10.7263/adresic-023-03>

- López, L. La presencia de la mujer en la universidad española. *Revista Historia de la Educación Latinoamericana*, 4, 291-299.
- Migelez, X. (2020, 14 abril). Carlos Franganillo saca los dientes por TVE: "No voy a permitir que se ensucie el trabajo de los 'Telediarios' ni el mío" *elconfidencial.com*. https://www.elconfidencial.com/television/programas-tv/2020-04-14/carlos-franganillo-defiende-tve-ataques-telediarios-coronavirus_2547907/
- Millán Vázquez de la Torre, M^a Genoveva, Santos Pita, Manuela del Pilar, & Pérez Naranjo, Leonor M^a. (2015). Análisis del mercado laboral femenino en España: evolución y factores socioeconómicos determinantes del empleo. *Papeles de población*, 21(84), 197-225. Recuperado en 13 de diciembre de 2022, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-7425201500020008&lng=es&tlng=es
- M. (2021, 3 marzo). *Los derechos de la mujer durante la II República y la dictadura franquista*. Memoria Histórica de la Región de Murcia. <https://www.memoriahistoricaregiondemurcia.com/los-derechos-de-la-mujer-durante-la-ii-republica/>
- Navazo, B. (2021, 21 junio). "La televisión contribuye a crear una idea de la mujer sometida". *Mujer Hoy*. <https://www.mujerhoy.com/actualidad/201606/18/lorella-zanardo-documentales-2016-0618111829.html>
- Peña-Fernández, S., Larrondo-Ureta, A., Pérez-Dasilva, J. A., Meso-Ayerdi, K., MendigurenGaldospin, T., Ganzabal-Learreta, M., & Agirreazkuenaga-Onaindia, I. (2022). The Gender Gap in Journalism. Characteristics and perception. *Área abierta*, 22(2), 173-183. DOI: 10.5209/arab.79087
- Piñeiro-Otero, T. (2016). Reseña de los libros "Mujeres en Medio(s). Propuestas para analizar la comunicación masiva con perspectiva de género" y " La igualdad en rodaje: Masculinidades, género y cine". *Atlánticas. Revista Internacional de Estudios Feministas*, 1 (1), 260-270. doi: <http://dx.doi.org/10.17979/arief.2016.1.1.1818>
- Podoactiva. (2023). Uso de tacones: ¿Cuáles son sus consecuencias? *Podoactiva. Líderes en Podología*. <https://www.podoactiva.com/blog/zapatos-de-tacon-consecuencias-de-su-uso>

- Presentadores de. (s. f.-b). *Antena 3 Noticias*.
<https://www.antena3.com/noticias/presentadores/>
- Prieto Sánchez, C. (2018). ¿Quiénes hablan en las noticias? Desequilibrio de género en las fuentes informativas de la prensa de proximidad. *ZER: Revista De Estudios De Comunicación = Komunikazio Ikasketen Aldizkaria*, 23(45).
<https://doi.org/10.1387/zer.20261>
- Raigada, P. J. L. (2016, 29 enero). *idUS - Metodología cualitativa vs. metodología cuantitativa en comunicación: estudio de un caso*. idUS - Depósito de Investigación Universidad de Sevilla. <https://idus.us.es/handle/11441/33571>
- Redacción. (2019, 25 febrero). Al descubierto el sufrimiento de las presentadoras de TV. *La Vanguardia*.
<https://www.lavanguardia.com/television/20190225/46680153431/presentadoras-tv-sufrimiento-tortura-tacones-chaparro-zamorano.html>
- Ribas, M.A. (s.f.) *Desigualdades de género en el mercado laboral: un problema actual*. https://dea.uib.cat/digitalAssets/128/128260_4.pdf
- Rivas, C. (2022, 3 junio). María Rey, sobre la nueva Telemadrid: «¿Quién tiene razón, los de ahora o los de antes?» *El Español*.
https://www.elespanol.com/bluper/20220603/maria-rey-nueva-telemadrid-razon-ahora/677182705_0.html
- Rojas Galdámez, N. (2005). *Cosificación de la mujer en los medios impresos en Guatemala*. [Tesis previa a la licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Universidad de San Carlos de Guatemala]. Biblioteca USAC
- Rubio, D. (2021, 20 septiembre). *Qué es el techo de cristal y cómo superarlo*. Psicología - Público.
<https://www.publico.es/psicologia-y-mente/que-es-el-techo-de-cristal-y-como-superarlo/>
- Sanchez, A. (2017, 12 septiembre). *Feminismo en los 70 en EE. UU. y Europa: ¿cómo llega a Argentina?* La Izquierda Diario - Red internacional.
<https://www.laizquierdadiario.com/Feminismo-en-los-70-en-EE-UU-y-Europa-como-llega-a-Argentina>
- Smm (S). (2022, 13 octubre) “*Los diferentes trabajos de Olga Viza desde su despido hace 19 años en Antena 3 hasta su nueva reincorporación*”. MARCA

<https://www.marca.com/tiramillas/television/2022/10/13/63480cbaca4741e64d8b4598.html>

- Statista. (2020, 26 junio). *Número anual de licenciados y graduados en periodismo por género España 2011-2017*.
<https://es.statista.com/estadisticas/863284/numero-anual-de-licenciados-y-graduados-en-periodismo-por-genero-espana/>
- *Título I. De los derechos y deberes fundamentales*. (s. f.).
https://www.lamoncloa.gob.es/espana/leyfundamental/Paginas/titulo_primerero.aspx
- Torres, M. J. F. (2005). *La influencia de la televisión en los hábitos de consumo del telespectador: dictamen de las asociaciones de telespectadores*. Dialnet.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2926025>
- Use, V. D. I. (s. f.). *La igualdad de género ha progresado considerablemente en España en los últimos 20 años*. <https://investigacion.us.es/noticias/5129>
- 20Minutos (2). (2021, 4 noviembre). “*Críticas a Juan Carlos Rivero por su explicación sobre la ausencia de mujeres en 'Estudio Estadio': 'No hay disponibles'*”.
www.20minutos.es - Últimas Noticias
<https://www.20minutos.es/noticia/4879045/0/criticas-a-juan-carlos-rivero-por-su-explicacion-sobre-la-ausencia-de-mujeres-en-estudio-estadio-no-hay-disponibles/2>

7. ANEXOS

TABLA 1: DATOS GENERALES

Título del informativo	
Canal que lo emite	
Tipo de informativo 1. Matinal 2. Mediodía 3. Noche	
Día de difusión	
Audiencia 1. 100.000-500.000 2. 500.001-1.000.000 3. 1.000.001-1.500.000 4. 1.500.001-2.000.000 5. < 2.000.000	

TABLA 2: CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DE LOS PRESENTADORES

Sexo 1. Hombre 2. Mujer	
Edad del presentador 1. 20-30 años 2. 31-40 años 3. 41-50 años 4. 51-60 años 5. >61 años	
Se mueven por el plató 1. Sí 2. No	
Tipo de vestimenta 1. Traje/americana 2. Vestido 3. Falda y blusa/camisa 4. Pantalón y blusa/camisa	

<ol style="list-style-type: none"> 5. Zapatos de tacón medio 6. Zapatos de tacón alto 7. Zapatos planos 8. Pantalón y jersey 	
Tipo de maquillaje <ol style="list-style-type: none"> 1. Marcado 2. Sencillo 	
Se les ve de pie <ol style="list-style-type: none"> 1. Sí 2. No 	

TABLA 3: ASPECTOS PERIODÍSTICOS DE LOS PRESENTADORES

	Hombre	Mujer
Tiempo que presenta cada uno <ol style="list-style-type: none"> 1. < 30 min 2. > 30 min 		
Tipo de noticias que da cada presentador <ol style="list-style-type: none"> 1. Económica-política 2. Social-cultural 3. Sucesos 4. Ciencia/salud-tecnología 5. Deportes 6. Tiempo 		
Tono <ol style="list-style-type: none"> 1. Serio 2. Coloquial 3. Desenfadado 		

TABLA 4: ANÁLISIS DE LAS FUENTES EXTERNAS

	Presentador/a
Sexo	

<ol style="list-style-type: none"> 1. Hombre 2. Mujer 	
Tipo <ol style="list-style-type: none"> 1. Expertas 2. Anónimas 3. Identificadas, pero no expertas 4. Institucionales/oficiales 	
Cuánto tiempo hablan <ol style="list-style-type: none"> 1. < 30 seg 2. 30 seg – 1 min 3. > 1 min 	
Cuántas veces aparecen en el informativo (piezas distintas) <ol style="list-style-type: none"> 1. 1 2. 2 3. 3 	
Tipos de plano <ol style="list-style-type: none"> 1. General 2. Americano 3. Medio 4. Medio corto 5. Primer plano 6. Primerísimo primer plano 7. Plano detalle 	

TABLA 5: DIRECCIÓN DE LOS INFORMATIVOS

	Hombre	Mujer
Dónde aparecen <ol style="list-style-type: none"> 1. Dirección/edición 2. Producción 3. Realización 		