

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS, SOCIALES Y DE LA COMUNICACIÓN

Trabajo Fin de Grado

**Tendencia en el estereotipo de la mujer
presentadora en los informativos de televisión:
Veteranía frente a imagen**

Alumno: Ardiel Rodríguez de los Santos

Tutora: Dra. María Dolores Meneses Fernández

Curso académico 2014-2015

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS, SOCIALES Y DE LA COMUNICACIÓN

AVAL FAVORABLE

La Dra. **María Dolores Meneses Fernández**, profesora del Departamento de Ciencias de la Comunicación y Trabajo Social de la Universidad de La Laguna.

Como directora del Trabajo Fin de Grado titulado:

Tendencia en el estereotipo de la mujer presentadora en los informativos de televisión: Veteranía frente a imagen

realizado por el alumno **Ardiel Rodríguez de los Santos**, autorizo su entrega y defensa, dado que reúne los requisitos establecidos por el Reglamento del Trabajo Fin de Grado de este Centro.

San Cristóbal de La Laguna, 8 de julio de 2015.

Fdo. María Dolores Meneses Fernández.

Este recibo incorpora firma electrónica de acuerdo a la Ley 59/2003 La autenticidad de este documento puede ser comprobada en la dirección: https://sede.ull.es/validacion/	
Identificador del documento: 488979	Código de verificación: 5+ID8cV5
Firmado por: UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA En nombre de MARIA DOLORES MENESES FERNANDEZ	Fecha: 08/07/2015 14:42:09

ÍNDICE

Resumen.....	4
I. INTODUCCIÓN.....	5
II. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	8
III. PREGUNTAS DE LA INVESTIGACIÓN, HIPÓTESIS Y OBJETIVOS.....	12
IV. METODOLOGÍA.....	13
V. HISTORIA DE LA INVESTIGACIÓN Y ESTADO DE LA CUESTIÓN.....	15
VI. ESTADO DE LA CUESTIÓN EN AMÉRICA Y EUROPA.....	33
VII. MARCO TEÓRICO.....	41
VIII. ANÁLISIS Y RESULTADOS.....	46
IX. CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN.....	54
X. BIBLIOGRAFÍA.....	56

Resumen

El presente trabajo revisa la trayectoria de la mujer en el periodismo audiovisual, a través del caso de las presentadoras de informativos en varias cadenas de televisión. Se analiza el papel que ha desempeñado las profesionales en la televisión, desde los inicios de los telediarios en TVE, primera televisión en emitir en España, hasta hoy, momentos en los que la puesta en escena de la información audiovisual ha cambiado sustancialmente. Ese cambio profundo que ha contribuido a revolucionar la profesión periodística, también ha pautado las modas en la imagen, instaurando una suerte de tiranía de la juventud y estereotipos de mujer frente al valor de la experiencia y veteranías profesionales. Ese estado de cosas es lo que nos ha llevado a indagar si el imperio de la imagen en televisión determina qué mujeres periodistas se mantienen ante las cámaras de los informativos, y en si aquellas que superan determinadas edades –no fijadas- se ven perjudicadas en su carrera profesional. Estudiamos si las modas y estereotipos en la imagen de la mujer las expulsa de los platós para dar paso a caras jóvenes con menos trayectoria, pero con un prototipo físico que sirve de reclamo de audiencias. Nos hemos preguntado si existe un peaje emanado de clichés televisivos, impuestos por los directivos de las cadenas, que perjudican a la mujer periodista presentadora, mientras los hombres periodistas presentadores se han mantenido ante la cámara sin sufrir la presión de la edad. Nos cuestionamos si es un símil de su preeminencia en la sociedad. Tal planteamiento lleva a observar la norma no escrita que establece que es el periodista masculino el que transmite más seguridad, veracidad y credibilidad cuanto más veterano sea.

Nos interesamos también por cómo la disminución de mujeres profesionales veteranas en las cadenas de televisión provoca que las redacciones se vacíen de profesionales con experiencia profesional, derivando en cierta inmadurez e inestabilidad de las redacciones de los informativos, debido a la falta de referentes cercanos para las nuevas generaciones. Esta descapitalización profesional se acentúa si el medio de comunicación aprovecha coyunturas económicas para realizar ajustes de plantilla. En este caso, no solo se prescinde de profesionales veteranas, sino también de veteranos como ha ocurrido en varias cadenas, emisoras y diarios.

Palabras clave: Mujer, Informativos, Televisión, Estudio de género, Presentadoras.

I. INTRODUCCIÓN

Cuando alguien decide dedicarse al mundo de la comunicación y apuesta por el periodismo audiovisual, suele deberse a que, durante alguna etapa de su vida, uno o varios referentes profesionales de los medios consiguieron que se quisieran hacer de mayor lo que ellos o ellas hacían. El trabajo y trayectoria de esos nombres, caras y formas de ser y hacer periodismo han influido en varias generaciones de televidentes jóvenes, logrando interesarlos en presentar informativos, en periodismo televisivo.

La idea de realizar este Trabajo Fin de Grado deriva de una profunda admiración por numerosos profesionales de la comunicación que, durante años, han conseguido que creciera mi pasión por el Periodismo. Una de las profesionales a las que he admirado desde siempre es Olga Viza. Poder entrevistarla y conversar con ella durante una hora y media, con quien sigue siendo uno de los referentes informativos de España, supone para un joven periodista como es el autor de este TFG un aprendizaje y el logro de un anhelo profesional.

Tras once años presentando el informativo de mediodía en Antena 3 Televisión, la cadena prescindió de sus servicios, dejándonos a más de uno sin nuestro referente televisivo e informativo. Esa decisión empresarial también supuso para las redacciones de los informativos de las principales cadenas de televisión el comienzo de una suerte de criba de mujeres profesionales del periodismo. La presentación de los informativos caracterizadas por la gran experiencia y veteranía de las caras que veíamos cada día en la pantalla del televisor empezó a ser sustituida por caras más jóvenes y con menos experiencia profesional, pero con una imagen acorde a una moda de presentadoras que se iba imponiendo en las televisiones españolas. Este fenómeno llamó nuestra atención doblemente, si cabe, por tratarse de un proceso de sustitución que no se ha producido en paralelo con los periodistas presentadores masculinos.

A Olga Viza le siguieron Rosa María Mateo (Figura 1), Àngels Barceló, Montserrat Domínguez y, más recientemente, María Escario, quien fue apartada de las cámaras del Telediario de fin de semana en septiembre de 2014. Estos cambios, que para los estudiantes de Periodismo y los profesionales de los medios pueden suponer un retroceso en el sector, a ojos del espectador medio solo equivalen a renovaciones que los directivos deciden hacer para ganar audiencia, y poco más, sin hacerse mayores preguntas. Lo que podría interpretarse como una pasividad y conformismo históricos de

la sociedad española ha hecho que nos planteáramos entender el trasfondo de un asunto del que muchos hablamos –son cambios que además saltan a la vista-, pero sobre el que pocos han investigado. De hecho, hemos debido superar en este TFG el contratiempo de no encontrar investigaciones ni publicaciones previas centradas en este asunto.

Algunas de las comunicadoras con las que hemos hablado para la realización de este trabajo reconocen el hartazgo que les produce observar que el papel de la mujer se ha estancado, cuando no retrocedido, en el ámbito profesional. En este estudio hemos encontrado que la mujer periodista presentadora casi había llegado a la mismas cotas profesionales que el hombre, aunque a pasos más lentos que él; que poco a poco había ido consiguiendo ganar cotas de responsabilidad profesional que antes le eran impensables respecto al hombre. Las periodistas habían logrado asumir la edición, dirección y presentación de informativos, como el Telediario 2 a cargo de la periodista Pepa Bueno, quien reconoce que jamás imaginó que una mujer ocupara un puesto profesional tradicionalmente masculino. Es el caso también de la presentación de la información deportiva, reservada a presentadores y que, en la actualidad y gracias a pioneras como Olga Viza, Mercedes Milà, María Escario o Mari Carmen Izquierdo y sus trabajos en TVE y en el diario AS. Fueron mujeres periodistas en televisión que cruzaron la línea imaginaria destinada a los hombres, abriendo un nuevo panorama profesional para las nuevas generaciones de mujeres periodistas y presentadoras.

Este TFG, centrado en cómo las profesionales retiradas o apartadas de los programas informativos por razón, paradójicamente, de su veteranía, trata de mostrar de qué forma la televisión es el reflejo de lo que ocurre en la sociedad con la mujer. Muchos de los cambios en la presentación de informativos los hemos presenciado a través de la pequeña pantalla. Y las modas en ese aspecto de van de la misma forma en la que llegaron. En España se importaron tendencias televisivas surgidas en Estado Unidos de Norteamérica que, en ocasiones, perjudicaron a la mujer periodista televisiva. El culto a la juventud de la mujer y la fabricación de edades no definidas, como ocurre con las actrices del cine hollywoodiense, han hecho que la veteranía las perjudique, siendo motivo para apartarlas de las pantallas y de las cadenas de televisión, porque no basta con apagar su imagen.

La mayoría de las profesionales entrevistadas en este TFG son pesimistas respecto al futuro, aunque algunas piensan que el transcurrir del tiempo traerá cambios. Consideran que en cuanto una canal de televisión dé el paso y mantenga en su plantilla informativa

a una mujer veterana, y la audiencia responde con su fidelización a esa manera de informar y a ese rostro amigo, el resto de canales y cadenas le imitará.



Figura 1. Imagen de la izquierda: Rosa María Mateo. A la derecha, en la parte superior: Sandra Golpe (Antena 3 TV) y Diana Mata (La Sexta Noticias). Abajo, Sara Carbonero (Telecinco) y Ana Belén Roig (TVE).

II. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Con la aparición de los primeros cadenas de televisión privadas en España, a principios de los años 90, con Antena 3, Telecinco y Canal + (Figura 2), la imagen visual y la puesta en escena de los programas informativos experimentaron un gran cambio respecto al modelo utilizado por el entonces Ente público Televisión Española (TVE). La rigidez y sobriedad que transmitía el primer canal nacional contrastaba con la naturalidad y modernidad de los informativos de las nuevas cadenas privadas. La figura del presentador, reducido por muchos teóricos a lo que se acuñó como ‘busto parlante’, se había instituido en alguien a quien la inmensa mayoría de los españoles se acostumbró a ver y escuchar todos los días durante décadas. Pero esa imagen evolucionó de tal forma que ya no aparecía sentado tras una mesa, con la escaleta y los teletipos en la mano, sino que el plató de televisión, todo el set, pasó a convertirse en un escenario utilizado para que el presentador explicara lo que estaba informando, no limitándose solo contarlo.



Figura 2. Logotipos iniciales de Antena 3 Televisión, La Sexta y Telecinco. Abajo, logotipo inicial de Canal +.

El paso del tiempo ha favorecido grandes cambios en los informativos televisivos. Así, los profesionales y los telespectadores comenzaron a familiarizarse con mejores y más vistosos platós, con la presencia de medios digitales en el entorno físico de los presentadores, con las infografías sobreimpresionadas en pantalla y con el acercamiento

visual al lugar de la noticia, incluso con la incorporación de realidad aumentada en el plató y en directo (Meneses y Martín, 2013). Junto con esos y otros muchos aspectos que ejemplifican la mejora de las infraestructuras y los recursos tecnológicos de los informativos, otros aspectos presentes en la sociedad, como es la lucha por la igualdad de género, han experimentado una dinámica particular en los medios, siguiendo en cierto sentido sin evolucionar con adecuación al cambio social y legislativo, e, incluso, involucionando. Tal es así que la figura del presentador masculino con experiencia sigue siendo hoy la que nos cuenta cada día qué sucede en España y en el mundo.

Sin embargo, en el caso de las mujeres profesionales, las presentadoras veteranas se encuentran con que al llegar a una edad madura -aunque no definida en número de años- son relegadas de la mesa informativa y se les encomienda tareas que las expone menos o nada ante la cámara; en esos momentos pasan a ser encargada de la realización y presentación de reportajes o de programas especiales.

Durante la indagación realizada hemos identificado personalidades del mundo de la comunicación a las que simplemente se les ha despedido. Es lo que ocurrió en 2003 con Olga Viza y Rosa María Mateo. A la primera se le dijo directamente “sobra un presentador”, como ella misma contó en una entrevista concedida el 24 de marzo de 2010 al Canal 6 de Navarra <http://bit.ly/1CsR36w>; y a la segunda se le incluyó en un Expediente de Regulación de Empleo (ERE) unos meses más tarde; R.M. Mateo presentaba en aquel entonces la tercera edición de Antena 3 Noticias.

Ambas presentadoras marcaron el punto de inflexión para que evolucionara la tendencia en los estereotipos de la mujer presentadora de los informativos televisivos en España. A partir de entonces, las cadenas fueron sucumbiendo a la imagen de una presentadora más joven y poco experimentada, en ocasiones casi recién salidas de las Facultades de Ciencias de la Información o de la Comunicación. Lo que subyace tras ese hecho es lo que delimita nuestro objeto de estudio.

Para contextualizar esa concatenación de decisiones en las televisiones sobre las presentadoras de informativos tuvimos que retrasar cronológicamente nuestra búsqueda con el fin de identificar posibles antecedentes. Esa tarea lleva a recordar que antes se dieron otros casos que forman parte de la historia de la presentación española; son los nombres de Adela Cantalapiedra, Montserrat Balfegó, Cristina García Ramos, Elena Sánchez, Almudena Ariza, Mari Pau Domínguez, Marta Robles, Miriam Romero,

Minerva Piquero y María Rey, entre otras profesionales de referencia en el periodismo y la presentación televisiva españoles.

Destaca el hecho de que, tras O. Viza y R.M. Mateo, esos y otros nombres fueran desapareciendo -por diferentes circunstancias- de la pantalla. María San Juan, Àngels Barceló, Monserrat Domínguez, Begoña Chamorro, María Escario, Ángeles Mirón y Pepa Bueno dejaron de informarnos a través de la pantalla.

Podemos plantearnos que, quizá, el cambio en la imagen de la mujer presentadora no haya sido tan brusco en el caso de los informativos de Televisión Española por su condición de cadena pública, en parte obligada a contar con los profesionales que pertenecen a la casa por haber logrado la plaza mediante oposición. De hecho, hoy continúan al frente de varios espacios informativos presentadoras cuyas carreras profesionales van erigiéndolas en veteranas, como son Ana Blanco y Pilar García Muñiz, en La1 de TVE, mientras en el Canal 24 horas se mantienen Ángeles Bravo y Beatriz Pérez Aranda (Figura 3).

En los casos de Antena3 Televisión, Telecinco, Cuatro y La Sexta, sus responsables han optado por el estereotipo de periodista joven, con una imagen acorde a la imagen imperante en la moda y la publicidad, y, en algunos casos, con escasa experiencia profesional.



Figura 3. Mujeres periodistas presentadoras de la televisión en España, de las que salvo Ana Blanco (segunda en fila superior) y Beatriz Pérez Aranda (primera de la cuarta fila) ya no están al frente de informativos, pero que marcaron una etapa en el periodismo y la presentación.

Las profesionales españolas entrevistadas para esta investigación han sido Olga Viza, Rosa María Calaf, Monserrat Domínguez, Pepa Bueno, Beatriz Rodríguez y Toñi Galván. Todas ellas asumieron en su día la responsabilidad de conducir un informativo o una corresponsalía, como en el caso de R.M. Calaf. Además, a lo largo de este trabajo aparecerán otros nombres, como los de Cristina Saavedra (La Sexta Noticias), Lourdes Maldonado (Antena 3 Noticias) y Jorge Bethencourt (exdirector de la Televisión Canaria en 1999). Comparten la idea de que la mujer en los medios y en la sociedad ha evolucionado casi como el hombre, pero a un ritmo mucho más lento; y difieren al opinar sobre la influencia de la imagen en la consecución de puestos de presentadoras en televisión, y si es en razón del físico, de la profesionalidad o de ambos aspectos.

III. PREGUNTAS DE LA INVESTIGACIÓN, HIPÓTESIS Y OBJETIVOS

La observación de la dinámica en la asignación de roles de presentación de los informativos de las televisiones españolas lleva a plantear las preguntas de investigación siguientes:

P1. ¿Adoptan las cadenas de televisión pautas y prototipos respecto a la mujer presentadora en los informativos, para rentabilizar la figura del busto parlante ante las audiencias?

P2. ¿Qué consecuencias puede haber cuando se apuesta por un prototipo o estándar de imagen de la mujer, frente la experiencia profesional?

Las hipótesis enunciadas como conjeturas que pueden dar respuesta a las cuestiones anteriores son las siguientes:

H1. Existe una tendencia en la televisión en España que ha ido asentándose desde inicios de la década de los 2000, por la que, en la valoración de la mujer presentadora de los informativos, la experiencia profesional ha ido ganando terreno respecto a la imagen.

H2. Las presentadoras veteranas o con experiencia son relegadas en la redacción a realizar reportajes esporádicos o programas especiales, incluso se les prejubiliza o se les rescinde el contrato.

Los objetivos marcados para dar respuestas a esas preguntas y para verificar las hipótesis enunciadas son estos:

O1. Conocer las razones por las que las cadenas de televisión en España han apostado por una imagen de la mujer mucho más joven.

O2. Averiguar si sustituir la experiencia profesional por la imagen joven afecta de forma positiva o negativa, y si con tal decisión las cadenas de televisión han mejorado su audiencia en los informativos.

IV. METODOLOGÍA

La idea del trabajo se presentaba como una oportunidad para entrevistar y conocer a un número representativo de profesionales de los medios de comunicación, en activo o inactivos. Decidimos fijar un listado de mujeres periodistas que ya no están asumiendo responsabilidades en un informativo y otras que sí están delante de una cámara. Además realizamos un rastreo bibliográfico, para acceder a investigaciones anteriores y recopilar publicaciones sobre el tema objeto de este estudio. El resultado obtenido ha sido la escasez –más bien ausencia- de trabajos centrados en este asunto, ya que no hemos identificado a autores que hayan analizado este aspecto de la profesión periodística en televisión; ningún investigador se ha planteado hasta ahora analizar la oposición entre veteranía e imagen en las mujeres periodistas en televisión.

A medida que iban surgiendo nombres, el paso siguiente fue averiguar cómo contactar con las profesionales que deseábamos entrevistar. El trabajo que realizamos en Radio Club Tenerife ha permitido en los últimos 15 años conformar una agenda de fuentes de gran ayuda. Numerosas llamadas de teléfonos a las distintas redacciones de cadenas de televisión, emisoras de radio o periódicos, y el envío de otros tantos correos electrónicos nos permitió ir cerrando una agenda de entrevistas con aquellas periodistas mujeres y hombres que nos fueron confirmando su disponibilidad.

Desde el principio del diseño y planificación de este TFG, el propósito no se limitó a elaborar un trabajo escrito, sino a realizar también un documental sobre este aspecto de la profesión periodística en España. Para ello era necesario grabar las entrevistas; con tal fin solicitamos a la Facultad de Ciencias Políticas, Sociales y de la Comunicación el préstamo de un equipo audiovisual. Planificamos las grabaciones en Tenerife, Madrid y Barcelona. La semana del 24 de abril de 2015 estuvimos grabando en Tenerife y el 26 de abril viajamos a Madrid, donde permanecemos una semana. El miércoles 29 de abril nos desplazamos a la Barcelona para realizar la entrevista a Olga Viza. El resto de periodistas entrevistadas nos atendió en Madrid.

Por último, como el material conseguido gracias a las conversaciones mantenidas con las periodistas se centraba en su experiencia en España, debíamos comprobar cuál es la situación en otros países. Para cubrir este aspecto, decidimos solicitar a los corresponsales de TVE y de la Cadena SER en EEUU, Italia, Alemania, Brasil, Francia

y Reino Unido información el estado de esta cuestión en el país en el que estaba cada uno destinado.

Por tanto, la revisión bibliográfica, la entrevista semiestructurada, realizada en persona a cada periodista en Madrid y Barcelona, y el visionado de medios constituyen el eje metodológico de este trabajo.

V. HISTORIA DE LA INVESTIGACIÓN Y ESTADO DE LA CUESTIÓN

La tendencia que han definido los estereotipos de la mujer presentadora en los informativos de televisión en España es un tema sobre el que aún no se ha escrito. Permanece como un aspecto no analizado del periodismo televisivo. Durante el proceso de búsqueda de estudios y publicaciones académicas que se acercaran al tema analizado aquí, hemos encontrado que el papel de la mujer en la televisión se estudia, sobre todo, desde la perspectiva de su tratamiento por los medios de comunicación, como es el caso de los trabajos que comparan la preeminencia de fuentes expertas hombres y mujeres, o la cantidad de temas ‘blandos’ y ‘duros’ que se permite abordar a la mujer en los informativos españoles. Por ejemplo, Pilar López Díez (2005) realiza un estudio bien detallado al respecto en “Representación de género en los informativos de radio y televisión”. Esta periodista que pasó por las redacciones de la Cadena SER, Onda Madrid y RNE, así como diferentes televisiones autonómicas, detalla que en telediarios como los de TVE, el 46% de las mujeres había tratado noticias duras: Política, Economía, Temas laborales, Delitos y juicios, Guerras y terrorismo, Crisis internacionales... Frente a un 54% de los hombres. Aunque López Díez explica que en estos datos no estaban incluidos los deportes –pertenecientes al sector duro- lo que abriría una brecha mucho más amplia entre periodistas masculinos y femeninos.



Figura 17. Imagen representativa de la presentadora de la televisión española del siglo XX: Marisa Naranjo, presentadora de continuidad y Ana Rosa Quintana, del telediario.

J. Carlos Suárez Villegas (2000) refleja en “Estereotipo de la mujer en la comunicación” cómo a comienzos del siglo XXI sigue presente en la sociedad las diferencias de género, sociales y laborales de la mujer respecto al hombre. Lo define como un estereotipo arraigado en la cultura que la televisión sigue reproduciendo, aunque cada vez menos. El imaginario colectivo no ha superado la imagen de una mujer cumplidora con las

tareas del hogar, encargada de la educación de los hijos y capacitada únicamente para ciertos trabajos que no le supongan esfuerzo, por considerarse las actividades físicas algo reservado al hombre. Éstos son considerados los eficaces, valientes, activos, razonables o inteligentes. Mientras que a ellas se les catalogan como afectivas, tiernas, débiles, intuitivas o temerosas (Villegas, 2000).

Los informativos de televisión en España, hasta hace poco, recurrían a la mujer para las secciones Cultura, Sociedad, Salud y Belleza, y las noticias curiosas o blandas. Tal asignación de roles ha ido cambiando y hoy se ve a las mujeres periodistas asumiendo el peso de la información política, parlamentaria, económica o cubriendo los conflictos internacionales con crónicas magistrales; y, desde luego, al frente de la información deportiva, una temática en la que hace años era impensable verla. La pregunta que asalta a muchos observadores y comunicólogos es si están ahí por su profesionalidad o por su imagen, ya que se cree que quien consume mayoritariamente la información deportiva es hombre; por ello persiste la amenaza de la cosificación de la mujer y de pensar en ella no como periodista especializada en deportes, sino como objeto sexual ante la cámara y el micrófono.

Mujeres llevando un cartel por el ring de boxeo, acompañando a pilotos de F1 y a ciclistas en el podium o sosteniendo la bandeja con las medallas en los Juegos Olímpicos son imágenes de los informativos televisivos de hoy (Figura 18). Además, la prensa deportiva (*As* o *Marca*) utilizan a la mujer sólo como un reclamo. En sus contraportadas aparecen cada día féminas en bañador y bikini que no son deportistas o cuya única relación con el deporte es ser esposas, novias o familiares de deportistas, sobre todo de futbolistas. Recordemos que el periódico más seguido en España es *Marca*, uno de los más leídos en Europa también.



Figura 18. Tres imágenes de mujeres en un periódico deportivo, en el Boxeo y en las carreras de motos.

La televisión en España ha importado una tendencia procedente de Estado Unidos: el periodista veterano acompañado en el plató de informativos por una periodista joven y con buena imagen. Javier Marzal Felici, Andreu Casero Ripollés y Francisco Javier Gómez Tarín (Felici, Ripollés y Tarín, 2000), en “La creación de imagen de marca a través de los servicios informativos”, revisan esa tendencia o moda de la que se comenzó a alertar en el país norteamericano durante los años 80. Dicho tándem encuentra su explicación en el directivo que quiere llegar a audiencias determinadas y superar a las cadenas rivales.

Esta tendencia se ha implantado ya en España, con serias consecuencias a nuestro juicio en el ámbito de la igualdad de géneros. Las cadenas de televisión han renovado las caras femeninas que estaban al frente de los informativos, sacrificado la veteranía a favor de la juventud. Marta Jaumandreu, María Casado, Mónica Carrillo, Esther Vaquero, Anne Irazábal, Anabel Roig, Sara Carbonero o Isabel Jiménez han ocupado el sitio de Rosa María Mateo, Montserrat Domínguez, Àngels Barceló, Olga Viza, Pepa Bueno y María Escario, entre otras profesionales. Los autores señalan además, cómo existen en España algunos casos puntuales que rompen con la tendencia a la que tanto nos estamos refiriendo: la veteranía de Ana Blanco en TVE que continúa al frente del Telediario, y la juventud de Javier Ruiz que desde 2006 y hasta 2010 estuvo presentando el espacio ‘Noticias Cuatro’.

Algunas de las mujeres que fueron relegadas de la presentación de los informativos de televisión con más audiencia, cuando alcanzaron esa edad sin delimitar y que los directivos de las principales cadenas creyeron que era el momento de una renovación, han seguido trabajando en el periodismo pero han ido por otros caminos como la radio, la prensa escrita o aprovecharon la ocasión para prejubilarse como ocurrió con Rosa María Calaf. Muchas de esas profesionales, referentes televisivos para muchos, han querido participar en este trabajo de investigación. A continuación le ofrecemos un resumen de cada entrevista que hemos realizado a Montserrat Domínguez, Pepa Bueno, R. M. Calaf y Olga Viza. Así como profesionales que actualmente están en la primera línea informativa –Lourdes Maldonado y Cristina Saavedra- y dos periodistas canarias que han corrido la misma suerte que las profesionales nacionales: Toñi Galván y Beatriz Rodríguez.

Montserrat Domínguez

Tras su paso por la Agencia EFE y Canal +, comienza a trabajar en Telecinco, cadena en la que presenta los informativos de la noche y del fin de semana, bien ella sola, bien acompañada por un compañero. Entre 2001 y 2004 pasa a la franja matinal para dirigir y presentar ‘La Mirada Crítica’, un programa informativo con tertulia política.

Da el salto a Antena3 Televisión para conducir un programa con un formato similar denominado ‘Ruedo Ibérico’, que compagina con la dirección de ‘Las Noticias de la Mañana’ hasta su marcha de la televisión en 2007.



Figura 4. La periodista, Monserrat Domínguez, en su despacho actual de la redacción de *The Huffington Post*.

La actual directora de *The Huffington Post* en España (Figura 4) reconoce que refiriéndonos al papel desempeñado por la mujer en las redacciones de informativos, “somos más de la mitad, poco a poco ocupamos un espacio de poder aunque todavía queda un techo que romper”. No comparte la idea de que la evolución de la mujer periodista dependa del sector en el que trabaje -radio, periódico o televisión-, sino que es el tiempo y la propia sociedad la que va experimentando los cambios. Recuerda cómo en la época en la que comenzó a estudiar Periodismo “no había referentes femeninos”. Preguntada por si la tendencia mujer joven acompañada de hombre veterano y de la que en la década de los años 80 se alertó en EEUU, Domínguez considera que llegó a

España hace mucho tiempo, y no en el momento en el que Olga Viza y Rosa María Mateo fueron apartadas de la primera línea informativa (2003) <http://mun.do/1RGJexZ>. En el caso de Viza ocurrió en agosto de ese año y R. M. Mateo le fue comunicado su despido unos meses más tarde cuando la cadena aprobó su Expediente de Regulación de Empleo que afectó a grandes profesionales como Marta Robles o Carlos Hernández, corresponsal de guerra que cubrió diferentes conflictos como el de Irak donde murió su amigos, José Couso, cámara de Telecinco.

Respecto a si volveremos a ver en un futuro a mujeres periodistas veteranas asumiendo de nuevo un informativo responde con una pregunta significativa: “¿me lo preguntas a mí? Es imposible saber qué ocurrirá en el futuro”. Sí tiene muy claro que cuantas más mujeres accedan a los puestos de responsabilidad y decisión, lo razonable es que se rompan esos prejuicios.

Pepa Bueno

Ha estado vinculada a la televisión pública (TVE) desde 1991. Tras una etapa narrando la crónica de sucesos en el programa *Gente*, el por entonces nombrado jefe de Informativos, Fran Llorente, le encomienda ocuparse primero de *Los Desayunos de TVE* y luego de la dirección y presentación del Telediario 2, lo que hace hasta 2012. En este año, tras el cambio de Gobierno central, deja la TVE y recalca en la radio (Figura 5).



Figura 5. La periodista Pepa Bueno en uno de los estudios de *La Cadena SER* en Madrid.

Considera P. Bueno que la situación de la mujer en el Periodismo es “un espejo de la sociedad” y de cómo ha ido avanzando. Considera que ese avance ha sido muy lento, pero que se han conseguido grandes logros, en especial en el terreno deportivo, en puestos de responsabilidad y decisión. Reconoce que desde el punto de vista de la imagen “es una tiranía para la mujer”, tanto en la televisión pública como en la privada, donde se suma, dice, “la tiranía de la edad”. Lamenta que, en televisión, las canas en un hombre sean sinónimo de credibilidad, mientras que en la mujer equivalgan simplemente a menos atractivo.

La actual directora de *Hoy por Hoy* en la Cadena Ser no comparte la idea de que la tendencia importada de EEUU, sostenida en este trabajo, comenzara en España en el momento en el que Olga Viza y Rosa María Mateo fueran apartadas de los informativos de televisión, en 2003. Para ella llega como suelen llegar todas las modas, a su debido tiempo. De la misma forma que puede aparecer se puede marchar.

Entiende que no es a ella a quien hay que preguntarle qué busca un directivo al sustituir a una mujer veterana por otra más joven, aunque lo interpreta en clave de búsqueda de audiencia. Añade que está convencida de que las mujeres jóvenes elegidas para conducir informativos, tertulias políticas o debates están muy bien preparadas.

Sin embargo, como a las mujeres presentadoras se les exige más que a los hombres, considera que en un primer momento y hasta que logran hacerse un hueco profesional se les ve en como una cara atractiva. No duda en que las mujeres “hacemos un doble esfuerzo para demostrar que tenemos cabeza”. Es algo más optimista en cuanto al futuro de las mujeres veteranas en la televisión. “La edad es una condena”, afirma, pero los cambios están ahí, son imparables y con el tiempo volveremos a verlas delante de una cámara y dirigiendo informativos, cómo le ocurrió a ella en el Telediario 2.

Rosa María Calaf

Atesora 37 años de profesión y muchísimos cambios de los que ha sido testigo directo en la historia reciente de España y de distintos lugares del mundo. La vinculamos a TVE como corresponsal de la cadena pública en Nueva York (1984-1987), Moscú (1987-1989); (1996-1999), Buenos Aires (1989-1993), Roma (1993-1995), Viena (1996), Hong Kong (1998-2007) y Pekín (2007-2008). También fue directora de

programación del canal autonómico catalán TV3, en 1983. Dejamos de verla en la pequeña pantalla en 2009, tras acogerse de manera “voluntaria” al Expediente de Regulación de Empleo puesto en marcha por Televisión Española. Reconoce que su salida no fue traumática ni la dejaron sola.

Su último reportaje grabado en Asia se emitió en todas las ediciones del Telediario y recibió una llamada de agradecimiento de los directivos. Confirma que tenía miedo de que le ocurriera como a su compañero Andrés Aberasturi, quien dejó RNE solo y sin recibir una llamada desde la cúpula, tras 20 años trabajando en la emisora pública.



Figura 6. La periodista, Rosa María Calaf, en el hall del *Gran Hotel Arona*, en Los Cristianos, Tenerife.

Para Rosa María Calaf (Figura 6), las redacciones de informativos en televisión han ido incorporando con el tiempo un número importante de mujeres. Aunque coincide con el resto de sus compañeras entrevistadas en que aún falta que lleguen a los puestos de decisión, a la jerarquía superior. Ya lo indicaba Pepa Bueno: “el Periodismo es reflejo de lo que ocurre en la sociedad española”. De las cadenas generalistas que existen en España -Antena 3 Televisión, Telecinco, TVE, Cuatro y La Sexta-, solo en una de ellas

el puesto de jefe de Informativos lo desempeña una mujer, Gloria Lomana, en Antena 3 Televisión.

R.M. Calaf considera que, en periodismo ha habido evolución en la mujer, pero que hemos llegado a un punto en el que esa evolución se ha ido frenando hasta quedarse estancada, y en algunos casos se ha retrocedido. Es muy crítica con el nuevo papel que se le ha asignado a la mujer y habla que a ellas se les ha “hipersexualizado”, no se les elige por su valía, por su profesionalidad ni tan siquiera por su formación, sino por su imagen. Añade que “por muy preparada que una mujer esté, si además es joven y guapa, el directivo no la destina a la presentación por su preparación”.

La ex corresponsal de TVE está convencida de que cuando se dan casos en los que dejan de aparecer nombres importantes de la televisión, se puede hablar de un cambio claro de tendencia. “Importamos de EEUU todo lo bueno y lo malo, y en este caso nos hemos quedado con lo malo”, es decir, con esa tendencia de aceptar al hombre veterano periodista al que acompaña una mujer atractiva y joven.

Al preguntarle por unas excepciones en cuanto a edad y permanencia en la pequeña pantalla, como Ana Rosa Quintana (59 años), María Teresa Campos (73 años) y Mercedes Milà (64 años), añade que “ellas han pasado por el aro de la espectacularización; ya no informan, sino que entretienen”, y cierra el comentario con una pregunta: “¿piensas que con su edad estarían ellas llevando un informativo diario en la actualidad?”.

R.M. Calaf cree que lo que buscan los directivos hoy en día es audiencia, y se alegra al comprobar cómo hay casos en los que los telespectadores no han respondido al cambio de veteranía y credibilidad por imagen joven. Citamos aquí a Marta Jaumandreu que sustituye a Pepa Bueno en el Telediario 2 en 2012, obteniendo una respuesta negativa por parte de la audiencia, ya que cuando P. Bueno dejó el informativo estaba en el 16% de share mientras que en la etapa de M. Jaumandreu descendió al 11,5% (Fuente: Vanitatis.com).

Toñi Galván y Beatriz Rodríguez

Ambas han ocupado un espacio importante en la televisión en Canarias. Toñi Galván, desde los inicios de Antena3 en el Archipiélago, donde, tras un tiempo de reportera y las circunstancias derivadas de un ERE la obligaron a ocupar la presentación de los

informativos a nivel provincial, primero, y regional, luego. Beatriz Rodríguez también es de las primeras caras de la Televisión Autonómica de Canarias. Durante una etapa asumió la presentación del Telenoticias 3 compaginándola con las labores de reporterismo; esa situación se prolongó hasta que un cambio en la dirección de Informativos de la casa la apartó de la pantalla para encargarle otras labores menos atractivas dentro del Periodismo (Figura 7).



Figura 7. Las periodistas Beatriz Rodríguez (TVAC) y Toñi Galván (Antena3 Canarias).

Tanto B. Rodríguez como T. Galván (Figura 7) coinciden en que el papel de la mujer en el Periodismo ha ido evolucionando con el tiempo, hasta tal punto que muchas han llegado a ocupar puestos de responsabilidad y a presentar solas un informativo. Pero en el caso de la imagen ha sufrido un retroceso. “En España no se premia la veteranía”, afirma Beatriz Rodríguez, “se busca una cara bonita porque el directivo de un canal quiere conseguir una audiencia determinada y posiblemente desconozca que está perdiendo otro tipo de audiencia”.

Ambas coinciden en que ese cambio no vino tras el despido de Olga Viza y Rosa María Mateo (2003), sino se empezó a instaurar poco a poco, desde el momento en el que las cadenas privadas nacieron a principios de la década de los años 90. Una tendencia que, creen, no se da de forma tan notable en la televisión pública. Además, Toñi Galván, periodista de Antena 3 Canarias, se pregunta si esa nueva moda que se ha impuesto en las cadenas lleva a preguntarse si “¿hablamos de periodistas o de modelos? Es verdad que la televisión es imagen, pero es importante que quien esté frente a la cámara no solo sepa leer, sino que maneje la improvisación en caso necesario”.

Cristina Saavedra y Lourdes Maldonado

En este TFG interesa saber qué opinan las mujeres que hoy están al frente de un informativo. Cristina Saavedra (Figura 8) y Lourdes Maldonado (Figura 9) son dos periodistas con experiencia a sus espaldas; han realizado labores de reporterismo durante muchos años y en la actualidad les ha tocado estar sentadas en un plató y contar -una a mediodía y la otra por la noche- qué ocurre en España y en el mundo. Ambas encajan en el estereotipo de presentadora joven con buena imagen, buena presencia, pero también el perfil de buenas profesionales. Queremos preguntarles –siguiendo a Rosa María Calaf- si creen que han sido seleccionadas para ocupar ese puesto únicamente por su físico. Ambas han respondido que no, y dan razones diferentes para negarlo de manera tajante. Unas respuesta que podremos ver a continuación en el resumen que hemos incluido de ellas.

La Sexta es el canal privado de ámbito nacional más joven de España. Desde el momento que iniciaron la emisión de informativos (2006) apostaron por mujeres para que fueran las que presentasen las ediciones de mediodía, noche y fin de semana; esas caras son Helena Resano (procedente de TVE), Mamen Mendizábal (procedente de TVE), Cristina Saavedra (procedente de Antena 3) y Cristina Villanueva (procedente de Teledeporte de TVE).



Figura 8. La periodista Cristina Saavedra, en la sala de espera de Antena3 Televisión en Madrid.

C. Saavedra (Figura 8) considera que el papel de la mujer ha experimentado una gran evolución, aunque ha costado porque se ha tenido que realizar un esfuerzo doble frente a los hombres, para los que ha sido más fácil. Pero a la mujer periodista aún le quedan cotas profesionales por alcanzar. Coincide con el resto de compañeras en que lo que falta son más mujeres en los puestos de dirección de los medios.

Está convencida de que el papel de la mujer en televisión “ya no está frivolidado” y que si antes a ellas se le consideraba “mujeres floreros”, ahora son periodistas que cuentan lo mismo que los hombres”. Defiende y aplaude la decisión de La Sexta de contar con cuatro mujeres para conducir los informativos, pero no cree que ella esté ocupando un lugar por su imagen, “si es así, tenemos un problema”, añade.

Sobre la tendencia de elegir a hombre veterano acompañado de mujer joven y con buena imagen, cree que es solo una moda importada de EEUU, aunque apuesta por analizar medio a medio para ver si se ha implantado con más o menos fuerza en una cadena u otra. Sí echa en falta rostros veteranos en la televisión, como muchos de los citados más arriba, y considera que la experiencia y veteranía son necesarias en las redacciones. No considera positivo que las mujeres dejen pronto los medios, por razones de edad, y desea volver a verlas pronto.



Figura 9. La periodista Lourdes Maldonado, en el plató de noticias de *Antena3 Televisión* en Madrid.

Lourdes Maldonado no hace distinciones. Confirma que nunca se ha sentido discriminada en los años que lleva haciendo televisión (comienza en el año 2000 en la delegación de Antena 3 en el País Vasco), aunque reconoce que en este medio a las mujeres se les exigen mucho más. La diferencia con los hombres, añade, “es que a ellos les quedan muy bien las canas”.

Está convencida de que ellas no son modelos, sino periodistas y lo importante es comunicar. Aunque la tendencia que venimos mencionando en estas páginas se haya podido implantar en España, la imagen es necesaria en televisión, hay que crear empatía con el espectador y “quizás un gesto agraciado es mejor”. Maldonado recuerda que en, ‘Antena 3 Noticias’, quien dirige los informativos es una mujer (Gloria Lomana) y apuesta por la igualdad siempre que lo que se cuente a la cámara esté bien contado.



Figura 10. El periodista Vicente Vallés y la periodista Lourdes Maldonado.

La presentadora de la edición de noticias de mediodía, junto con Vicente Vallés (Figura 10), insiste en que a ellas se les mira con lupa. Aunque tiene claro que ella por encima de todo es periodista y que de manera circunstancial está realizando una labor compartida de presentación, “si me toca en el futuro estar en otro lado, allí estaré. El puesto no tiene un nombre asignado de por vida”.



Figura 11. En las imágenes de arriba e izquierda, el equipo de informativos de Antena 3 Televisión; arriba a la derecha, el equipo de noticias de TVE y el equipo de informativos de Mediaset; y abajo, las cuatro presentadoras de las noticias de La Sexta.

La pregunta presente a lo largo de este trabajo ha sido qué buscan los directivos de los canales de televisión en España o los responsables de informativos, cuando deciden quién se sienta frente a una cámara. Las periodistas entrevistadas han respondido lo mismo: no es a mí a quien debas preguntar. Aunque algunas se han atrevido a responder que principalmente se busca audiencia; nosotros añadimos que son decisiones que han de interpretarse en clave económica.

En 1997, Jorge Bethencourt tuvo el encargo de poner en marcha la Televisión Autónoma de Canarias, cuyas primeras emisiones comenzaron en 1999. Beatriz Rodríguez, Roberto González, Pilar Rumeu, Benjamín Santana, Isabel Baeza y Rocío Celis fueron las primeras caras que aparecieron en los informativos que J. Bethencourt puso en marcha. Caras jóvenes, pero con años de experiencia en televisión, radio y prensa.

Recuerda que en la Televisión Canaria su equipo y él tenían una máxima cuando comenzaron a seleccionar a los profesionales que integrarían la redacción de informativos: “la cámara te quiere o no te quiere”. Considera que la televisión es imagen, no que seas guapo, sino que “des en pantalla”. Lo que buscaba junto con su equipo era empatía, capacidad de transmitir y contenidos. J. Bethencourt cree que un busto parlante es un lujo que una televisión no puede permitirse, sobre todo porque la sociedad exige profesionales polivalentes, que sepan hablar frente a la cámara, editar videos, sonido y grabar.



Figura 12. La imagen de la izquierda corresponde a la periodista Pilar Rumeu, arriba a la derecha Isabel Baeza y Yara de León, y abajo Marta Modino y Malole García.

Sobre el papel de la mujer, el ex director de la Televisión Canaria está convencido de que la evolución que ellas han experimentado no tiene nada que ver con los medios, sino con la sociedad, que es la que ha cambiado. Hay más mujeres en las universidades, en el mercado laboral y también en los medios de comunicación.

En este último sector es “imparable” asegura, y no comparte la idea de que exista la tiranía de la imagen. “No es mejor en televisión un hombre que una mujer”, opina y añade que la distinción hay que hacerla por el talento no en el género.

Entiende que puedan existir productos específicos en publicidad o determinados programas televisivos que requieran una imagen concreta. Pero en los informativos no cree que haya una inclinación, sino que más bien se ha dado un equilibrio. En cuanto al concepto de ‘mujer florero’ afirma que se utilizó hace mucho tiempo. Se inició en la información del tiempo -también con el hombre y pone de ejemplo a Paco Montesdeoca-, pero en España se ha evolucionado muy rápido, y es la propia mujer la

que ha luchado para acabar con el papel de florero en los medios, pero también en la política, en la medicina.



Figura 13. La periodista Olga Viza en el plató de *Antena3 Noticias* en los años 90 y en su casa de La Garriga, Barcelona, en la actualidad.

Reconocemos que la columna vertebral de este TFG es Olga Viza. De ella, de haberla visto durante años presentar informativos en la televisión, parte la idea de profundizar en el proceso de sustitución de periodistas veteranas por otras más jóvenes y con buena imagen en las televisiones de España. En 2003, tras 11 años presentando el informativo de mediodía de ‘Antena 3 Noticias’, la cadena decide prescindir de ella cuando tenía 45 años. Al poco tiempo siguieron sus pasos Rosa María Mateo, Àngels Barceló, Montserrat Domínguez y Pepa Bueno, entre otras.

Como todas las profesionales con las que hemos hablado, coincide en que la mujer ha llegado a la meta como el hombre: activa, precisa, vocacional. La mujer periodista está encontrando su papel, pero aún no ha conquistado un hueco en los órganos de dirección “por méritos”. La evolución se ha dado para las mujeres, pero cree que se ha notado más en la radio y en los medios impresos, mientras que en televisión se ha llegado a un punto en el que más bien ha habido involución. Está convencida de que la tendencia importada de EEUU -una moda según las otras entrevistadas- llegó a España hace mucho tiempo, “y de la misma forma que nos llegan cosas malas ahora espero que lleguen cosas buenas del continente americano o europeo”.

Olga Viza tiene claro que la televisión es imagen, “pero nadie dijo que fuera un concurso de belleza”. Para ella en el periodismo solo cabe la credibilidad, el rigor, la veracidad. Y esto que no se da en muchos casos, añade, a la mujer le está pasando factura

cuando llegan a una edad, frente al hombre que “en muchos casos, lo hacen peor” que la compañera que tienen en el plató. Lo compara con el cine de EEUU, en el que las actrices dejan de valer para los directores cuando superan los 35 años.

Pero la vara de medir, explica, no la tienen ellas ni es a las mujeres apartadas de la televisión a las que habría que preguntar, sino a quienes toman las decisiones. Aunque entiende que lo que buscan es audiencia, más que nada porque la televisión produce un efecto hipnótico en el espectador, “ocurre con Telecinco que ha basado su parrilla en el conflicto, y eso le ha funcionado”.

Reconoce Olga Viza que los tópicos le aburren, sobre todo porque está convencida de que hay mujeres guapas que además son magníficas profesionales. Y pone el ejemplo de Ana Pastor. Además, no tiene reparo en admitir que le molesta la figura de hombre maduro acompañado de mujer joven y con buena imagen. Y le molesta, explica, por las razones que llevan al directivo a decidir que una periodista pase a conducir un informativo, no tomando la decisión precisamente por su profesionalidad.



Figura 14. Los periodistas Pedro Carreño y Ana Belén Roig en el *Canal 24 Horas* de TVE.

Pero, en la televisión en España, la mujer está ocupando un segundo plano cuando acompaña al periodista hombre del que no importa la edad que tenga. Cuando se le pregunta si la fecha en la que se empieza a dar esa tendencia procedente de EEUU es la de su marcha, afirma que podría coincidir.

Aunque las parejas televisivas en los informativos españoles –hombre veterano y mujer joven- tardó en consolidarse en nuestro país, no es algo que se haya dado completamente en la televisión pública, añade, se observa claramente en las cadenas

privadas donde los cambios se producen mucho más rápido. El motivo, unos accionistas exigentes, asegura, que buscan resultados a corto plazo, y si un formato no funciona hay que pasar a otro hasta que se consolide.

Pero la veteranía es importante, recuerda Olga Viza, en lo público como en los privado. No vale estar delante de la cámara siendo solo un rostro bonito, “hay que tener la mochila cargada de experiencia”, básicamente porque pueden darse miles de situaciones en un directo de 45 minutos y hay que saber controlar la situación. Si no es así, aclara, es muy probable que seas sustituido durante el especial informativo o que otro compañero te acompañe en la mesa.



Figura 15. Los periodistas Ana Blanco y Matías Prats quienes Telediario 1 entre 1992 y 1998, contaron el atentado del 11-S, en cadenas distintas

O. Viza pone como ejemplo de mochila cargada de experiencia a la hora de afrontar noticias importantes y de última hora en mitad de un informativo, el atentado de las Torres Gemelas de Nueva York. Al frente del informativo estaban ese día Matías Prats (Antena 3) y Ana Blanco (TVE) (Figura 15). Fueron horas de intensísima información en directo, contando al espectador lo que estaba sucediendo casi al minuto, “y en cualquier momento se puede caer una torre”, recuerda Viza.

En España existen excepciones de mujeres veteranas que continúan al frente de un programa: María Teresa Campos, Ana Rosa Quintana y Mercedes Milà (Figura 16). Pero no llevando un informativo. “Pagaría por ver un telediario presentado por Milà”, añade Olga Viza. Está de acuerdo en que ambas presentadoras realizan otro tipo de programas, sin olvidar la trayectoria de cada una y lo que gracias a ellas se ha conseguido en la televisión en España. Pone el ejemplo de María Teresa Campos,

impulsora de los debates políticos en los magazines de la mañana y “supo elegir bien los temas uniendo al analista con el espectador”. Pero nos invita a reflexionar sobre dónde trabajan estas mujeres, en la misma cadena, en Telecinco, “y ahí se ha hecho bien”.



Figura 16. Tres referentes de la presentación de informativos, y otros formatos, en la televisión española: de izquierda a derecha, las periodistas María Teresa Campos, Mercedes Milà y Ana Rosa Quintana.

No se muestra optimista con el futuro de las mujeres veteranas; ni con ella en su vuelta a la televisión ni con el resto de periodistas que alcanzan una edad límite –no escrita-. Los directivos de las cadenas consideran que deben prescindir de ellas porque, principalmente, buscan caras más jóvenes y agradables para conseguir más audiencia. Añade que desearía que a muchas mujeres con experiencia, y que hoy en día no están en televisión o lo están pero haciendo otro tipo de trabajos, se les dejara decidir; “verías qué pedazo de mujeres y hombres pondríamos”. Su anhelo es esperar a que un grupo de comunicación decida dar el paso y deje en el lugar que corresponde a una profesional con muchos años de experiencia. “Si eso funciona el resto de cadenas lo copiarían”. Porque, como ella dice, todos los programas se copian de unas cadenas de televisión a otras. Si un formato da buenos resultados el resto de medios apuestan por él y lo moldean al estilo del canal.

VI. ESTADO DE LA CUESTIÓN EN AMÉRICA Y EUROPA

Las entrevistas realizadas son un referente clave en este TFG. Pero con el fin de disponer de otros elementos de referencia, nos hemos preguntado si este fenómeno continúa dándose en las principales televisiones de EEUU, así como en Europa u otros países del continente americano. Para acceder al estado de la cuestión en otros países, hemos preguntado a los corresponsales de la Cadena SER y TVE en EEUU, Brasil, Italia, Alemania, Francia y Reino Unido cuál es la situación de la imagen de la mujer en los informativos de televisión. Nos hemos encontrado con que en la mayoría de los países analizados -mencionados anteriormente- aparece, cada vez más, una mujer joven y con buena apariencia que acompaña al presentador veterano de larga experiencia. Mientras existen en otros como Brasil, Reino Unido y Francia continúa predominando la veteranía en hombres y mujeres.

VI 1. EEUU

Empezamos revisando la dinámica seguida por el gran referente televisivo: EEUU de Norteamérica. V. Fung (1988, citado por Sutcliffe et al., 2005) ya advertía hace una década de un fenómeno que se reproduce en la mayoría de informativos, al afirmar que “los puestos de trabajo de conducción van para mujeres jóvenes y hombres experimentados”. Esta tendencia, de la que se alertaba en la década de los años 80, queda confirmada en la actualidad por Almudena Ariza y Beatriz Barral, corresponsales en Nueva York de TVE y la SER. Aunque reconocen que depende de la cadena de televisión. UNIVISIÓN -la principal cadena en español en el país americano- cuenta únicamente con una mujer veterana para su informativo nocturno. Maria Elena Salinas (Figura 19) es acompañada cada noche por el periodista Jorge Ramos y, en ocasiones, superan en audiencia a las principales cadenas en inglés.



Figura 19. La periodista de UNIVISIÓN, María Elena Salinas.

Se trata de la excepción que confirma la regla. UNIVISIÓN “abusa” en la mayoría de programas de la cadena, según Beatriz Barral, de las presentadoras jóvenes y con buena imagen. Algo que también ocurre con las cadenas generalistas ABC, CBS y NBC. Hoy ninguna mujer presenta el espacio informativo estrella: el de las 18:30. La última que lo llegó a hacer en ABC fue Diane Sawyer, que dejó en 2014 el plató para dedicarse a realizar especiales a sus 69 años. Pero la que más aguantó frente a una cámara fue Barbara Walters que se retiró hace un año con 84 cumplidos (Figura 20). Durante muchos años ella y Walter Cronkite formaron un tándem perfecto en la televisión estadounidense (Figura 22).



Figura 20. Las periodistas Bárbara Walters y Diane Sawyer.

Como en España, en la televisión americana predominan las mujeres en los magazines de la mañana: Savannah Guthiere (TODAY) y Robin Roberts (Good Morning

America), entre otras. Pero donde se cumple el estereotipo de mujer joven, rubia y guapa, aunque no ‘busto parlante’, es en las cadenas por cable. Nos referimos a CNN, MSNBC o FOX NEWS; en esta última, la cara más conocida es Megyn Kelly (Figura 21), a quien *The New York Times* le dedicó un perfil muy amplio: El momento de Kelly <http://nyti.ms/1y4z0N5>



Figura 21. La periodista de *Fox News* Megyn Nelly.



Figura 22. Los periodistas Barbara Walters y Walter Cronkite.

VI 2. ITALIA

Volvemos a Europa. Lo que ocurre en las televisiones del país europeo, según el corresponsal de la Cadena SER en Roma, Joan Solés, es la existencia de una gran diferencia entre la cadena pública y las privadas. En la pública RAI, las mujeres que están delante de la cámara son fundamentalmente periodistas de gran profesionalidad y edades diversas, pero con buena imagen, sin que esa condición sea la característica principal. Algunas han pagado con el despido su profesionalidad al negarse a someterse al dictado de los jefes políticos durante la era Berlusconi. Son los casos de Maria Luisa Seco y de Tiziana Ferrari (Figura 22).



Figura 23. Las periodistas Maria Luisa Seco y Tiziana Ferrari, de la RAI.

En las cadenas de televisión privadas -propiedad de Silvio Berlusconi- prima el físico, el busco parlante, la belleza femenina e importa poco su profesionalidad periodística. Generalmente, tanto en la pública como en la privada, las presentadoras conducen los informativos ellas solas, sin un acompañante masculino experimentado que “a veces parecen sus padrinos” añade Solés.

VI. 3. FRANCIA

La corresponsal de la Cadena SER en París, Carmen Vela, explica que en el país galo, pese a que la igualdad de género parece más conseguida, en los informativos o debates

de televisión solo aparecen dos mujeres por cada ocho hombres. El 43% de los periodistas televisivos son mujeres, pero existe variación dependiendo de la cadena: un 54% en France 3 (televisión pública con vocación regional) y un 37% en TF1 (ex cadena pública privatizada). Precisamente en TF1 hay que destacar a Clair Chazal, de 58 años (Figura 23), la cara más conocida del canal. No solo es elegante y cuenta con una buena imagen, sino que además transmite fiabilidad en lo que cuenta, “algo que solo se consigue cuando un tiene muchas tablas”, apunta Carmen Vela.

Chazal lleva 20 años presentando telediarios, y en la actualidad conduce el ‘Hora 20’, en *prime time* de los fines de semana en Francia.



Figura 24. La periodista de TF1, Clair Chazal.

En Francia, a diferencia de España, las presentadoras, además editoras, dirigen también algunos informativos, un cargo que está por debajo de la dirección de los Servicios Informativos de la cadena. Son periodistas muy experimentadas que, aunque tengan un equipo detrás, tienen la posibilidad de imponer su acento. No salen en pantalla solo por su presencia, sino por su valía profesional. Pero el formato hombre veterano-mujer joven se impone en las cadenas de noticias 24 horas: Bfm e Itv.

VI. .4. ALEMANIA

En la televisión alemana pública y privada no hay establecido un patrón de mujer presentadora de los informativos, según aclara la corresponsal de la cadena SER en

Berlín, María Prieto. Indica que lo más habitual son los presentadores y las presentadoras veteranas, con cierta edad, pero también algunas muy jóvenes. Pero al igual que en Francia, muchas presentadoras germanas no solo presentan el informativo, sino que también lo dirigen.



Figura 25. Dos periodistas de la cadena pública de televisión alemana.

VI. 5. BRASIL

Quizás el caso más destacable, por aparentemente paradójico, lo hemos encontrado en este país latinoamericano. En Brasil, según la corresponsal de TVE en Río de Janeiro, María Oña, “no están obsesionados por la juventud y la belleza”. Tanto en las cadenas públicas como privadas (Globo) existe un gran número de presentadoras veteranas, aunque también encontramos casos de periodistas jóvenes y con buena imagen.



Figura 26. Periodista de la cadena de televisión brasileña *GLOBO*.

VI. 6. REINO UNIDO

En la televisión británica, explica Begoña Arce, corresponsal en Londres de la Cadena SER, no existe la norma de presentadora joven y presentador maduro. Hay muchos informativos conducidos solo por mujeres en la cadena pública BBC, que están muy bien preparadas en las mejores universidades británicas de Oxford o Cambridge. Son periodistas que hacen buenas entrevistas y están especializadas en política o economía, y saben en profundidad de lo que están informando. Algunas de esas mujeres ya pasan de los 40 años e incluso de los 50. No se considera, en principio, que sean demasiado mayores, lo cual no excluye que surja discriminación contra las mujeres, en general o por edad. A este respecto cabe tener en cuenta que un informe emitido por la Cámara de los Lores en 2014 concluía que las mujeres de cierta edad son “coaccionadas” y empujadas a marcharse. La BBC practica una política informal de discriminación en este sentido. En el año 2011, la cadena británica se vio obligada a readmitir a la periodista Miriam O'Reilly (Figura 26), de 53 años, que presentó una denuncia 14 meses antes al considerar que la despidieron del programa que presentaba a causa de su edad y su condición de mujer. La polémica estuvo abierta durante meses en el Reino Unido, hasta el punto que la BBC, después de despedir a varias presentadoras veteranas, dio un paso atrás hace poco más de un año y volvió a contratar a varias de ellas.



Figura 27. La periodista de la *BBC* Miriam O'Reilly.

El informe de la Cámara de los Lores concluía que las mujeres no están suficientemente representadas en los puestos más importantes de la cadena pública de televisión, como es el caso de la dirección de informativos o de la dirección general de la cadena. Señalaba, además, que las periodistas mujeres suelen cubrir a menudo las “historias suaves”, como Cultura, Sociedad o la vida de las *celebrities*. Solo un 15% de los periodistas que cubren información del Gobierno y Política son mujeres, mientras que ellas, en el 48% de los casos son quienes informan de Cultura, Medios de comunicación, celebridades y otros temas y noticias blandas.

VII. MARCO TEÓRICO

Los informativos en España aparecieron tras la creación de la cadena pública (1956), TVE, el 15 de septiembre de 1957. Se realizaban tres ediciones diarias -matinal, mediodía y noche- en los estudios del Paseo de La Habana en Madrid, y cuya duración podía alcanzar los 60 minutos, a excepción del primero de la mañana que duraban dos horas (Figura 27). Los telediarios comenzaron siendo dirigidos por José de las Casas y Ángel Marrero y presentados por Jesús Álvarez. Con una absoluta falta de medios y recursos técnicos, la información que se facilitaba al espectador se limitaba a la lectura de las noticias por los locutores, a partir de los teletipos que suministraba la sede de Radio Nacional de España. Aquel primer plató era sobrio, en el que únicamente se distinguía una mesa y un fondo plano. Las pocas imágenes que se ofrecía procedían de filmaciones del NO-DO y otras adquiridas a CBS y United Press.

Las noticias respondían al esquema de los conocidos como partes hablados y estaban sometidas al estricto control, supervisión y censura por parte de las autoridades del Régimen a través del Ministerio de Información y Turismo, de que dependía Televisión Española. La llegada a este Ministerio de Manuel Fraga supone un revulsivo para la cadena que, unos años más tarde, inaugura sus estudios en Prado del Rey. Es entonces cuando la marca 'El Telediario' coge fuerza y se convierte en el símbolo de la información televisiva en España.



Figura 28. Imágenes de los primeros telediarios de *TVE*. Arriba a la derecha, Concha García Campoy, Ángeles Caso y María Escario.

A lo largo de los años siguientes se van incorporando nuevos nombres y rostros al informativo. Pedro Macía, Maruja Callaved, Blanca Álvarez, Julio César Fernández, Ramón Sánchez Ocaña, Rosa María Mateo y Santiago Vázquez, entre otros, se convierten en caras familiares para los españoles con televisor en sus hogares. Así, en diciembre de 1961, el Telediario está presentado por Álvarez, Sancho, Vázquez y José Luis Uribarri en su primera edición, y por David Cubedo en la segunda. En tanto que meros lectores de noticias reciben el apodo de “bustos parlantes”.

Los años pasan y las mujeres van ocupando terreno en los informativos de televisión, primero como presentadoras de continuidad, y también presentando El Telediario. Adela Cantalapiedra, Victoria Prego, Rosa María Artal, Marisol González, Isabel Tenaille, Concha García Campoy y Ángeles Caso (Figura 27), Elena Sánchez, y Mari Pau Domínguez fueron sucediéndose en la pequeña pantalla. Todas desempeñaron un papel clave como referentes durante las diferentes etapas que TVE vive durante y tras la Transición Política.

El modelo del Telediario se reinventa y el plató deja de ser sobrio para ser modernizado con el uso de colores, mesas con diferentes diseños y pantallas de televisión que se observan tras los presentadores de la edición. La marca Telediario que da un giro de 180 grados cuando, a principios de la década de los años 90, surgen las primeras cadenas privadas: Antena 3 Televisión, Telecinco y Canal+, y las primeras autonómicas: TV3, Canal Sur, Telemadrid, ETB o TVG (Figura 28).



Figura 29. De izquierda a derecha y de arriba abajo, presentadores de los canales autonómicos TV3, Canal Sur, TVG, ETB y Telemadrid.

La irrupción de las televisiones privadas hace que la tecnología se incorpore definitivamente a los informativos. Se deja de leer teletipos para dar paso a los vídeos que los periodistas han elaborado. El teleprompter o autocue consigue que el espectador crea que el presentador se sabe de memoria lo que le está contando. Un instrumento que llega a jugar malas pasadas a los presentadores en los primeros informativos. Algo que en la actualidad continúa ocurriendo en menor medida. Hoy en día este aparato es manejado por el conductor del telediario desde la mesa del plató, lo que antes se hacía desde el control de realización.



Figura 30. De izquierda a derecha y de arriba abajo, el periodista José María Carrascal, el equipo de informativos de Telecinco en los años 90 y la pareja de presentador-presentadora tipo en TV3.

Con el tiempo, las cadenas de televisión en España adoptan nuevos patrones a la hora de lanzar sus informativos. Hay otra forma de contar lo que sucede y a comienzos de la década de los 2000 los platós, sobre todo en los informativos de Antena 3 Televisión, cadena que renueva con mucha frecuencia la imagen de sus telediarios, así como algunas cadenas autonómicas, se convierten en escenarios en el que los presentadores se mueven explicando al espectador -ayudado de una gran pantalla- qué sucede, cómo y cuándo acontece. Se trata de interactuar con el televidente y dejar de contar solo noticias.

A lo largo de este trabajo nos hemos encontrado con algunos casos de mujeres profesionales de la televisión y veteranas, como ha sido Pepa Bueno en TVE y como lo es en la actualidad Clair Chazal de la televisión francesa. Estos son casos excepcionales donde por una razón o por otra; normalmente porque el responsable de informativos de

ese momento lo ha decidido así, no solo presentan el informativo líder de la cadena sino que además dirigen esos espacio informativo. Se trata de puestos de responsabilidad de los que durante este TFG muchas de las profesionales con las que hemos conversado, han apelado al gran cambio que necesitan las cadenas, en especial las españolas.

Las mujeres, ya no solo en el periodismo sino en la sociedad en general, han luchado durante el transcurso de la historia para que se les fuera reconociendo una serie de derechos como había conseguido el hombre: voto femenino, emancipación económica y social, la incorporación a profesiones liberales, la entrada en las universidades, su incorporación a los organismos legislativos...

Explica Hellen Ruiz Hidalgo (2011) en “La equidad de género: de la evolución política, social y educativa de la mujer, hasta la participación empresarial actual”, que aunque en muchos países del mundo las mujeres han logrado conquistar una serie de derechos, hay lugares donde eso hoy por hoy es impensable. Además la autora se refiere en su escrito a un aspecto muy interesante y a tener en cuenta. Hellen Ruiz Hidalgo cita a (Cotter, Hermse, Ovadía y Vanneman, 2001) quien habla de la existencia del llamado ‘techo de vidrio’. Una barrera culturalmente interiorizada que continúa impidiendo que la cuota de mujeres que alcanzan los puestos de dirección política, empresarial o académica aumente. Sin embargo, donde se ha logrado romper ese techo y la mujer ha llegado a la dirección de empresas; caso de Noruega y otros países europeos, los resultados de rendimiento de capital superaron el 53% según un estudio que publicaba en el año 2011 el instituto norteamericano ‘Catalyst’ y al que Ruiz Hidalgo hace hincapié para destacar que la mujer puede lograr conseguir grandes resultados si se le permite desempeñar un papel que mayoritariamente siempre ha desempeñado el hombre.

La sensación que nos produce es que en España ese techo de cristal sigue vigente, y para demostrarlo no tenemos más que comprobar el índice de mujeres que, estando en las mismas condiciones que un hombre, no llegan a cargos directivos. Excusas hay muchas, se nos repiten los logros históricos femeninos para crear una falsa sensación de que la equidad ha llegado, para ocultar los logros que aún quedan por conquistar. Para la sociedad, una mujer exitosa es aquella que comulga perfectamente vida familiar con una vida laboral de éxito, y además encuentra tiempo para cuidarse, ir al gimnasio y pasarse por las rebajas, una imagen cuanto menos difícil de realizar, y que en el hombre no es tan exigente.



Figura 31. De izquierda a derecha en la parte superior, David Cantero e Isabel Jiménez, Mónica Carrillo y Matías Prats, y Silvia Intxaurreondo e Iñaki Gabilondo. Abajo, Marta Reyero y Roberto Arce.

VIII. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Las conversaciones mantenidas con diferentes profesionales, referentes televisivos de los últimos años y jóvenes promesas del panorama audiovisual. Nos ha servido para acercarnos a la idea que hemos venido planteando durante la elaboración de este trabajo sobre la experiencia de la mujer en televisión está siendo sustituida por la juventud y buena imagen. Los resultados siguientes nos ofrecen claramente una muestra de lo que buscábamos. Por un lado, prescindir de mujeres veteranas -también de hombres por motivo de un ERE como ocurrió en TVE- en las redacciones de informativos hace que los nuevos profesionales jóvenes -muchos recién llegados de las Facultades- se vean huérfanos informativamente hablando. Se encuentran con que no tienen a su lado a los referentes profesionales en los que apoyarse para saber cómo contar una noticia, cómo distinguir qué es noticia, qué se debe contar y cómo. El hecho de prescindir de esos referentes veteranos, que ya no ocupan un puesto en las redacciones, rompe la cadena natural de disponer en el lugar trabajo de referentes de los que aprender.

La periodista Elena Sánchez (Figura 31, designada defensora del Espectador) recordaba en una entrevista en Canal 6 Navarra cómo los compañeros que quedaron en la redacción de informativos de Televisión Española, tras el Expediente de Regulación de Empleo le contaban que no había periodistas veteranos en los que apoyarse al elaborar las informaciones. Es un tipo de experiencia-recurso con la que ella sí contó cuando empezó en los telediarios. Uno de los resultados obtenidos permite establecer que las redacciones se están descapitalizando de experiencia.



Figura 32. La periodista Elena Sánchez en los años 90, durante su etapa en los telediarios, y en la actualidad, ejerciendo de defensora del espectador.

Si en algún momento los directivos de las cadenas de televisión o los responsables de informativos pensaron que los cambios traerían consigo un crecimiento en los datos de audiencia. Encontramos que no en todos los casos el espectador ha respondido de forma positiva, en clave de *share*, con el cambio. Lo que ocurrido en otros países avala este resultado; recordemos que en Reino Unido, la BBC se vio obligada a readmitir a la veterana periodista Miriam O'Reilly, tras despedirla por razón de edad, provocando la denuncia de ésta y la protesta social por apartar a una profesional con credibilidad y rigor, en fin, un referente de la televisión británica.

La O'Reilly española bien podrían ser Olga Viza, Rosa María Mateo o María Escario. Pero en España no ha habido una presión social que lleve a una cadena de televisión a reconsiderar la readmisión de periodistas despedidas o apartadas por razón de edad.

En España, el comportamiento empresarial de sustituir a mujeres presentadoras de informativos por periodistas jóvenes, y de introducir el tándem presentador maduro junto a presentadora joven, no ha contagiado a países como Francia o cadenas americanas como UNIVISION, y otros han aprendido que no siempre los modelos televisivos copiados de EEUU son beneficiosos, es el caso de la cadena francesa Ib5 cuya presentadora estrella de los fines de semana, Clair Chazal, mantiene unos datos de audiencia elevados.

Paradójicamente, en EEUU, país en el que se identifica el origen de ese comportamiento empresarial, las mujeres veteranas han ganado terreno con el tiempo y nos encontramos profesionales de la talla de Diane Sawyer, Robin Roberts o Barbara Walter –jubilada en 2014 con 84 años- que lograron ganar credibilidad, acumular una enorme experiencia y seguir al frente de un informativo. Sawyer decidió hace un año dejar el plató de noticias para contar desde la calle lo que ocurre, mediante programas especiales que consiguen cuotas de audiencias importantes. Otro ejemplo lo encontramos en la cadena de habla hispana más importante de América: Univisión, que cuenta con María Elena Salina, una de las periodistas más veteranas, para conducir su informativo estrella, el de la noche.

Hemos visto que las cadenas de televisión europeas no sucumbieron a esa primera tendencia estadounidense de la manera tan monolítica como lo hizo España. En Europa se ha combinado presentadoras veteranas y experimentadas, y periodistas jóvenes con buena imagen. Además, el viejo continente presenta una diferencia notable con las

cadena norteamericana; es que, en el caso de los informativos conducidos por mujeres que superan los 45 años, son ellas las que dirigen el informativo y deciden los contenidos editados cada día. Es el caso de Clair Chazal que, con 58 años, presenta y dirige el programa informativo más seguido los fines de semana en la televisión francesa TF1.

En España se ha sucumbido a un modelo superado en su propio país de origen. Se copió por casi todas las cadenas (excepto La Sexta), si haberse dado atisbos de querer modificarlo, readecuarlo a la sociedad actual ni a las exigencias de las redacciones. De hecho, la excepción está en que sea una mujer la que dirija y presente a la vez un programa de noticias. Lo consiguieron en su momento Àngels Barceló, Pepa Bueno, Olga Viza, Monserrat Domínguez y Rosa María Mateo. Paradójicamente ninguna continúa en televisión.

La revisión realizada de los informativos de televisión europeos mostró dos casos de sustitución de presentadoras veteranas que no guarda relación con la edad ni con ser dejar de ser consideradas válidas para desempeñar la labor ejercida durante años. Son los casos de Maria Luisa Seco y Tiziana Ferrari, en Italia; dos periodistas con enorme experiencia que fueron despedidas de la cadena de televisión pública RAI por no someterse al dictado marcado por el equipo de Silvio Berlusconi cuando llegó al poder. En los tres canales privados que hay en el país europeo –propiedad de Berlusconi- lo normal es que mujeres periodistas con escasa experiencia, pero con un atractivo adecuado al estereotipo de mujer, sean las que se afianzan en la presentación ante las cámaras, porque produce el efecto hipnótico del que nos ha hablado Olga Viza. Primero con el patrón de mujer con pelo corto y rubio que estableció Antena 3 Televisión tras el ERE de 2003 y posteriormente con la llegada a Telecinco de Sara Carbonero muchas cadenas implantaron la imagen de chica morena, con una mirada seductora y unas medidas que rozan la perfección, el llamado 60-90-60 utilizado sobre todo en las pasarelas de moda. Es bueno recordar que los datos de audiencia no solo se consiguen colocando una imagen agradable; es indudable que se trata de un elemento que ayuda, pero hay que tener en cuenta otros factores como los cambios en línea editorial, la pérdida de rigor y veracidad en la información, o, simplemente, que quien narre la información no transmita ni conecte con la audiencia.

El ex director de la Televisión Canaria, Jorge Bethencourt, reconoce en este trabajo que la televisión es imagen, pero no ya una imagen referida a la belleza, sino que hay que saber llegar al espectador.

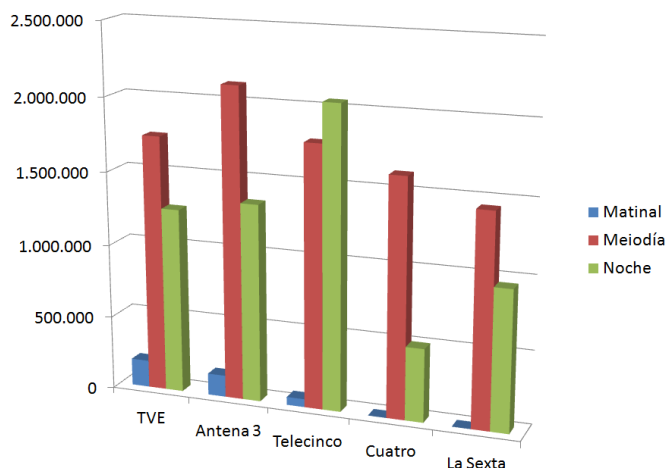


Figura 33. Gráfico de audiencias de los programas informativos en las principales cadenas de televisión nacionales. Fuente: www.vertele.com

La gráfica de la figura 33 recoge los datos de audiencia de los principales informativos nacionales, del pasado 14 de mayo de 2015. Si nos fijamos en el resultado de la edición de mediodía (color rojo) TVE es superado por Antena 3 Televisión y por Telecinco. Estas dos cadenas privadas cuentan, en esa franja, con un presentador veterano acompañado por una mujer cuya imagen cumple con la tendencia que se ha instaurando en España. Mientras que el Telediario 1 de TVE es conducido por una mujer, Pilar García Muñiz.

La edición de mediodía en Cuatro y La Sexta se emiten una hora antes que el resto, y ambos están conducidos por mujeres jóvenes aunque con dilatada experiencia periodística en televisión: Marta Fernández (Cuatro) y Helena Resano (La Sexta). Es llamativo que la apuesta del canal que dirige Antonio García Ferreras, por contar solo con mujeres en todas las ediciones de noticias, supere en la edición nocturna a su competidor horario presentado por Miguel Ángel Oliver. Recordemos que Cuatro y La Sexta emiten sus telediarios una hora antes que las demás cadenas nacionales y autonómicas. El que un informativo cuente con mayor seguimiento que otro emitido a la misma hora, puede deberse no solo a cómo esté elaborado ese programa informativo y qué noticias se cuenten, sino que en este caso entra en juego la programación que le precede en la cadena cuya audiencia que genera, arrastra al telediario. En el caso de la

edición de las 19:00 horas, La Sexta cuenta con un programa de actualidad, “Más Vale Tarde”, que tiene un buen seguimiento, lo que hace que el espectador se mantenga en ese canal una vez comienza el informativo conducido por Cristina Saavedra, mientras a Cuatro le precede una serie que no es seguida por mucha gente.

Cuando el Gobierno del Partido Popular llegó al poder en 2011, Televisión Española había logrado una independencia informativa notable. Los telediarios alcanzaron audiencias millonarias; pero con el nuevo Gobierno experimentó un brusco cambio ideológico. Tal cambio se reflejó en una caída en el número de espectadores en los informativos, en “Los desayunos de TVE” y en “Informe Semanal”, todos programas emblemáticos, verdaderos buques insignia de la cadena pública.



Figura 34. Los periodistas Lorenzo Milà y Olga Lambea de TVE.

Los cambios de Gobierno en Canarias también han traído consecuencias negativas para las mujeres periodistas con experiencia que se desempeñan en los medios locales. Beatriz Rodríguez (TVAC), Toñi Galván (Antena 3) y Cristina Alcaine o Elizabeth Reig (TVE) estuvieron al frente de los informativos en su momento, consiguiendo un amplio respaldo de los espectadores. En el caso de Antena 3 Canarias se convirtió en un referente informativo –primero en Tenerife y luego al resto del Archipiélago- por contar la actualidad de una forma cercana y sencilla de entender por el espectador medio. No abusaba de la información política, sino que se centró en reflejar qué sucedía en cada municipio y de Canarias, y los barrios necesitados de atención informativa. Su información social sorprendió a los medidores de audiencia.

La entrada de nuevos colores políticos en el Ejecutivo del Archipiélago y la crisis económica causaron que muchos grupos de comunicación se unieran, o que para sobrevivir tuvieran que aceptar la aportación económica de nuevos accionistas. Tales circunstancias estuvieron acompañadas de que estas mujeres periodistas fueran sustituidas por compañeras más jóvenes; los directivos de las cadenas y los responsables de informativos consideraron que transmitirían mejor imagen ante la audiencia.

A continuación respondemos a las preguntas formuladas en este TFG, a la vez que analizamos la validez de las hipótesis y el cumplimiento de los objetivos enunciados.

P1. Las cadenas de televisión privadas en España han ido adoptando, desde su aparición, un prototipo de mujer con buena presencia, en muchos casos joven, que suele acompañar en el plató de informativos a un periodista veterano, con canas y con una trayectoria reconocida por el público y por los compañeros de profesión. Los directivos de las cadenas privadas y los responsables de los servicios informativos toman decisiones en clave de sumar audiencia y de presentar cuentas de resultados positivas a los accionistas. No obstante, lo cierto es que poco a poco han ido apareciendo más mujeres periodistas bien preparadas, y que en ocasiones, llegan a destacar por su profesionalidad, frente al compañero que lleva las riendas del espacio de noticias.

En el caso de la televisión pública TVE, hemos encontrado etapas (2004-2012) en las que las mujeres han ganado terreno a la opción masculina hasta el punto que periodistas mujeres con experiencia profesional dilatada han pasado a dirigir y presentar ediciones de telediarios, es el caso de Pepa Bueno. Una vez fue sustituida por compañeras más jóvenes y con menos recorrido profesional, la audiencia no ha respondido de forma positiva. También por la línea editorial se vio afectada con la entrada de un nuevo gobierno. La pluralidad de la televisión pública conseguida en la etapa del Gobierno José Luis Rodríguez Zapatero con la aprobación en el Congreso de los Diputados de una Ley Audiovisual que permitía una cierta independencia de TVE (2006) <http://mun.do/1Jqgvy8>, desapareció cuando Mariano Rajoy llegó al poder en 2011 y los nombramientos de los directivos de la cadena dejaron de realizarse a través de las cortes sino desde el propio Ejecutivo.

P2. El riesgo que corren las cadenas de televisión, sean públicas o privadas, es caer en la dictadura de las audiencias. Las consecuencias pueden ser pasar de estar entre los

informativos más vistos a ser los segundos, terceros o hasta los cuartos más seguidos. La apuesta por una periodista más joven, en lugar de una veterana, no siempre suele ser la causa principal de que un informativo determinado sea seguido por menos telespectadores. Detrás también la baja calidad en los contenidos de los programas informativos.

En cuanto a las hipótesis propuestas, su verificación o refutación queda de la forma siguiente:

H1. A lo largo de este trabajo hemos comprobado cómo la tendencia importada de EEUU se ha ido implantando en España. Algunas de las profesionales con las que hemos hablado, como Pepa Bueno o Monserrat Domínguez, no se han atrevido a fechar el comienzo de ese comportamiento empresarial. Sin embargo, Rosa María Calaf y Olga Viza coinciden en que esa moda importada del país norteamericano empezó a darse tras los despidos de Rosa María Mateo y la propia Viza, en 2003. Un cambio lento que se inició en Antena 3 Televisión, pero que terminó afectando al resto de cadenas de televisión privadas.

Los periodistas masculinos se han mantenido durante años en pantalla, hasta edades maduras profesionalmente hablando. Nombres como David Cantero, Roberto Arce, Iñaki Gabilondo, Matías Prats, Pedro Piqueras o Miguel Ángel Oliver demuestran esa afirmación. A su lado, como si de un simple apoyo se tratara, se han sentado mujeres cada vez más jóvenes y con un físico que, como decía Olga Viza, “produce un efecto hipnótico en el telespectador. Ellos han ocupado una silla en un plató de televisión, más allá de que aparecieran las canas; algo que para el público es señal de credibilidad, pero que en el caso de la mujer significa que ha cumplido su ciclo televisivo.

H2. La tendencia eje de este TFG ha propiciado que se fuera apartando de la pantalla a mujeres con una trayectoria profesional reconocida por la sociedad y la profesión. Àngels Barceló, Begoña Chamorro, Ángeles Mirón, Monserrat Domínguez, Miriam Romero, Elena Sánchez, María Escario, Almudena Ariza pasaron de contar diariamente qué ocurría en España y en el mundo a desaparecer de las pantallas.

Olga Viza y Rosa María Mateo pagaron haber llegado a una edad con ser despedidas por sus empresas. Los directivos de las cadenas consideraban que ya no respondían a un modelo de presentadoras válido para atrapar a la audiencia. Ellas fueron las primeras

mujeres periodistas en sufrir el cambio de tendencia en los informativos televisivos en España, pero luego hemos encontrado casos como la prejubilación forzosa a la que fue sometida la corresponsal de TVE Rosa María Calaf. Forzosa porque, estando en 2007 en la oficina de TVE en Hong Kong, le llegó una notificación de la cadena en la que se indicaba que ella se había acogido de forma voluntaria al ERE.

Hemos identificado también mujeres periodistas que un día dejan de estar en la primera línea informativa y son destinadas a realizar reportajes, como María Escario en septiembre de 2014, a presentar o realizar programas especiales, a desempeñar labores de edición o, como en el caso de Ángeles Mirón quien, tras sustituir a Rosa María Mateo en el informativo de la tercera edición, pasó a dirigir los contenidos de la web de ‘Antena 3 Noticias’.

El grado de cumplimiento de los objetivos marcados queda de la forma siguiente:

O1. La razón que nos han dado las diferentes profesionales entrevistadas, de que las cadenas lo hacen buscando una mayor audiencia. Unidad a la afirmación que hacía el ex director de la RTVC, Jorge Bethencourt, de que la televisión es imagen y como tal hay que buscar gente que transmita. Han logrado que alcanzáramos este objetivo.

O2. Se trata de un objetivo poco logrado. Existen casos de informativos que los cambios no les ha servido para mantener la audiencia, y otros que han alcanzado buenas cuotas de pantalla pero que entendemos que se debe sobre todo, al apoyo en la parrilla televisiva que le precede a un programa informativo.

IX. CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN

Los cambios que han venido experimentando las cadenas de televisión, con la sustitución de periodistas veteranas y experimentadas, ha hecho que se pierdan referentes periodísticos. Esa pérdida ha afectado al espectador que busca una información veraz, rigurosa y de calidad, y a los nuevos profesionales que llegan a las redacciones procedentes de las Facultades. Concluimos en que los jóvenes periodistas necesitan referentes ejemplificados en la experiencia y la veteranía para aprender a hacer en el ámbito de la preparación y presentación de informativos. Esos referentes constituyen los verdaderos modelos que deben seguirse y emularse, como proceso de aprendizaje profesional óptimo. La experiencia y la veteranía son referentes irrenunciables para las jóvenes generaciones de periodistas; lo son porque de ella se aprende a cómo presentar y adquirir una seguridad que es necesario transmitir en quienes presentan informativos; y lo son también porque sirven de ayuda y apoyo en momentos complicados del directo, cuando se comienza a afrontar determinado tipo de noticias o en el momento en el que te pones por primera vez frente a las cámaras en un plató de informativo.

La experiencia en las redacciones se está perdiendo, lo hemos mostrado. Ese proceso se traduce en que el telespectador recibe información menos preparada, a veces de menor calidad. La simultaneidad de la sabia veterana, que sabe aportar nuevas visiones de lo que sucede, con la nueva permite que esta se vea beneficiada y, con ello, la calidad de la información periodística televisiva. En la entrevista realizada a Rosa María Calaf surgió este asunto de forma reiterada. Constituye una lección periodística escucharle contar cómo existen conflictos internacionales cuyos inicios cubrió, y que ahora se cuentan de una manera superficial sin llegar al fondo del asunto. Nos puso el ejemplo del conflicto entre Rusia y Ucrania. Explicaba que todo el mundo está contra el país ruso, pero nadie recuerda que al país presidido por Putin se le prometió una serie de cuestiones tras la caída de la URSS, entre ellas, la prohibición a Ucrania de entrar en Europa, que pocas informaciones incluyen, quizá porque no interese, quizá porque los informadores jóvenes lo desconocen.

Ante este ejemplo de R.M. Calaf surgen las dudas de qué tipo de contenidos se están trasladando a la sociedad, qué intereses y documentación existen detrás que no se

investigan periódicamente. Es cierto que la escasez de recursos dificulta el envío de equipos informativos a diferentes zonas, y que en ocasiones se difunden informaciones que llegan de agencias de noticia, sin el procesamiento necesario.

Estas circunstancias no parecen ser de interés para los directivos. No quiere verlo porque lo que les importa son los resultados económicos en las cadenas privadas, cuyos accionistas no quieren perder su inversión. Importa ser vistos y superar en audiencia a la competencia, a veces dando igual cómo se logra. Contaba el periodista Andrés Aberasturi, durante la celebración del 25 aniversario de los informativos de Telecinco, que en los comienzos de la cadena, los directivos no tenía la intención de que se pusieran en marcha los programas de noticia. Hoy, el máximo responsable del canal, Paolo Vasile, no apoya la segunda edición de 'Informativos Telecinco' que dirige y presenta, Pedro Piqueras, porque considera que es una edición en la que no se actualiza la información. Ya ocurrió con las terceras ediciones de noticias de todas las cadenas. Una cadena se decidió a eliminarla y las demás le siguieron. Si funciona algo, el resto les seguirán, lo dijo Olga Viza. Actualmente solo Telemadrid mantiene el Telenoticias3 y TVE ha pasado de un Telediario 3 a conectar con el análisis y debate de 'La Noche en 24 Horas' de su canal temático de noticias.

En esa estrategia de negocio, las mujeres periodistas veteranas siguen siendo un referente periodístico, pero que terminan siendo sustituidas por periodistas jóvenes y con buena imagen. La gran mayoría de ellas son grandes comunicadoras, pero la cadena de televisión continúa priorizando la imagen, incluso la voz, a la experiencia profesional; empiezan como reclamo de audiencias. Será interesante realizar el seguimiento a medio y largo plazo de la trayectoria de las que hoy son jóvenes mujeres presentadoras, a la par que el de sus colegas profesionales hombres.

X. BIBLIOGRAFÍA

Acuña Ferreira, Virginia. (2015). “El lenguaje y el lugar de la mujer”. *Tonos Digital*, nº 28, 2015. <https://digitum.um.es/xmlui/handle/10201/42872>

Berganza Conde, M^a Rosa (2000). Mujer y medios de comunicación. *Nodo* 50 27/03/2015 <http://www.nodo50.org/ameco/medioscomunicacion.pdf>

Bracero, Francesc. (2011). Rosa María Mateo: "Me fueron apartando de la profesión". *La Vanguardia*, 1. 14/01/2011

Calvo Ortega, Elena. (2010). La representación de la mujer y los roles de género en los informativos deportivos de televisión. 24/05/2014. Fonseca, *Journal of Communications*.

<http://revistas.usal.es/index.php/2172-9077/article/view/11814/12201>

Casero Ripollés, Andreu, Gómez Tarín, Francisco Javier y Marzal Felici, Andreu (2000). La creación de imagen de marca a través de los servicios informativos. 27/03/2015, <http://bit.ly/1duok8H>

Comas D'Argemir, Dolors (2009). Las mujeres en los informativos de televisión. *Quaderns del Cac* 33. 27/03/2015. Consejo Audiovisual de Cataluña.

http://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/quaderns_cac/q33_comas_es.pdf

García Nebreda, Begoña y Perales, Alejandro. (1992). Los informativos de televisión: un modelo más allá de las diferencias. *Revista española de investigaciones sociológicas*, 147, Enero-marzo 1992.

<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=249774>

Hidalgo Ruiz, Hellen. (2011). “La equidad de género: de la evolución política, social y educativa de la mujer, hasta la participación empresarial actual”. *Revista Nacional de Administración* Vol. 2, Nº 2, Julio-diciembre 2011.

[file:///C:/Users/ARDIEL/Downloads/Dialnet-LaEquidadDeGenero-4716435%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/ARDIEL/Downloads/Dialnet-LaEquidadDeGenero-4716435%20(1).pdf)

López Díez, Pilar (2005). Representación de género en los informativos de radio y televisión. 27/03/2015, *Nodo*, 50

http://www.nodo50.org/ameco/SegundoInforme_IORTVE.pdf

Suárez Villegas, J. Carlos (2000). Estereotipo de la mujer en la comunicación. *Nodo*, 50. 27/03/2015

<https://www.nodo50.org/mujeresred/IMG/pdf/estereotipos.pdf>

Ufarte Ruiz, M^a José (2007). Las mujeres en el seno de la profesión periodística: de la discriminación a la inserción. 27/03/2015

http://alojamientos.us.es/grehcco/ambitos_16/23ufarte.pdf

Williams, Marta y Gómez Acebo, Pilar. (2005). “360° de la mujer directiva española”.

Capital humano: revista para la integración y desarrollo de los recursos humanos, Año nº 18, Nº 187, págs. 120-128.