



ESTEREOTIPOS EN LA RADIO SEGÚN EL HORARIO DE EMISIÓN Y LOS CONTENIDOS RADIOFÓNICOS

Cuadros Palomares, M^a Teresa
Departamento de Periodismo I
Universidad de Sevilla
mteresapacu@hotmail.com

RESUMEN:

Aunque en las últimas décadas se han realizado diferentes estudios sobre los problemas de género en la radio española, aún quedan muchas cuestiones por analizar. Estos trabajos ayudan a corregir errores y a avanzar en la lucha por la igualdad.

Pese a que los periodistas radiofónicos intentan cuidar el tratamiento informativo y el uso del lenguaje, para evitar la permanencia de los estereotipos que giran en torno a hombres y mujeres, suelen olvidar el que inconscientemente transmiten a la población. El objetivo de este estudio es demostrar que en las tres principales radios privadas españolas (Cadena SER, COPE y ONDA CERO) seleccionan a un locutor o locutora en relación a los contenidos o el horario de emisión de sus programas. Así se mostrará que, la presencia de unos u otros al frente de un espacio radiofónico mantiene vivos los estereotipos que a través de otras vías se pretenden erradicar.

PALABRAS CLAVE:

Mujer, radio, estereotipos



1. INTRODUCCIÓN

En un momento de plena efervescencia comunicativa, en el que gran parte de la población se está incorporado al mundo de las redes sociales, los medios tradicionales (radio, prensa y televisión) intentan adaptarse a los nuevos hábitos. Prácticamente todos los medios, además de estar presentes en el *online* a través de sus páginas *webs*, han decidido participar en Facebook y en Twitter. Diariamente, ofrecen a sus seguidores noticias de última hora para demostrarles que hay otra forma de transmitir información y que ellos han apostado por ello.

Sin embargo, cabe preguntarse qué comportamiento tienen los medios ante determinadas cuestiones que existen desde hace años y aún no se han resuelto. Una de ellas son las desigualdades de género. El asunto ha tomado relevancia en las últimas décadas. Sin embargo, años después aún quedan mucho por resolver. La mayoría de los estudios actuales, que han decidido tratar estos problemas en los medios de comunicación, se centran en la presencia de mujeres en altos cargos empresariales, cuáles son los puestos que mayoritariamente ocupa esta colectivo y su presencia en los contenidos, como temática de información más que analizar el protagonismo femenino como emisoras de información.

La radio es uno de los medios de comunicación mejor valorados por la sociedad. No obstante, se desconoce cuál es su situación desde un punto de vista de género en determinadas áreas. Mientras que en la prensa o la televisión parece muy clara la existencia de formatos destinados a un público femenino y masculino, en la radio la situación parece más compleja, puesto que no existen este tipo de programas. Aunque cada día hay más mujeres que trabajan fuera de su hogar, resulta evidente que existen horarios más propensos a que sean escuchados por unos u otros, en relación con sus hábitos diarios.

Es cierto que el público radiofónico matinal es mayoritariamente femenino, frente al de madrugada que es masculino, ya que el número de mujeres que trabajan en casa es superior y a que el deporte es un tema que sigue acaparando a un público generalmente varonil. Esta diferencia de oyentes, según el horario de emisión, provoca que el tratamiento de los contenidos y la estructura de los programas se dirijan a ese nicho de mercado. Sin embargo, a diferencia de la televisión, resulta más difícil afirmar que existan programas para hombres o para mujeres o que en ellos haya problemas de género que requieran ser denunciados.

En otro sentido, cabe cuestionarse la influencia que sobre el oyente tiene el emisor. ¿El tratamiento de un tema puede llegar a ser más creíble si es tratado por un hombre que por una mujer? ¿Hay un tipo de emisor para cada franja horaria? ¿Y para cada tema? Tras conocer diversos estudios sobre la mujer en los medios de comunicación, es posible percibir que apenas se alude a los posibles estereotipos que los periodistas con su trabajo transmiten. Esto es, aunque se ha conseguido avanzar en el tratamiento informativo o en el uso del lenguaje, la presencia de un periodista en determinadas franjas horarias, o dirigiendo un programa de una temática determinada, puede estar influyendo en que determinados estereotipos sigan vigentes en la radio.



2. METODOLOGÍA DEL ESTUDIO

Si de forma aleatoria cualquier oyente decide conectarse a una emisora radiofónica privada por la mañana, es muy probable que quien le dé los buenos días sea una voz masculina. Los protagonistas matinales de las tres principales cadenas de radio privadas españolas (SER, ONDA CERO y COPE) son locutores de gran prestigio social: Carlos Francino, Carlos Herrera y Ernesto Saenz de Buruaga, respectivamente. Por el contrario, los magazines vespertinos suelen tener voz femenina, pese a que la audiencia se diversifica más en esta franja. ¿Qué es lo que incentiva a que sean ellos o ellas los que estén al frente de un programa según el horario en el que se emitan?

Más evidente parece la respuesta a esta pregunta si se cuestionan los espacios radiofónicos destinados a hablar de deporte, donde independientemente de que en el equipo de redacción o enviados especiales haya mujeres, la voz principal es masculina. Es cierto que, pese a que cada día ellas se interesan más por el fútbol o el deporte en general, los principales seguidores de esta área son ellos. Por esto, es posible volver a realizarse la pregunta anterior: ¿este espacio es más creíble o tiene mayor audiencia porque su presentador es un hombre? ¿Qué ocurriría si quien dirige y presenta este espacio es una mujer?

Para realizar este estudio, se han elegido las tres principales cadenas de radio privadas en España, ya que su nivel de influencia es mayor que la del resto de estaciones que emiten en este país. Según la tercera ola de 2011 del Estudio General de Medios (EGM), de febrero a noviembre de 2011, los medios generalistas españoles más influyentes en el país son la Cadena SER, ONDA CERO y COPE. Independientemente de si estas cifras han aumentado o disminuido en los últimos años o de si es uno de los medios más consumidos o no, más de la mitad de la muestra (7988 de 11.162) son usuarios habituales de estas emisoras.

La diferencia entre la emisora de la Conferencia Episcopal y RNE 1 apenas es de 100 puntos (1.529), por lo que se podría haber sometido a este estudio, ya que cuenta con un gran número de seguidores. Sin embargo, se consideró que la emisora pública requería de otro tipo de análisis, ya que también sería necesario trabajar con sus emisoras temáticas: R3, R5, Radio Exterior y R4, puesto que están sometidas a las mismas directrices. Del mismo modo, habría que estudiar en profundidad los estatutos por los que se rigen y la política de igualdad que esté aplicando el Gobierno en el poder. Por este motivo, se considera más interesante realizar un estudio individual de la radio pública, ya que las conclusiones que de ello se pueden extraer contienen un matiz diferente del que se podría obtener de las emisoras privadas.

Partiendo de estas ideas, se pueden plantear las siguientes **hipótesis**:



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

- Las emisoras privadas españolas deciden que un programa radiofónico sea dirigido y presentado por un hombre o una mujer, según su horario de emisión (*prime time*, tarde, noche, madrugada...).
- Los programas radiofónicos temáticos (deporte, economía, salud, agricultura, misterio...) de las emisoras privadas españolas son presentados por hombres o mujeres, según los estereotipos de género implantados en la sociedad.
- Pese a que la presencia femenina es superior en las facultades de Comunicación, su participación directa en la radio privada, es decir, presentando programas radiofónicos, es inferior a la masculina.

Para comprobar la validez de estas hipótesis, se plantean una serie de **objetivos** con los que obtener unas conclusiones que permitan contribuir a la lucha por la igualdad de sexos en la profesión periodística:

- Conocer el porcentaje de presentadoras del total de la programación de la Cadena SER, COPE y ONDA CERO.
- Obtener el porcentaje de presentadoras en los principales bloques horarios (mañana, mediodía, tarde, noche y madrugada) de la Cadena SER, COPE y ONDA CERO.
- Comprobar si se cumplen los estereotipos de género en los programas temáticos de la Cadena SER, COPE y ONDA CERO, a través del género de sus presentadores.
- Demostrar que, pese a que en los estudios universitarios de Comunicación el número de mujeres es más elevado, los hombres siguen ocupando los puestos de mayor prestigio mediático.

Para el desarrollo de estos objetivos, no se ha realizado un estudio exhaustivo, que analice detenidamente la totalidad de la plantilla de las tres emisoras o de sus programas. Más bien, se ha apostado por un método exploratorio, que responde a una inquietud por estudiar la situación actual de la radio y los posibles problemas de género que en ella se pueden dar. Por este mismo motivo, se trata de un tema abierto a posibles líneas de trabajo futuras con las que continuar avanzando en este sentido y ampliar las ya existentes.

Tras la aparición de las primeras páginas webs de emisoras, surgió la posibilidad de escuchar la radio en directo, o en diferido a través de los *podcast*, desde cualquier punto del planeta en el que existiese conexión a Internet. Por ello, la difusión de cualquier información o estereotipo tiene una repercusión mayor a la que tendría hace unos años. Como consecuencia, resultan de verdadero interés los estudios de género sobre este medio, ya que su capacidad de influencia ha aumentado en los últimos años gracias al avance de la tecnología. Detectar estos posibles problemas permite denunciarlos y contribuye a la lucha por la igualdad en los medios y en la profesión periodística.



Aparentemente, cuando un usuario enciende la radio es posible que apenas detecte estereotipos de género por parte de los propios locutores, ya que cada día se tiene más cuidado respecto a esto. Eso no quiere decir que no sigan existiendo situaciones de discriminación, sino que cada vez hay una mayor concienciación entre los profesionales y aquellos que deciden denunciar situaciones de desigualdad. No obstante, es probable que pocos hayan percibido el estereotipo que inconscientemente reciben a través del periodista que le transmite esa información.

Si se piensa en determinados tipos de programas deportivos, religiosos, de misterio o humor parece que la voz predominante es la masculina. Lo mismo sucede si se recuerdan los horarios de máxima audiencia de la radio (la mañana), donde las voces estrella pertenecen a hombres. ¿Qué relación hay entre esos temas y el sexo del locutor? ¿Y en el horario? ¿Qué repercusión tiene esto sobre la audiencia? ¿Cómo influye en la lucha por la igualdad?

Para responder a estos interrogantes se ha trabajado con varios tipos de tablas con las que analizar la programación nacional de la Cadena SER, COPE y ONDA CERO en la semana del 7 al 13 de noviembre de 2011.

Como se comprobará, los programas que se emiten en las franjas horarias destinadas a las desconexiones regionales o locales se obviarán, ya que el presentador variará dependiendo de dónde se encuentre. En este sentido, resultaría muy complejo analizar cada una de las provincias y regiones en las que cada una de las cadenas tiene una emisora, entre otros motivos porque esos programas no se cuelgan en la web y no es posible escuchar los *podcast* que permitan conocer quién está al frente de cada uno de estos espacios. Por ello, se ha decidido estudiar la programación que afecta por igual a toda la geografía española y cuyo contenido también se encuentra disponible en cada una de las webs de las emisoras.

La primera de ellas que permite conocer el porcentaje de mujeres que presentan algún espacio del total de la programación de cada una de las tres emisoras que se han analizado. De este modo, se puede percibir la representación femenina en este medio y si existe o no una situación de desigualdad.

El segundo grupo de tablas pretende analizar el porcentaje de mujeres presentadoras según el momento del día. Para ello, en cada una de las emisoras se han distinguido entre los horarios que existen de lunes a viernes y los del fin de semana (sábado y domingo). Salvo pequeñas diferencias, en cuestión de cinco a treinta minutos, la programación semanal de las tres emisoras se organiza en torno a los siguientes bloques horarios:

De lunes a viernes:

- La mañana de 6.00 a 12.00 o 12.20 o 12.30, según la emisora
- El mediodía de 14.00 a 15.00
- La tarde de 16.00 a 20.00



- La noche de 20.00 a 00.00 y de 00.00 a 1.30 o 1.20 o 2.00, según la emisora
- La madrugada de 2.00 a 6.00 (aquí se ofrecen varios programas)

La situación varía en el fin de semana, ya que los hábitos sociales cambian y a ellos se adaptan las franjas horarias. En esta ocasión, el bloque matinal se inicia más tarde y se obvia la madrugada, ya que la programación que se vierte en este horario interesa más desde el punto de vista temático, puesto que son programas de información especializada. Los bloques horarios del fin de semana son:

Sábados y domingos:

- La mañana de 8.00 a 12.00 en la Cadena SER, de 8.00 a 12.30 en ONDA CERO y de 6.00 a 8.30 y de 10.00 a 14.00 en COPE.
- El mediodía de 14.00 a 15.00
- La tarde de 17.00 a 00.00 (sábado) de 15.30 a 00.00 (domingo) en la Cadena SER y COPE y de 17.00 a 01.00 (sábado) de 16.00 a 00.00 (domingo) en ONDA CERO.
- La noche de 00.00 a 1.30 en la Cadena SER y COPE y de 00.00 a 2.00 en ONDA CERO.

Finalmente, se han elaborado unas tablas con las que estudiar la relación que existe entre el presentador de un programa y el tema de éste. En este caso, no tienen cabida los magazines, puesto que se trata de un formato que acoge diferentes géneros periodísticos y la temática depende de la actualidad del día, por lo que resulta más interesante estudiarlos desde el punto de vista de la franja horaria en la que se emitan. De este modo, y tras conocer la programación temática de las emisoras, se deducen diferentes grupos con los que estudiar este último objetivo:

- Deportes
- Humor
- Motor
- Actualidad (varias secciones) y reportajes
- Cultura: cine, literatura, música, toros
- Viajes, gastronomía, aventura
- Sociedad: educación, salud, solidaridad, economía (negocios y comercio)...
- Medio ambiente, agricultura, caza, animales, pesca
- Ciencia, tecnología, misterio, historia y religión



- Consultorio

3. LAS EMISORAS PRIVADAS MÁS CONSOLIDADAS EN ESPAÑA

Antes de ofrecer los resultados del estudio, es necesario conocer brevemente el origen de estas emisoras, el grupo de comunicación al que pertenecen y cuál es su situación actual.

Apunto de cumplir su primer centenario de vida, la Cadena SER consigue sobrevivir al paso del tiempo gracias a su capacidad para adaptarse a los diferentes contextos políticos y sociales. La primera emisora, de la por entonces Unión Radio, apareció en las ondas el 14 de noviembre de 1924 en Barcelona bajo el indicativo EAJ1. Y fue en 1938, cuando adoptó el nombre con el que se la conoce actualmente Cadena SER (Sociedad Española de Radiodifusión). Hasta los últimos años de la Dictadura Franquista se dedicó a la radio de entretenimiento (radionovelas, concursos y musicales). Con la Transición, su forma de entender el periodismo cambió y la información se convirtió en uno de sus pilares fundamentales, que se mantiene hasta la actualidad. Actualmente, pertenece al Grupo de Comunicación Prisa, el más importante a nivel español, que cuenta con medios impresos, *online*, televisión y radio. Su amplia red de emisoras y antenas repartidas por toda la geografía, su labor periodística desempeñada a lo largo de los años y la profesionalidad han conseguido que durante décadas sea la emisora a la que más españoles se conectan.

Desde sus inicios en los años 60, la COPE siempre ha luchado por conseguir parte de la audiencia que fielmente seguía a la SER. Su tinte religioso y su afinidad con el gobierno franquista y a la derecha le permitieron gozar de una serie de privilegios que de otro modo le hubiesen sido imposibles. Una muestra de ello fue la orden del 12 de abril de 1965 que autorizaba que cincuenta emisoras agrupadas en la COPE siguiesen emitiendo en OM, en pleno proceso de implantación de la FM. Esta agrupación de emisoras parroquiales, pertenecientes a la Conferencia Episcopal, se caracteriza por su combinar la información de actualidad con la religiosa. Sus épocas más difíciles han estado marcadas por la ida y venida de destacados periodistas españoles como son Luis del Olmo, Encarna Sánchez, Luis Herrero o el polémico Federico Jiménez de los Santos. Desde que este último abandonó la emisora junto a parte de su equipo, la estación ha ido perdiendo un liderazgo que hábilmente ha conquistado ONDA CERO.

A principios de los 90, fruto de la fusión entre Radio Amanecer y la Cadena Rato nació ONDA CERO. Hasta 1999, esta emisora perteneció a la ONCE, quemás tarde decidió venderla a Telefónica. Durante varios años, la compañía de teléfonos decidió adentrarse en los medios de comunicación a través de la compra de Antena 3 televisión y la nueva emisora radiofónica, para crear el Grupo Antena 3. Posteriormente, Telefónica decidió desvincularse de los medios y vender sus acciones al Grupo Planeta, actual propietario de estos medios. Pese a su juventud, ha conseguido posicionarse como la segunda emisora privada más escuchada por los españoles.



4. CONCEPTOS BÁSICOS DE TEORÍA FEMINISTA

Los conceptos básicos que fundamentan este trabajo se derivan de la teoría feminista, un movimiento que durante años se ha dedicado a denunciar las diferentes estructuras sociales e ideológicas que provocan la discriminación de las mujeres en diversas áreas de la sociedad. De igual forma, entre sus objetivos se encontraba conocer qué era lo que había provocado que la diferencia entre sexos hubiese concluido en una situación de desigualdad social, en la que los hombres gozan de una situación hegemónica frente a las mujeres. En la actualidad, muchas feministas consideran que la propia estructura familiar es la que sigue marcando una estructura patriarcal, que dificulta luchar a favor de la igualdad entre géneros y fomenta los estereotipos. Esto se debe a que, durante años los hombres han sido los que han trabajado fuera (vida pública), frente a las mujeres que se han quedado en casa (vida privada), trabajando gratuitamente, y sin ejercer control sobre las cuestiones económicas, políticas y sociales (Ortiz, 2004).

Esta situación no se traduce del mismo modo en todas las culturas y en los diferentes contextos históricos, ya que las características que se le otorgan a cada sexo y las conductas que se espera de ellos suelen variar. Según Elvira Altés Rufias:

“Los estereotipos surgen del medio social y se aprenden a través de permanentes procesos de socialización. Son, en definitiva, fieles reflejos del sistema de símbolos compartidos de una cultura y una historia, y van a nacer y mantenerse porque responden a las necesidades que tiene tal contexto para preservar unas normas sociales”.

Este concepto, que surge de forma natural en todas las sociedades y culturas, provoca importantes daños en las personas que lo sufren. Muestra de ello es el enorme esfuerzo que tienen que realizar muchas mujeres para demostrar su validez en contra de los prejuicios que caen sobre ellas. Luchar contra un estereotipo no es fácil. De hecho, no se altera hasta que no se den las circunstancias que puedan alterarlo y el grupo estereotipado adopte unas nuevas atribuciones (Ortiz, 2004).

Por su parte, los medios recurren a los estereotipos en un gran número de ocasiones para reducir o hacer más sencilla la realidad. Sin embargo, si deciden luchar contra ellos y difundir una imagen renovada, su papel puede ser determinante para el progreso de la sociedad y la igualdad de género.

Estos estereotipos culturales, sociales, ideológicos y la imagen que, en ocasiones, se difunde a través de los medios de comunicación provoca que se cree una barrera invisible que impide que las mujeres, pese a tener una buena capacidad personal y profesional, puedan ocupar cargos directivos (Ortiz, 2004). Esta idea se conoce como “techo de cristal”, y permite que a los hombres les resulte más sencillo acceder a esos puestos. Relacionado con esto se encuentra el “techo de



cemento" que atiende a las "normas que se autoimponen las propias mujeres y que les hace rechazar la promoción a puestos directivos" (Loscertales y Nuñez, 2008).

Uno de los elementos que provocan que la mujer acabe rechazando esos puestos laborales, se debe los valores culturales que tienen asumidos y que la sitúan como "guardiana del hogar". La dificultad de compaginar su vida familiar y profesional y la presión personal siguen siendo una de las causas que dificulta que algunas mujeres no ocupen puestos de alta responsabilidad (Ortiz, 2004).

Estas dos ideas nos demuestran la necesidad de recurrir a estudios de este tipo, ya que gracias a ellos es posible conocer la relación que tienen los medios de comunicación con estos estereotipos: ¿existe sexismo en los medios? ¿Qué imagen de igualdad transmiten? ¿Qué efecto provocan sus mensajes? y ¿en qué sentido están contribuyendo a mantener los estereotipos?

5. RESULTADOS DEL ESTUDIO

La mujer en los programas radiofónicos

En el total de la programación de las tres emisoras estudiadas se puede comprobar que el porcentaje de mujeres que presentan, de forma exclusiva, cualquier espacio nunca supera el 32%.

Como se puede observar, el resultado que de la Cadena SER y ONDA CERO es muy similar: 31.8% y 31.57%, respectivamente. En el caso de la primera, de los veintidós espacios que conforman su parrilla siete son presentados por una mujer: *La Ventana* con Gemma Nierga, *Hora 25* con Ángeles Barceló, *Hablar por hablar* con Macarena Berlín, *A vivir que son dos días* con Monserrat Domínguez, *Hora 14 fin de semana* con Esther Bazán, *Hora 14 Ser Reporteros* y *La script* con María Guerra. Por su parte, de los dieciséis programas que componen la programación de la emisora del Grupo Planeta seis son presentados por mujeres: *Noticias mediodía* con Elena Gijón, *Julia en la Onda* con Julia Otero, *La fosforera* con Rocío Sánchez, *Onda Agraria* con Soledad de Juan (acompañada por Pablo Rodríguez), *Te doy mi palabra* con Isabel Gemio y *Gente Viajera* con Esther Eiros.

Por el contrario, la presencia de la mujer locutora en la COPE sólo representa el 7.6%, esto es, de veintiséis programas diferentes que oferta la emisora de la Conferencia Episcopal sólo dos tienen como voz principal a una mujer: *Desde el Tejado* con Mercedes Aranda y *Dos Días contigo* con Cristina López.

Cuadro 1



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

Representación de mujeres y hombres en los programas radiofónicos de la Cadena SER

| SER | | |
|--------------------------|-------------------------------------|--------------|
| Programa | Locutor | Sexo (mujer) |
| Hoy por hoy | Carlos Francino | 0 |
| Hora 14 | Jose Antonio Marcos | 0 |
| La Ventana | Gemma Nierga | 1 |
| Hora 25 | Ángeles Barceló | 1 |
| El Larguero | José Ramón de la Morena | 0 |
| Hablar por hablar | Macarena Berlín | 1 |
| Si amanece nos vamos | Roberto Sánchez | 0 |
| | | |
| Ser aventureros | José Antonio Ponseti | 0 |
| Ser Consumidor | Jesús Soria | 0 |
| Matinal 7-8 | - | |
| A vivir que son dos días | Montserrat Domínguez | 1 |
| Hora 14 | Esther Bazán | 1 |
| Hora 14 Ser Reporteros | Mujer | 1 |
| El Mundo Today | Juanra Bonet | 0 |
| Fórmula SER | David Alonso | 0 |
| La script | María Guerra | 1 |
| Carrusel deportivo | José Antonio Ponseti y Manu Carreño | 0 |
| Milenio 3 | Iker Jiménez | 0 |
| Los Toros | Manuel Molés | 0 |
| Punto de fuga | Pablo Morán | 0 |
| SER Historia | Nacho Ares | 0 |
| Notas de Cine | Antonio Martínez | 0 |

De 22 programas 7 son presentados por mujeres → 31,8%

Cuadro 2

Representación de mujeres y hombres en los programas radiofónicos de COPE

| COPE | | |
|---------------------|-------------------------|--------------|
| Programa | Locutor | Sexo (mujer) |
| Así son las mañanas | Ernesto Sáez de Buruaga | 0 |
| Mediodía COPE | José Luis Pérez | 0 |
| La Atalaya | César Lumbreras | 0 |



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

| | | |
|-------------------------|---|----------|
| El Espejo | José Luis Restán, Manuel María Bru y Álvaro Real | 0 |
| La Linterna | Juan Pablo Colmenarejo | 0 |
| El Partido de las 12 | Juan Antonio Alcalá y Joseba Larrañaga | 0 |
| La noche de COPE | Adolfo Arjona | 0 |
| Los Decanos | Esteban Pérez Almeida | 0 |
| Desde el Tejado | Mercedes Aranda | 1 |
| Pantalla Grande | Jerónimo José Martín y Juan Orellana | 0 |
| Entre dos | Fernando de Haro | 0 |
| Llueven Luciérnagas | Paco Ventura | 0 |
| A buenas horas (V-S) | Juan Carlos Ramos | 0 |
| | | |
| Así son las mañanas | Fernando de Haro | 0 |
| Iglesia Noticia | Faustino Catalina | 0 |
| Agropopular | César Lumbreras | 0 |
| El primer día | Javier Alonso | 0 |
| Misa | - | |
| Dos días contigo | Cristina López | 1 |
| Mediodía COPE | Juanma Rodríguez | 0 |
| COPE GP | Carlos Miquel | 0 |
| COPE 3D | Javier Villacañas | 0 |
| Tiempo de juego | Paco González, Pepe Domingo Castaño y Manolo Lama | 0 |
| Caserito, caserito | Edu Soto | 0 |
| La noche de COPE | Adolfo Arjona | 0 |
| De madrugada | Roberto Pablo | 0 |

De 26 programas 2 son presentados por mujeres →7,6%

Cuadro 3

Representación de mujeres y hombres en los programas radiofónicos de ONDA CERO

| ONDA CERO | | |
|--------------------|----------------|--------------|
| Programa | Locutor | Sexo (mujer) |
| Herrera en la Onda | Carlos Herrera | 0 |
| Noticias mediodía | Elena Gijón | 1 |
| Julia en la Onda | Julia Otero | 1 |



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

| | | |
|-------------------------------|---|------------|
| La brújula | Carlos Alsina | 0 |
| Al primer toque | Ángel Rodríguez | 0 |
| La Parroquia | Sergio Fernández (copresentador Arturo González Campos) | 0 |
| No son horas | José Luis Salas | 0 |
| La fosforera (viernes) | Rocío Sánchez | 1 |
| | | |
| Onda agraria | Pablo Rodríguez y Soledad de Juan | 0-1 |
| Linde y ribera | Cesáreo Martín | 0 |
| Noticias fin de semana | Juan Diego Guerrero | 0 |
| Te doy mi palabra | Isabel Gemio | 1 |
| Gente viajera | Esther Eiros | 1 |
| Como el perro y el gato | Carlos Rodríguez | 0 |
| En buenas manos | Bartolomé Beltrán | 0 |
| Radioestadio | Javier Ares y Javier Ruiz Taboada | 0 |
| La rosa de los vientos | Bruno Cardenosa | 0 |
| Partiendo de cero | Paco León | 0 |
| Radio del Motor | Rafael Fernández | 0 |

De 19 programas 6 son presentados por mujeres →31,57%

La mujer y las franjas horarias

Según los datos que ofrece el cuadro 7, la franja horaria en la que el porcentaje de mujeres presentadoras es mayor al de hombres está entre las 16.00 y las 19.00 horas, con un 66.66%, es decir, dos de las tres emisoras apuestan por ellas. En este horario se emiten magazines vespertinos que tratan temas de actualidad y atemporales, con un tono más suave al que se suelen recurrir los que se emiten por la mañana o por la noche.

Por contra, las tres emisoras coinciden en prescindir de éstas de 6.00 a 12.00 y de 00.00 a 2.00, *prime time* de la radio española. La primera franja horaria atiende a los magazines matinales en los que incorporan secciones de política, economía y actualidad y la segunda se corresponde con los programas de deportes, que resumen la actualidad deportiva a nivel nacional.

En otro sentido, el mediodía (14.00-15.00), la noche (20.00-00.00) y la madrugada (2.00 a 6.00) son mayoritariamente masculinos. En estos horarios sólo en el 33.33%, en los dos primeros casos, y en el 28.57%, en el último, se encuentra una mujer presentando los espacios que se



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

emiten en ese momento. En el primero de los casos se trata de los informativos nacionales de cada emisora, en el segundo de los magazines nocturnos, que al igual que los de la mañana suelen corresponderse con tertulias políticas y económicas, y en el tercero con programas de humor o actualidad con un tono distendido y relajado.

Respecto al cuadro 8, correspondiente al fin de semana, resulta evidente que las mañanas tienen voz de mujer (75% de las ocasiones) y que, por el contrario, la tarde y noche masculina (0% de mujeres). Al igual que sucedía con los magazines vespertinos, los matinales del fin de semana incorporan secciones de actualidad que se tratan de un modo distendido. En estos casos, se obvian las tertulias de temas duros (política, economía, comercio...) y los temas se hacen más accesibles a todos los públicos.

Respecto a las tardes y noches del fin de semana, resulta evidente que se corresponden con los horarios en los que se retransmiten los partidos, mayoritariamente de fútbol, y posteriormente se comentan.

Finalmente, del mismo modo que ocurría entre semana, la presencia femenina en el horario de mediodía es muy inferior a la masculina con un 33.33%.

Resulta por tanto evidente que el porcentaje de mujeres que presentan un programa tanto de lunes a viernes (28.57% del total) como en el fin de semana (33.33% del total) en las franjas horarias estudiadas es bastante inferior al de los hombres.

Cuadro 4

Representación de mujeres y hombres en los programas radiofónicos de la **CADENA SER**, según su horario de emisión

Programación de lunes a viernes

| SER | | | |
|-------------|---------------------|-------------------------|----------------|
| Horario | Programa | Locutor/a | Género (mujer) |
| 06.00-12.20 | Hoy por Hoy | Carlos Francino | 0 |
| 14.00-15.05 | Hora 14 | Jose Antonio Marcos | 0 |
| 16.00-19.00 | La Ventana | Gemma Nierga | 1 |
| 20.00-00.00 | Hora 25 | Ángels Barceló | 1 |
| 00.00-01.30 | El Larguero | José Ramón de la Morena | 0 |
| Madrugada: | | | |
| 01.30-04.00 | Hablar por hablar | Macarena Berlín | 1 |
| 04.00-06.00 | Si amanecemos vamos | Roberto Sánchez | 0 |



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5, 6 Y 7 DE MARZO DE 2012

Programación del fin de semana

| SER | | | |
|--------------------------|--------------------------|-------------------------------------|----------------|
| Horario | Programa | Locutor/a | Género (mujer) |
| 08.00-12.00 | A vivir que son dos días | Montserrat Domínguez | 1 |
| 14.00-15.00 | Hora 14 Fin de semana | Esther Bazán | 1 |
| 17.00-00.00//15.30-00.00 | Carrusel Deportivo | Manu Carreño y José Antonio Ponseti | 0 |
| 00.00-01.30 | El Larguero | José Ramón de la Morena | 0 |

Cuadro 5

Representación de mujeres y hombres en los programas radiofónicos de **ONDA CERO**, según su horario de emisión

Programación de lunes a viernes

| COPE | | | |
|-------------|----------------------|--|----------------|
| Horario | Programa | Locutor/a | Género (mujer) |
| 06.00-12.20 | Así son las mañanas | Ernesto Sáez de Buruaga | 0 |
| 14.00-15.00 | Mediodía COPE | José Luis Pérez | 0 |
| 16.00-19.00 | La Atalaya | César Lumbreras | 0 |
| 20.00-00.00 | La Linterna | Juan Pablo Colmenarejo | 0 |
| 00.00-01.45 | El Partido de las 12 | Juan Antonio Alcalá y Joseba Larrañaga | 0 |
| Madrugada: | | | |
| 01.45-04.30 | La noche de COPE | Adolfo Arjona | 0 |
| 04.30-05.00 | Los Decanos | Esteban Almeida Pérez | 0 |
| 05.00-06.00 | Desde el Tejado | Mercedes Aranda | 1 |

Programación del fin de semana

| COPE | | | |
|------|--|--|--|
|------|--|--|--|



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

| Horario | Programa | Locutor/a | Género (mujer) |
|--------------------------|---------------------------------------|---|----------------|
| 06.00-08.30 | Así son las mañanas del fin de semana | Fernando de Haro | 0 |
| 10.00-14.00 | Dos días contigo | Cristina López | 1 |
| 14.00-14.30 | Mediodía COPE | Juanma Rodríguez | 0 |
| 17.00-00.00/15.30-00.00 | Tiempo de juego | Paco González, Pepe Domingo Castaño y Manolo Lama | 0 |
| 00.00-01.00//00.00-01.30 | El partido de las 12 | Juan Antonio Alcalá y Joseba Larrañaga | 0 |

Cuadro 6

Representación de mujeres y hombres en los programas radiofónicos de COPE, según su horario de emisión

Programación de lunes a viernes

| ONDA CERO | | | |
|-------------|-----------------------------|---|--------|
| Horario | Programa | Locutor/a | Género |
| 06.00-12.30 | Herrera en la Onda | Carlos Herrera | 0 |
| 14.00-15.00 | Noticias mediodía | Elena Gijón | 1 |
| 16.00-19.00 | Julia en la Onda | Julia Otero | 1 |
| 20.00-00.00 | La Brújula | Carlos Alsina | 0 |
| 00.00-02.00 | Al primer toque | Ángel Rodríguez | 0 |
| Madrugada: | | | |
| 02.00-04.30 | La Parroquia del monaguillo | Sergio Fernández (copresentador Arturo González Campos) | 0 |
| 04.30-06.00 | No son horas | José Luis Salas | 0 |

Programación del fin de semana

| ONDA CERO | | | |
|--------------------------|--------------------------|-----------------------------------|----------------|
| Horario | Programa | Locutor/a | Género (mujer) |
| 08.00-12.30 | A vivir que son dos días | Isabel Gemio | 1 |
| 14.00-15.00 | Noticias fin de semana | Juan Diego Guerrero | 0 |
| 17.00-01.00//16.00-00.00 | Radioestadio | Javier Ares y Javier Ruiz Taboada | 0 |



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

| | | | |
|-----------------|-----------------|-----------------|---|
| 00.00-02.00 (D) | Al primer toque | Ángel Rodríguez | 0 |
|-----------------|-----------------|-----------------|---|

Cuadro 7

Resultados de lunes a viernes de las tres emisoras

| Horarios | SER | ONDA CERO | COPE | Presencia de mujeres |
|--------------------------|-----------------|------------------|---------------------------|----------------------|
| 6-12 | Hombre | Hombre | Hombre | 0% Mujeres |
| 14.00-15.00 | Hombre | Mujer | Hombre | 33.33 % |
| 16-19 | Mujer | Mujer | Hombre | 66.66% |
| 20-00 | Mujer | Hombre | Hombre | 33.33% |
| 00-02 | Hombre | Hombre | Hombre | 0% Mujeres |
| Madrugada: 2-4 4-6 | Mujer Hombre | Hombre Hombre | Hombre Hombre Mujer | 28.57% |

Cuadro 8

Resultados fin de semana de las tres emisoras

| Horarios | SER | ONDA CERO | COPE | Presencia de mujeres |
|--|--------|-----------|-----------------|----------------------|
| SER 8-12 COPE 6-8.30// 10-14 O.CERO 8-12.30 | Mujer | Mujer | Hombre Mujer | 75% |
| 14.00- 15.00 | Mujer | Hombre | Hombre | 33.33 % |
| 17-00 | Hombre | Hombre | Hombre | 0% Mujeres |
| 00-01.30 | Hombre | Hombre | Hombre | 0% Mujeres |

La mujer y los estereotipos temáticos

Los resultados del cuadro 9 permiten conocer el porcentaje de mujeres que presentan los programas temáticos de las emisoras.



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

Como se está comprobando a lo largo de la exposición de los resultados, en la mayoría de los espacios la voz principal es masculina. Las áreas temáticas en las que hay un 0% de presentadoras femeninas son: deportes, humor, motor, sociedad (educación, salud, solidaridad, economía: consumo y negocios), medio ambiente (naturaleza, agricultura, animales, caza y pesca) y ciencia y divulgación (tecnología, misterio, historia y religión). No obstante, en el apartado destinado a los programas relacionados con el medio ambiente, hay que hacer una referencia especial a *Onda Agraria*, ya que es presentado por un hombre y una mujer, Pablo Rodríguez y Soledad de Juan.

Con un porcentaje bastante bajo, 14%, las mujeres aparecen en los programas culturales (cine, literatura, música y toros). De los siete programas que existen de esta temática, sólo *La Script* de la Cadena SER ha elegido a una mujer para que presente este espacio.

En una situación de igualdad, 50%, figuran los programas de actualidad, reportajes y viajes, gastronomía y aventura. Mientras que la Cadena SER decidió escoger para su programa *Ser Aventureros* a José Antonio Ponseti, ONDA CERO apostó por Esther Eiros para que presentase *Gente viajera*.

Aunque este tipo de programas sólo se da en la Cadena SER, es necesario aludir a *Hablar por hablar*, presentado actualmente por Macarena Berlín. Desde su nacimiento, en 1989 en Radio Barcelona, varias mujeres se han ido sucediendo como locutoras de este espacio, y nunca ha habido un hombre que se haya hecho cargo de este espacio.

Finalmente, se puede concluir que sólo el 11.9% de los programas temáticos son presentados por mujeres.

Cuadro 9

Representación de mujeres y hombres en los programas radiofónicos, según su temática

| Temas, espacios, géneros... | SER | ONDA CERO | COPE | Porcentaje de mujeres |
|-----------------------------|---|--|-------------------------|-----------------------|
| Deportes | -El Larguero: H -Carrusel deportivo: H | -Al primer toque: H -Radioestadio: H -Partiendo de cero: H | El Partido de las 12: H | 0% |
| Humor | -Si amanecemos vamos: H -El Mundo Today: H | La Parroquia: H | Caserito, caserito: H | 0% |
| Motor | Fórmula SER: H | Radio del Motor: H | COPE GP: H | 0% |
| Actualidad | Hora 14 Ser | | -La noche de | 50% |



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

| | | | | |
|--|---|---|---|--------|
| (varias secciones) y reportajes | Reporteros: M | | COPE: H -Desde el Tejado: M -De madrugada: H | |
| Cultura: cine, literatura, música, toros | -La script: M -Los Toros: H -Notas de Cine: H | No son horas: H | -Pantalla Grande: H -Entre dos: H -Llueven Luciérnagas: H | 14.28% |
| Viajes, gastronomía, aventura... | Ser Aventureros: H | Gente viajera: M | | 50% |
| Sociedad, educación, salud, solidaridad, economía (consumo)... | -Punto de fuga: H -Ser Consumidor: H | En buenas manos: H | Los Decanos: H | 0% |
| Medio ambiente, agricultura, animales, caza, pesca... | | -Onda agraria: H/M -Linde y ribera: H -Como el perro y el gato: H | Agropopular: H | 0% * |
| Ciencia, tecnología, misterio, historia, religión... | -Milenio 3: H -SER Historia: H | La rosa de los vientos: H | -El Espejo: H -Iglesia Noticia: H -El primer día: H COPE 3D: H | 0% |
| Consultorios | Hablar por hablar: M | | | 100% * |

6. CONSIDERACIONES FINALES

Tras realizar este análisis y conocer los datos que de éste se derivan, es posible extraer una serie de conclusiones acerca de la desigualdad de género que existe entre los presentadores de estas tres emisoras privadas.

Posiblemente, detrás de cada uno de los programas radiofónicos, que se emiten en las diferentes emisoras radiofónicas, existe un gran equipo de redactores, productores y jefes



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

compuesto por hombres y mujeres. Sin embargo, estos no son conocidos por el oyente, quien en la mayoría de los casos identifica y valora un programa por la voz que lo conduce. Por ello, resulta necesario que las mujeres presenten los espacios de la estación y no se limiten a ser colaboradoras o desempeñar cualquier otro trabajo que esté detrás del micrófono o que apenas le dé unos minutos en antena.

Pese a que las facultades de comunicación cuentan con una presencia mayoritariamente femenina, las mujeres siguen estando en un segundo plano. El dato que confirma que sólo el 32% de los programas de la Cadena SER y ONDA CERO son presentados por éstas, demuestra que los hombres siguen siendo las estrellas. Es por ello que, los receptores siguen percibiendo que es una profesión de hombres, donde ellos ocupan los mejores puestos y a los que el público "reconoce por su trabajo". Quien no llena muchos minutos de micrófono casi pasa desapercibido para la audiencia. Para comprobar esto, basta con pensar en cuántos nombres de productores de programas radiofónicos o corresponsales radiofónicos se recuerdan. Sin embargo, si se pide recordar los directores de los grandes espacios radiofónicos cualquier oyente asiduo a la radio es capaz de conocerlo, pese a que esa no sea su emisora de referencia. Es por este motivo, por el que ellas siguen siendo poco conocidas en la radio y muchos siguen pensando en la radio con voz masculina.

Por su parte, resulta llamativo que la Cadena SER pese a que tener una línea editorial más próxima a la izquierda capitaneada por el Partido Socialista, lejos queda su relación con la política progresista y de igualdad que ha planteado éste partido durante sus dos últimas legislaturas (2004-2008 y 2008-2011).

En otro sentido, a través de los datos analizados y obtenidos, COPE demuestra ser una emisora en la que existe una fuerte desigualdad de género. Pese a que es la estación que más variedad de programación posee, veintiseis programas de orden nacional, sólo dos son presentados por mujeres. Se podría pensar que esto tiene alguna relación con el contenido religioso que acompaña a la emisora, donde todas estas informaciones las transmiten hombres. Sin embargo, si se observa su programación se puede percibir que se adapta a los mismos cánones que el resto de emisoras privadas que se han estudiado. Por lo que es preciso preguntarse ¿por qué la emisora de la Conferencia Episcopal prefiere que las voces masculinas sean las que dirijan sus programas frente a las femeninas?

Relacionado con ese cierto protagonismo que se les da a los hombres en los medios, los cuadros 7 y 8 nos muestran esta realidad. De lunes a viernes los momentos de *prime time* son de 6.00 a 12.00 (fundamentalmente), de 14.00 a 15.00 y de 00.00 a 2.00. En estos horarios se emiten magazines con tertulias políticas, económicas y otros temas de actualidad, los informativos nacionales y los deportes, presentados por hombres de gran prestigio en el mundo radiofónico. Sin embargo, los magazines vespertinos (16.00-20.00), presentados por mayoritariamente por mujeres, se caracterizan por su baja audiencia y por la ligereza de sus temas. Por otra parte, y pese a que de 20.00 a 00.00 es momento complicado para la radio por la competencia con la televisión, los presentadores de estos espacios son hombres (salvo en la Cadena SER) que ofrecen un magazine de corte similar al de la mañana (política y economía,



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

fundamentalmente). Diferente, pero curioso, es el caso de las madrugadas, donde salvo en un programa de la COPE, las cuatro horas de la madrugada (de 2.00 a 6.00) son presentadas por hombres. Posiblemente, esto se debe al tipo de programas que se emiten en este horario (humor y actualidad con un tono distendido).

Los fines de semana también reflejan claramente esta idea que se viene tratando. A diferencia de lo que ocurre el resto de días, el *prime time* del fin de semana no es la mañana, sino la tarde y la noche. De 8.00 a 12.00 la radio ofrece programas de actualidad con un alto contenido cultural presentado por mujeres (Montserrat Domínguez en la Cadena SER, Cristina López de COPE e Isabel Gemio de ONDA CERO). Sin embargo, el medio es consciente de que por las tardes mucha gente se conecta a la radio para escuchar los partidos y los resultados. Como se podía esperar, en este caso los hombres son los directores y presentadores de los programas. Es posible que existan mujeres comentaristas, sin embargo, son ellos los que acaparan el horario y el tema estrella de la radio el fin de semana.

Las diferentes campañas a favor de la igualdad, normativas o manuales de estilo que pretenden eliminar los elementos machistas implantados en la sociedad española han cambiado las rutinas laborales de los profesionales de la comunicación. Cada pieza que se emite intenta cuidar el tono o el lenguaje con el que se transmite a la audiencia. Sin embargo, hay determinados estereotipos que están implícitos en la propia persona que transmite esa información. Es decir, durante años el mundo público se ha identificado con la figura masculina, puesto que el hombre era quien salía a trabajar y se dedicaba de adoptar las decisiones políticas, económicas, científicas o culturales. Por su parte, la mujer se orientaba al mundo privado del hogar. Esta idea ha provocado que determinados temas se identifiquen con un sexo u otro, este es el caso de los temas anteriormente mencionados o el deporte. De hecho, durante años se considero que éste era una actividad de hombres que masculinizaba a las mujeres. Es más, en muchas ocasiones se puede observar cómo muchas de las informaciones emitidas sobre mujeres deportistas hacen alusión a su aspecto físico y no a sus méritos profesionales.

Como queda de manifiesto en el cuadro 9, estos estereotipos también parecen aplicarse a los propios presentadores de los diferentes espacios radiofónicos, donde las mujeres no aparecen como presentadoras en los programas de deportes, humor, motor, sociedad, (educación, salud, solidaridad, economía: consumo y negocios), medio ambiente (naturaleza, agricultura, animales, caza y pesca) y ciencia (tecnología, misterio, historia y religión). Como novedad se presenta el espacio *Onda Agraria*, ya que se trata de un programa de agricultura en el que aparece una mujer como presentadora. Es evidente que resulta llamativa esta iniciativa, ya que las labores del campo siempre se han identificado con el hombre (pese a que ellas también iban al campo y trabajaban como ellos). No obstante, para evitar ese posible extrañeza por parte de la audiencia, ella no lo presenta sola, sino que lo hace junto a un hombre. De este modo, los posibles choques culturales pueden verse solventados con la presencia de un hombre. Algo similar ocurre con los espacios culturales, donde salvo en una ocasión siempre son los hombres quienes ponen voz a la cultura: cine, teatro, literatura o toros. Este último campo temático es uno de los más masculinizados en el periodismo. Igual de llamativo a estos datos, es la forma en la que se refuerza el estereotipo de mujer comprensiva, emocional, paciente o confidente a través del



programa *Hablar por hablar*, donde los oyentes se sienten arropados con la voz de Macarena Berlín.

De manera que, pese a que los propios profesionales se preocupan por el tratamiento de sus contenidos, la presencia de uno u otro sexo al frente de un espacio está contribuyendo a mantener los estereotipos que a través de otras prácticas se intentan eliminar.

En este sentido, los estudios de género en los medios de comunicación son muy importantes en la lucha por la igualdad entre sexos, ya que de este modo se podrán solventar aquellas cuestiones que provocan que los estereotipos pervivan con el paso del tiempo. El gran número de mujeres que actualmente hay formándose para ocupar esos puestos y la lucha porque se cumplan las diferentes normativas que buscan la igualdad podrán conseguirlo. De este modo, se destruirá el techo de cristal que se autoimponen y les impide luchar en su ascenso y la estructura mediática se ajuste a la situación real que están viviendo los medios. Así, las mujeres dejarán de estar en una situación de inferioridad frente a los hombres

7. Bibliografía

Labio Bernal, Aurora (2006): *Comunicación, periodismo y control informativo. Estados Unidos, Europa y España*, Anthropos, Barcelona.

López Díez, Pilar, directora de la investigación, (2002): *Representación de género en los informativos de radio y televisión*, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, Instituto de la Mujer: RTVE Grupo, Madrid.

Ortiz Sobrino, Miguel Ángel, coordinador, (2004): *Manual de información en género*, Instituto Oficial de Radio y Televisión.

Loscertales, Felicidad y Nuñez Trinidad, coordinadoras, (2007): *La mirada de las mujeres en la sociedad de la información*, Visión Net, Madrid.

Loscertales, Felicidad y Nuñez Trinidad, coordinadoras, (2008): *Los medios de comunicación con mirada de género*, Instituto de la Mujer, Sevilla.

(2003): *Areste: arrinconando estereotipos en los medios de comunicación y la publicidad*, Comunidad de Madrid, Dirección General de la Mujer, Madrid.

(2010): *El audiovisual ante la ley de igualdad*, Instituto Andaluz de la Mujer, Fundación Audiovisual de Andalucía, Sevilla.

www.cadenaser.com Consultado: 13/11/2011



www.cope.es Consultado: 13/11/2011

www.ondacero.es Consultado: 13/11/2011