



Análisis comparativo de la figura femenina en los informativos de la televisión valenciana. Caso concreto: Canal 9 y À Punt.

PE0932. Trabajo Final de Grado

Línea A: Iniciación a la investigación científica en el ámbito del periodismo

Grado en Periodismo Curso: 2018 – 2019

Tutora: Amparo López Meri

Autora: Neus Baeza Antich DNI: 73598788-F

Correo electrónico: al339909@uji.es

Índice

Resumen.....	pág.3
Abstract	pág.3
1. Introducción	pág.4
2. Objetivos e hipótesis	pág.6
3. Marco teórico	pág.7
3.1. La mujer en la televisión internacional.....	pág.7
3.2. La mujer en la televisión española	pág.10
3.3. La mujer en la televisión autonómica valenciana	pág.13
4. Metodología	pág.17
4.1 Técnica y muestra	pág.17
4.2 Modelo de análisis	pág.17
4.2.1. Entrevistas.....	pág.17
4.2.2. Informativos	pág.19
4.3 Modelo de análisis.....	pág.20
4.3.1. Cuestionario	pág.20
4.3.2. Tablas	pág.21
5. Exposición de resultados	pág.23
5.1. Posición laboral y funciones	pág.23
5.2. Presencia de la mujer en los informativos.....	pág.24
5.3. Requisitos para presentar.....	pág.31
6. Conclusiones y discusión	pág.32
7. Referencias bibliográficas	pág.35

Resumen

Esta investigación examina la presencia y los roles que ejerce la mujer dentro de los informativos de la televisión valenciana. Para ello se ha realizado un estudio de caso sobre la comparación en los casos concretos de *Canal 9* y *À Punt*. La metodología se basa en un análisis de contenido cuantitativo y la entrevista a cuatro presentadoras que trabajaron en *Canal 9* y, actualmente, en *À Punt*. La muestra incluye las respuestas a las entrevistadas más 28 informativos, incluyendo los del medio día y de la noche, de la actual cadena de televisión autonómica valenciana. Los resultados nos confirman que, efectivamente, la presencia de la mujer como periodista ha aumentado en los informativos valencianos. Respecto a los roles y funciones que desarrollan las mujeres periodistas, se observa que las profesionales entrevistadas han conseguido subir y/o mantener el puesto de trabajo que ejercían en la antigua cadena de televisión. En cuanto a la presencia de la mujer en los informativos, se observa que en cuanto a VTR la presencia de la mujer ha aumentado, aunque en ciertas secciones como la política y los deportes, el 80% sigue siendo presencia masculina. Ocurre lo mismo en relación a las conexiones en directo y las voces expertas. Los platós cuentan con casi el 100% de presencia femenina, en todas las secciones, excepto en los deportes. Aunque se ha producido un aumento de presencia femenina en los informativos de *À Punt*, la necesidad de la incorporación de periodistas y expertas femeninas en el ámbito deportivo y político sigue siendo una problemática a solucionar.

Palabras clave: mujer, informativos, presencia, requisitos, VTR, platós, conexiones en directo, voces expertas.

Abstract

This research examines the presence and roles that women exercise in the news of Valencian television. For this purpose, a case study has been carried out on the comparison in the specific cases of *Canal 9* and *À Punt*. The methodology is based on a quantitative content analysis and the interview with four presenters who worked on *Canal 9* and, currently, in *À Punt*. The exhibition includes responses to the interviewees plus 28 news reports, including those of noon and night, of the current Valencian television network. The results confirm to us that, indeed, the presence of

women as a journalist has increased in Valencian news. As for the presence of women in the news, it is noted that in terms of VTR the presence of women has increased, although in certain sections such as politics and sports, 80% remains male presence. The same is true for live connections and expert voices. The sets have almost 100% female presence, in all sections except sports. Although there has been an increase in female presence in the news of *À Punt*, the need for the incorporation of journalists and female experts in the sporting and political sphere remains a problem to be solved.

Keywords: woman, informative, presence, requirements, VTR, sets, live connections, expert voices.

1. Introducción

Hoy en día, los medios de comunicación se caracterizan por ser una herramienta persuasiva que nos permiten mantenernos en continua comunicación con los distintos sucesos sociales, políticos y económicos tanto a escala nacional como internacional.

En nuestra sociedad, cada vez es mayor la importancia de los medios masivos y en particular de la televisión. Esta influye sobre la forma de actuar o de pensar de las personas, logra modificar la forma en que las personas conocen y comprenden la realidad que los rodea.

Y es que los medios de comunicación y sus hábitos en la cobertura de informaciones de género tienen un importante papel en la configuración de la imagen de la mujer. Pero aún existen algunas lagunas sobre la actividad de las mujeres como periodistas, su presencia en los medios y sus cualidades profesionales.

Muchas de estas mujeres se han decantado por la profesión periodística ya que, además, en la carrera de Periodismo empieza haber una considerable superioridad de mujeres matriculadas. Pero no olvidemos que históricamente el Periodismo,

como tantas otras cosas, era una profesión masculina. De hecho, las primeras mujeres periodistas en España son del siglo XIX: María del Carmen Silva (Seoane y Sáiz, 2007: 69) de origen portugués o la española Carmen de Burgos, que solía firmar con el seudónimo de 'Colombine' (Folguera Crespo, 1997:474).

En la actualidad, todas las cadenas de televisión acogen gran cantidad de mujeres que presentan y conducen diferentes espacios de programación. Son mujeres modernas, con estudios superiores la mayoría de ellas, trabajadoras y activas socialmente. Sin embargo, ello no impide que la imagen de estas periodistas sea en demasiadas ocasiones estereotipada, con una preponderancia de la imagen de la mujer joven y bella, siendo incluso utilizadas como reclamo para aumentar las audiencias.

Al respecto, el objetivo de esta investigación, de título "Análisis comparativo de la figura femenina en los informativos de la televisión valenciana. Caso concreto: Canal 9 y À Punt", es averiguar si la presencia de la mujer en los informativos ha aumentado o ha empeorado en términos de igualdad y pluralidad en nuestro país en cuanto a la comparación de los dos medios valencianos. Para concretar, en cuanto al concepto de igualdad se entiende todo aquello que engloba la perspectiva de género (igualdad entre hombres y mujeres) y el trato igualitario en la elaboración de sus contenidos, mientras que el término pluralidad de temas se entiende como el trato igualitario entre todas los ámbitos o secciones dentro de un informativo. En la actualidad, la sociedad sigue teniendo dotes de patriarcalismo, por lo tanto, en la anterior televisión autonómica valenciana, el fenómeno paternalista estaba muy presente, en este caso. Tanto las secciones de deporte como las secciones de ámbito internacional y la política, se han constituido como un territorio masculino. Se ha convertido en un lugar donde las desigualdades de género y prejuicios sexistas están muy presentes. Con el paso de los años la igualdad y pluralidad en la televisión ha sufrido, supuestamente, una cierta mejora, pero se busca conocer en esta investigación si la mejora es real o ficticia. Actualmente, la reivindicación de la igualdad entre hombres y mujeres se encuentra muy presente en nuestra sociedad, de ahí la importancia de la temática planteada para la investigación.

2. Objetivos e hipótesis

En este trabajo de investigación se lleva a cabo con el objetivo de comprobar si la presencia de la mujer y las funciones en los informativos valencianos ha aumentado o ha disminuido. Para ello se llevarán a cabo diversos puntos de investigación para poder obtener de una forma segura y concreta los objetivos propuestos.

O1. Analizar la función de la mujer en los informativos de la televisión valenciana, tanto cuando existía *Canal 9*, como ahora en *À Punt*.

O2. Ver la evolución del papel de la mujer periodista en el primer año de emisiones de los informativos de *À Punt*.

O3. Comprobar si hay cambios en cuanto a la posición de la mujer en la redacción. Conocer si existen similitudes o diferencias en cuanto a los requisitos para ser presentadora de los informativos en la actualidad y en la etapa anterior.

Tras establecer los objetivos de la investigación, y tras la lectura de la literatura científica respecto a la temática que se ha de desarrollar, se establecen las siguientes hipótesis:

H1: Las mujeres se encuentran, en muchas ocasiones, apartadas de los principales roles en un informativo, así como de los cargos directivos, de la dirección o de la edición informativos.

H2: En los informativos de la televisión autonómica valenciana predominan las noticias protagonizadas por el género masculino, especialmente en el ámbito futbolístico y el político.

H3: Se sigue utilizando a las fuentes masculinas para la elaboración de piezas periodísticas en ciertos ámbitos dentro de un informativo.

3. Marco Teórico

Las diferencias y desigualdades de género han llevado, a lo largo de la historia, a que las mujeres se vean menospreciadas en diferentes actividades sociales y, sobre todo, en el ámbito laboral. La figura femenina tenía ciertos prejuicios establecidos, por ejemplo, era considerada como la persona que se tenía que hacer cargo de las tareas del hogar o debía de responder a las necesidades del hombre entre otros. A partir de este tipo de prejuicios, su condición social quedaba limitada (Ramos, Altamirano, Cajina, 2017).

Si hay un sector, en el que puede percibirse a simple vista una diferenciación entre hombres y mujeres, ese es el mundo del periodismo. Precisamente porque quienes alcanzan cierto estatus en el mismo son caras conocidas y visibles, es fácil descubrir que entre esos rostros apenas encontramos profesionales del sexo femenino de mediana edad. Sin embargo, sí que vemos a diario como el paso de los años no influye en las carreras de los hombres que siguen estando presentes en los medios cada día (Ramos, 2018).

3.1. La mujer en la televisión internacional

La subrepresentación de las mujeres expertas en los medios de comunicación es una tendencia que, por desgracia, se practica a nivel mundial. Las mujeres son menos representadas en la televisión como expertas y más como víctimas.

Según se puede observar en el Proyecto de Monitoreo Global de Medios (2015), la “brecha de género” hace referencia al vacío de presencia de las mujeres en el contenido de las noticias cuando se la compara con la presencia de hombres, donde la presencia queda determinada por la visibilidad, voz y mención.

"En el año 2015, las mujeres conseguían un 24% en cuanto a personas que las escuchaban, leían y veían en las noticias de los periódicos, la televisión y la radio,

mismo nivel que cinco años atrás, en el 2010", según el proyecto quinquenal de monitoreo de medios globales realizado en la India (Macharia, 2015).

En ocasiones han usado estos estereotipos para dar espacio en el campo laboral a una mujer, nombrando el cargo y función que debe cumplir según esta creencia por lo que la mujer tiene muy poca participación en cargos gerenciales o dueñas de medios, y que en su mayoría son reporteras o presentadoras. Es mínima la cantidad de mujeres que obtiene un cargo como este a no ser que tengan el respaldo de una persona con alto status social, pero por el simple hecho de ser una mujer luchadora, preparada y capaz de realizar su trabajo, no se les brinda la oportunidad. Según el estudio mundial de la Organización de las Naciones Unidas del año 2013, que abarca 522 organizaciones de medios de noticias, "los hombres ocupan el 73% de los altos cargos directivos en el sector de los medios de comunicación. Pese a que las mujeres representan la mitad de la población mundial" (Organización de las Naciones Unidas, 2013).

Para promover la igualdad de género en los medios de comunicación tanto a nivel de la Unión Europea como de los Estados miembros (2018) se realizó el estudio "Igualdad de género en el sector de los medios". En él, se presentan casos de estudio de igualdad de género en el sector de la comunicación y la representación de las mujeres en los contenidos de los medios y los roles que tienen en la fuerza laboral de los mismos.

"En relación con los contenidos, cuando las mujeres aparecen representadas, frecuentemente se ajustan a estereotipos sexistas, se les da menos valor que a los hombres y no aparece reflejada la diversidad de mujeres que hay ni sus contribuciones a la sociedad" (McCracken, FitzSimons, Priest, Girstmair et Murphy, 2018).

Desde los inicios de la profesión periodística, ser mujer en el mundo del periodismo es enfrentarse, vivir situaciones y momentos que, pese a estar en una sociedad más

avanzada que hace cincuenta años, son muchos los comentarios que mujeres profesionales de la comunicación tienen que soportar.

“Como periodista, el acoso sexual ha sido durante mucho tiempo, una parte desafortunada y enfurecida de hacer mi trabajo. Y no estoy sola, casi dos tercios de las periodistas han sido acosadas sexualmente o abusadas en el trabajo” (Pasha, 2017).

La encuesta realizada por la International Women's Media Foundation (2013), con sede en Washington, D.C., y el International News Safety Institute, se llevó a cabo coincidiendo con el Foro Mundial de las Naciones Unidas para los Medios de Comunicación y el Género, rastreó casos de intimidación, amenazas y abusos, incluyendo violencia sexual, violencia física, acoso sexual, acoso racial, envejecimiento y amenazas a la seguridad digital hacia las mujeres que trabajan en los medios de comunicación. El estudio encontró que el acoso abarcaba desde el abuso verbal hasta la intimidación y la violencia física. Y la mayoría de las mujeres nunca explicaron lo que pasó.

"Es chocante ver que más de la mitad (64,48%) de las 822 mujeres periodistas que respondieron a nuestra encuesta han experimentado algún tipo de "intimidación, amenazas o abuso" en relación con su trabajo" (Lees, 2013).

En el 2015, el Instituto Europeo de la Igualdad de Género publicó en su base de datos de estadísticas de género estadísticas más recientes sobre el equilibrio de género dentro de los roles de toma de decisiones en los medios de comunicación europeo. La situación de las mujeres periodistas en televisión sigue siendo una minoría con respecto a los hombres. En 2015, los géneros de los presentadores/reporteros fueron los más cercanos a ser iguales en la televisión (48% mujeres). Se encontró que las mujeres estaban particularmente subrepresentadas en lo que los investigadores describieron como la categoría de noticias "más prestigiosa": la política y el gobierno.

Estas cifras muestran que las mujeres constituyen poco más de un tercio de los responsables de la toma de decisiones en el sector de la comunicación pública europea.

3.2. La mujer en la televisión española

La historia de la televisión en España no se escapa de la generalizada tendencia de ocultación de las aportaciones de las mujeres a la historia de la humanidad (Nash, 2004). Aunque, desde los inicios de la televisión, a partir del año 1956, las mujeres periodistas han sido protagonistas de la creación y el desarrollo de este medio de comunicación, encontramos una invisibilización sistemática (Tajahuerce Ángel, 2011), que pasa también por el encasillamiento en géneros menores, de sus logros profesionales (Lauzen, 2012).

Las periodistas pioneras en este medio de comunicación comenzaron su andadura de forma precaria, ya que la puesta en marcha de la televisión en España se produjo en plena dictadura franquista. Esta situación política significará para las mujeres el retorno a la esfera privada y sus relaciones laborales estarán condicionadas, hasta la ley de relaciones laborales de 1976, a “la exigencia de la autorización marital para el ejercicio de los derechos laborales” (Folguera Crespo, 1997:543).

Como se expone en el estudio (Ruiz, 2012), “Pilar Miró fue la primera mujer en ocupar un puesto de responsabilidad directiva y profesional en TVE desde 1986 hasta 1989, pero lo cierto es que detrás vendrían otras grandes profesionales como Mónica Ridruejo y Carmen Caffarel. Actualmente, encontramos más mujeres directivas en televisión y directoras de sus propios programas dentro del mundo de la televisión, la presencia de periodistas dirigiendo los principales programas informativos es cada vez más habitual”.

La presencia de la mujer en los informativos de televisión apenas avanza y se mantiene estancada desde hace tres años. En 2016, apenas el 31,7% de las voces que intervinieron en los noticiarios fueron femeninas y, si bien es la cuota más alta desde el año 2009, apenas supone una décima más que en 2014, según el Informe sobre la distribución por sexo de los tiempos de palabra en los informativos de las televisiones públicas andaluzas que elabora el Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA). El estudio constata además que los temas sobre los que intervienen mujeres y hombres se asocian a roles sexistas estereotipados. La brecha de género es aún mayor si se considera el tiempo de presencia, las mujeres no sólo aparecen mucho menos que los hombres en los informativos, sino que sus intervenciones son también más cortas. Según el informe de la CAA, los hombres acaparan el 70,5% del protagonismo, cuando las mujeres solo disponen del 29,5% del tiempo. Las intervenciones masculinas sumaron 426 horas en 2016 y las femeninas 178 horas.

En 2017 el Informe Anual de la Profesión Periodística elaborado por la Asociación de la Prensa de Madrid (APM) determinó que existe un factor de discriminación hacia las mujeres. Los datos de este informe provienen de una encuesta profesional elaborada por la APM entre 1.694 periodistas, 51% hombres y 49% mujeres. La principal conclusión es que, una década después del inicio de la crisis, el entorno se ha vuelto más complejo para los periodistas tanto por la precarización laboral como por la necesidad de adaptarse a los continuos cambios tecnológicos (Elidrissi, 2018).

El paro registrado en 2017 en la profesión periodística se distribuye con un 64% en el lado femenino y un 36% en el masculino. Además, el 83,3% de los hombres que trabajan con un contrato en periodismo lo hacen con carácter indefinido, mientras que en el caso de las mujeres ese porcentaje se queda en el 70,1%. En cuanto a los salarios, el informe de la APM constata que hay más mujeres que hombres en los tramos salariales inferiores (por debajo de los 1.500 euros) y menos en los más altos (por encima de los 2.000 euros), (Sanz, 2017).

El estudio de ONU Mujeres (2015) indicó que el 27% de los puestos de alta dirección en las organizaciones ligadas a los medios de comunicación pertenecen a mujeres, mientras que el 73%, corresponde a hombres (Becerra, 2015).

Aunque la competitividad por hacerse con una de esas sillas de presentadores es máxima, resulta sintomático que las caras que más se renuevan sean las femeninas. La desigualdad en el trabajo no es un mito. Machismo, techo de cristal, maternidad, conciliación, acoso, brecha salarial, acceso al trabajo, son solo algunos de los aspectos donde las diferencias se hacen más notorias (Fernández, 2018).

La televisión ha sido modelo para muchas personas y ha servido como reflejo de la sociedad española. La posición de la mujer ha ido evolucionando y tomando fuerza en la pequeña pantalla. Las profesionales de la comunicación han alcanzado más puestos de responsabilidad, aunque todavía quedan muchos muros que tirar. No obstante, “las mujeres que aparecen en la televisión son algunas de las voces feministas más influyentes ahora mismo”. Su discurso alcanza de forma diaria a millones de personas. Y es que la televisión es el medio de comunicación con más alcance en estos momentos. De ahí la importancia que tienen las palabras de las mujeres que trabajan en la televisión, voces que en un día como el de hoy multiplican su poder (Jabonero, 2018).

Existe, no obstante, un dato positivo para la mujer que recoge el informe (CAA, 2017) y es que los porcentajes de mujeres que trabajan en los nuevos perfiles profesionales que van apareciendo son superiores a los que se registran entre los hombres: por ejemplo, en puestos como gestor de comunidades digitales, publicidad nativa y contenido patrocinado, periodismo de datos o analista de tráfico, entre otros.

Lo que queda pendiente, en cuanto a la posición de la mujer presentadora en la televisión, sigue siendo la gran cantidad de comentarios machistas y estereotipos fijados a las profesionales de la comunicación, por el hecho de ser mujeres.

3.3. La mujer en la televisión autonómica valenciana

El 9 de octubre de 1989 nació, la ya desaparecida *Canal 9*. Fue el primer canal de televisión pública que existió en la Comunidad Valenciana. Durante muchos años tuvo el privilegio de informar a todos los ciudadanos de la Comunidad Valenciana sobre lo que ocurría en sus territorios. Durante su historia contó con un canal de informativos 24 horas, Canal Nou Dos y Canal Nou HD.

Su programación se basaba en los programas informativos, los magazines, las series de producción valenciana y series de otras comunidades autónomas o extranjeras. La información deportiva, los actos y las fiestas de la Comunidad también tenían su espacio en dicha programación.

Actualmente no queda rastro alguno de todo lo citado anteriormente. Tras el anuncio del cierre definitivo de la cadena, por parte de la Generalitat Valenciana, tras albergar hasta 1.200 millones de euros en deuda, la imposibilidad de reorganizar la plantilla de los 1.000 empleados que fueron despedidos por un ERE ilegal y en consecuencia, la desaparición de la cadena. (Plaza, 2013)

Tras el cierre de *Canal 9*, el pasado 14 de julio de 2016 se aprobó en las Cortes Valencianas la propuesta de ley de apertura de la Corporación Valenciana de Medios de Comunicación.

Según la resolución del 14 de marzo del 2017, el Consejo Rector de la Corporación Valenciana de Mitjans de Comunicació, en la sesión celebrada el día 8 de marzo de 2017, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 22 de la Ley 6/2016, de 15 de julio, del servicio público de radiodifusión y televisión de ámbito autonómico, de titularidad de la Generalitat, nombró a Empar Marco Estellés directora general de la Societat Anònima de Mitjans de Comunicació de la Comunitat Valenciana.

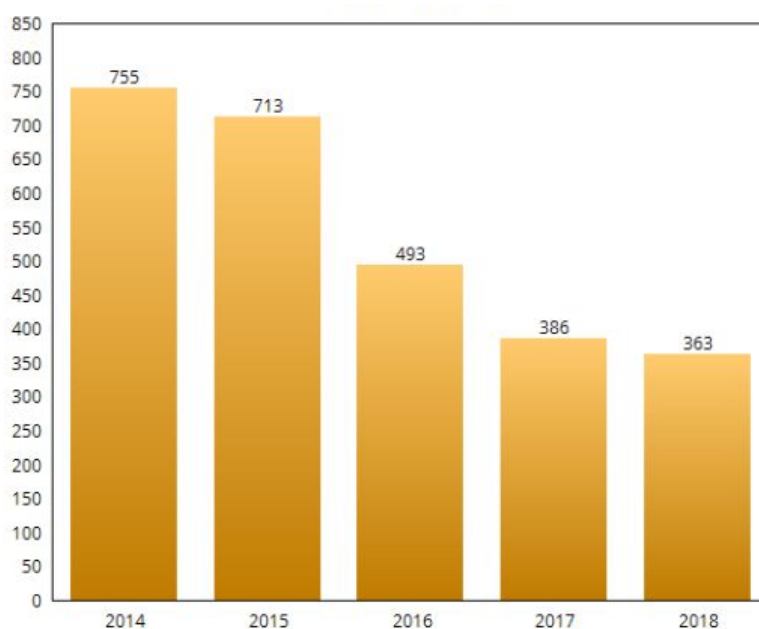
El Artículo 1 de la ley 6/2016 tiene por objeto regular la prestación del servicio público audiovisual de titularidad de la Generalitat, así como establecer el régimen jurídico de las entidades a las que se encomienda la gestión directa de este servicio público, de acuerdo con lo establecido en el artículo 56 del Estatuto de autonomía de la Comunitat Valenciana, y regular su control parlamentario.

El 10 de junio del 2018 empezaron las emisiones regulares con la programación definitiva durante las 24 horas. Algunas de las presentadoras que están a la cabeza de los informativos, formaron parte del equipo de *Canal 9*, entre ellas destacan: Adelaida Ferre, Vanessa Gregori, Victòria Maso, Patricia Ramírez e Isabel Sánchez.

Según los datos de los informes anuales de periodismo des del año 2014 al 2018, el paro periodístico, en la Comunidad Valenciana, tras el cierre de *Canal 9*, ascendió hasta los 755 profesionales de la comunicación sin empleo.

En la “Gráfica 1” se puede observar la línea descendente que ha tenido el paro periodístico en cuestión para las mujeres en la Comunidad Valenciana. Estos datos albergan cifras des del cierre de la anterior cadena de televisión autonómica valenciana, *Canal 9*, sobre todo en el año 2014, con 755 mujeres periodistas registradas en el paro. Con el avance de los años, se puede ver que el número de registros femeninos ha ido disminuyendo, lento pero considerable. Aunque hay que destacar que en el 2018, con la apertura de *À Punt*, el número de registradas no se diferencia mucho al número de mujeres periodistas registradas en el paro del año 2017.

Gráfica 1. Paro periodístico registrado de mujeres en la Comunidad Valenciana (2014-2018)

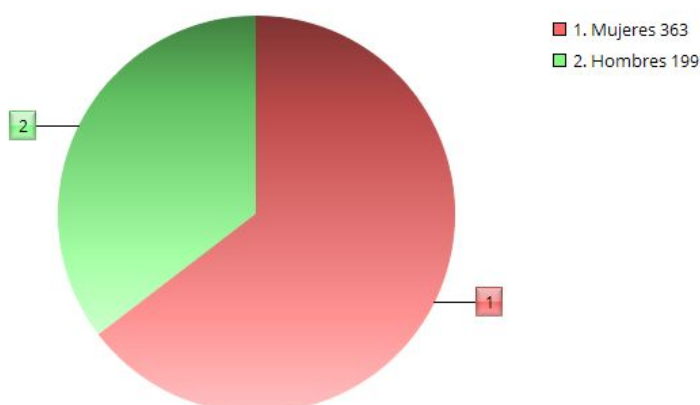


Fuente: Elaboración propia con datos de los informes anuales de periodismo (2014-2018)

La nueva televisión autonómica valenciana, *À Punt*, empezó sus emisiones el pasado 10 de junio del 2018. Con su apertura, la cantidad de profesionales que quedaron sin trabajo, tras el cierre de *Canal 9*, tuvieron una nueva oportunidad para trabajar en la nueva cadena valenciana.

En la “Gráfica 2” se puede apreciar los datos que alcanzaron las mujeres en el año 2018 en el paro periodístico en la Comunidad Valenciana. A pesar de haber nacido la nueva televisión autonómica valenciana, y disponer de más trabajo con la apertura del medio, las mujeres seguían viendo dificultades, en el ámbito periodístico, para encontrar trabajo.

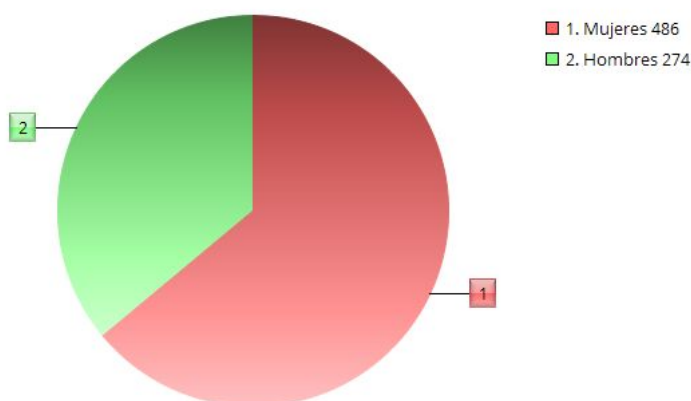
Gráfica 2. Paro periodístico registrado en la Comunidad Valenciana por sexo (2018)



Fuente: Elaboración propia con datos del informe anual de periodismo (2018)

Por tanto, y siguiendo la línea de análisis de la “Gráfica 2” y la información obtenida del informe anual de periodismo, en la “Gráfica 3” se puede observar que la cifra más redundante es la demanda de empleo en la Comunidad Valenciana. Las mujeres periodistas se sitúan en primer lugar con 486 demandas de empleo frente a los 274 puestos que se demandaron por los hombres.

Gráfica 3. Demandante de empleo periodístico en la Comunidad Valenciana por sexo (2018).



Fuente: Elaboración propia con datos del informe anual de periodismo (2018)

À Punt, empezaba así sus emisiones hace más de un año, superando aquellos 20 años de saqueo, manipulación y censura informativa instaurada por el PP en la extinta RTVV, donde la "telebasura" y los grandes fastos enriquecieron, al mismo tiempo que el valenciano quedaba casi proscrito del prime time (Cantarero, 2018).

4. Metodología

4.1. Técnica

La metodología aplicada en este estudio combina las entrevistas en profundidad con el análisis de contenido cuantitativo de los informativos emitidos durante dos semanas en la cadena de televisión valenciana *À Punt*. En cuanto al análisis de contenido, permitirá extraer de forma objetiva, sistemática y cuantitativa el contenido manifiesto de los mensajes comunicativos (Bardin, 1996), a partir de ciertos datos e inferencias que puedan ser aplicables en el contexto correspondiente (Krippendorff, 1990: 28). Al respecto, se han analizado variables como la presencia de la mujer en su rol de presentadora del informativo (platós o noticias leídas por la presentadora), la presencia de la mujer en los vídeos o VTR (piezas editadas con voz en off) y en las conexiones en directo, así como la presencia de voces femeninas como fuentes expertas.

4.2. Muestra

4.2.1. Entrevistas

En cuanto a la muestra, se ha entrevistado a cuatro mujeres periodistas, que ocuparon y ocupan roles diferentes en los medios de comunicación autonómicos valencianos.

Remei Blasco, licenciada en Ciencias de la Información-Periodismo por la Universidad de Barcelona. Blasco, empezó a trabajar en el seminario *El Temps* antes de entrar por oposición en Radio Televisión Valenciana en 1989. Desde que entró en RTVV fue redactora de en la sección de noticias internacionales entre los

años 1989 y 2013, desde el inicio de *Canal 9* hasta su último día. Remei es profesora asociada en el Grado de Periodismo en la Universitat de València. Actualmente, es la directora de informativos de la nueva televisión autonómica valenciana, *À Punt*. Además fue una de las redactoras del libro de estilo de *À Punt Media*, que recoge todas las claves e ideas sobre el tratamiento de la información en el medio público autonómico.

María José Berbegall Tur comenzó su carrera profesional cuando se licenció en Ciencias de la Información-Periodismo por la Universidad CEU Cardenal Herrera, en Valencia. Desempeñó su papel como presentadora en programas deportivos, en televisión, como Motor a Punt en el año 2004 y Trinquet en Punt 2 en el año 2005. En *Canal 9* también fue la presentadora del programa Minut a Minut en 2008 y Crono Esports en el 2009. Además, compaginaba estos programas con las retransmisiones de la pelota valenciana. Destacar de Berbegall que fue la enviada especial de la Fórmula 1 en dos Mundiales, en el 2010 y el 2011.

En *Canal 9* cambió de registro y pasó de presentar programas deportivos al registro reivindicativo en Societat Anònima entre los años 2011 y 2012. También ocupó el perfil de reportera en los informativos. La última etapa hasta el final de RTVV, volvió a presentar los deportes del fin de semana. Actualmente, es presentadora en la nueva televisión autonómica valenciana, *À Punt*, en el programa deportivo Tot Esport.

Victoria Maso Reig, licenciada en Ciencias de la Información, Periodismo por la Universidad CEU Cardenal Herrera. Empezó trabajando como redactora y locutora de informativos en la cadena radiofónica Cope Onda Naranja, en Oliva durante el año 1995. Desde el 1995 al 1997 estuvo trabajando como responsable del programa Factotum, en Radio Mislata, donde se encargaba de la creación, realización y locución de un programa semanal sobre la actualidad. Su trabajo como periodista empezó en Gandia TV, en el cual desarrolló su papel como periodista y presentadora de informativos y programas de actualidad entre los años 1997 y 1998. A partir de 1998 hasta el 2014 estuvo trabajando como periodista y

presentadora en programas de actualidad e informativos en Radiotelevisión Valenciana, *Canal 9*. Durante más de 16 años, fue presentadora de programas como "Notícies 9", "24Punt2 Notícies", "Metropolità". Fue moderadora en programas especiales como las elecciones nacionales y autonómicas. En la última temporada de NOU RTVV, fue corresponsable y presentadora de la tertulia política y de actualidad diaria de 90' en primetime de la cadena. "DNOU".

Desde el 2017, se ha dedicado a ser formadora en Comunicación para la Igualdad. Se trata de una formación en comunicación no sexista, pero también introduciendo la perspectiva de género en el desarrollo de otros trabajos. Actualmente, desarrolla su papel de periodista como presentadora y editora de *À Punt NTC* noche informativos de la actualidad en la nueva cadena de televisión valenciana, *À Punt*.

Isabel Sánchez Jareño es Licenciada en Ciencias de la Información. Su experiencia como profesional de la comunicación alcanza los 17 años como periodista y presentadora de televisión. Gran parte de sus presentaciones han sido en la sección de deportes, pero también se le ha podido ver presentando informativos de actualidad. También tiene experiencia en cubrir noticias, en la realización de directos y locutar y editar videos. Tiene experiencia como presentadora de eventos, y conocimientos de doblaje, Marketing Digital e Inteligencia Emocional.

4.2.2. Análisis de contenido cuantitativo

Además, se han analizado los informativos de *À Punt*, la nueva televisión autonómica valenciana tras el cierre de Canal 9. El período de estudio abarca la primera semana de la emisión de *À Punt* y la semana previa al cumplimiento del año de las primeras emisiones. Debido a la amplitud del periodo analizado, se ha realizado una selección de variables, teniendo en cuenta los siguientes criterios establecidos:

- Las secciones que más peso tienen en los informativos, véase la política, la cultura, las noticias de ámbito internacional y los deportes. Se han escogido las mismas variables en las dos semanas analizadas.

- En cuanto a los días que se han seleccionado, en el caso de la primera semana, desde su primer día de emisión, el 10 de junio de 2018, hasta el día 16 de junio del 2018. En cuanto a la segunda semana analizada, se ha visionado desde el día 4 de junio de 2019 hasta el 10 de junio de 2019, coincidiendo este último en el aniversario del primer informativo de la nueva televisión autonómica valenciana.

Con estos criterios, la muestra incluye 14 programas de la edición del medio día y 14 unidades de la edición de la noche, es decir, 28 informativos. Con ellos se han confeccionado 4 muestras, con un total de 215 VTR, 199 platós, 58 conexiones en directo y 17 voces expertas. Respecto al periodo de tiempo escogido, se ha decidido llevar a cabo una investigación longitudinal, exactamente de 2 semanas que comprenden el inicio de los nuevos informativos valencianos y la semana previa al primer aniversario de las primeras emisiones para observar si la presencia de la mujer en los informativos es igual a la primera semana de emisiones a la semana previa del cumplimiento de un año.

4.3. Modelo de análisis

El modelo de análisis contempla el cuestionario realizado a las cuatro periodistas entrevistadas y diferentes variables para el análisis de contenido cuantitativo que incluyen todos los elementos relativos a la presencia y tratamiento de la mujer, así como a la pluralidad de temas y fuentes en los informativos de *À Punt*.

En cuanto al rol de la mujer, se analizará si se le da la misma importancia a los contenidos periodísticos donde aparece la mujer que a los que aparece el hombre. Las fichas han sido realizadas para poder analizar de forma general, aspectos básicos de todas las secciones, y así poder indagar de manera más específica sobre los pilares por los cuales se sustenta la investigación.

4.3.1. Cuestionario

- ¿Observa alguna diferencia entre el trabajo realizado en *Canal 9* al trabajo que se está realizando en *À Punt*?

- ¿Sintió alguna vez algún tipo de censura o manipulación? O no directamente a usted, a otros compañeros o compañeras de profesión?
- Para entrar a trabajar, le pidieron algún requisito? Sabe si a algún compañero, hombre, le pidieron el mismo? O por el contrario no se lo pidieron?
- ¿Percibe que existe algún tipo de diferencia en cuanto a la presencia de la mujer en los informativos en *Canal 9* y en *À Punt*?
- ¿Cómo fueron sus primeros años profesionales en *Canal 9*?
- ¿Cómo vivió el cierre de *Canal 9*?
- ¿Ve una mayor presencia de mujeres periodistas en los informativos, en comparación con *Canal 9*?
- ¿Cree que hay futuro para la mujer en la televisión autonómica valenciana?

4.3.2. Análisis de contenido

Tabla 1. Presentadoras de los informativos.

	Domingo	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
Informativos Mediodía							
Informativos Noche							
Deportes Mediodía							
Deportes Noche							

Fuente: Elaboración propia

La “Tabla 1” servirá para indicarnos si es una mujer o mujeres periodistas las que presentan los informativos. O por el contrario si son hombres o un hombre y una mujer compartiendo el espacio informativo. Además, ayudará a conocer los elementos dentro de un informativo que están propuesto para el análisis:

Tabla 2. Elementos de análisis.

Informativos	Mujer	Hombre
VTR		
Platós		
Conexiones en Directo		
Voces Expertas		

Fuente: Elaboración propia

La “Tabla 2” se centra de manera específica en los contenidos de los informativos en los que hay presencia femenina. Este análisis se llevará a cabo en las secciones que se han tratado en los informativos analizados. Los elementos de análisis son:

VTR: Observar si los VTR han sido locutados en voz en off por una mujer o por un hombre.

Platós: Comprobar si las noticias son leídas desde plató por presentadoras o presentadores.

Conexiones en Directo: Ver si los corresponsales enviados al lugar de los hechos son mujeres o hombres.

Voces expertas: Consiste en observar si se recurre a las voces expertas femeninas en las secciones analizadas más tratadas en las dos semanas de informativos analizados:

Tabla 3. Secciones analizadas.

Secciones	Mujer	Hombre
Política		
Cultura		
Internacional		

Deportes		
-----------------	--	--

Fuente: Elaboración propia.

La “Tabla 1” permitirá conocer si es un hombre o una mujer quien presente los informativos. Con ello podremos analizar los elementos íntegros en un informativo “Tabla 2” y , además en qué secciones “Tabla 3” tiene más presencia la mujer.

5. Exposición de resultados

Los resultados han sido obtenidos gracias a las entrevistas y al análisis de los 28 informativos de las dos semanas analizadas. Teniendo en cuenta la magnitud de la muestra analizada, se ha procedido a estructurar los resultados en tres epígrafes y sus respectivos subepígrafes.

5.1. Posición laboral y funciones

Muchas de las profesionales que trabajaron en las redacciones y los informativos de Canal 9, actualmente trabajan en À Punt. Algunas de ellas siguen ejerciendo el papel de periodistas, pero otras han cambiado su puesto. Este es el caso de Remei Blasco, actual directora de informativos de À Punt i antigua redactora de la sección de ámbito internacional. Para Blasco supone “un cambio sustancial porque cuando trabajas como redactora de una sección como la de internacional, te preocupas de lo que quieres contar sobre los temas de ámbito internacional. Ahora, obviamente, mi visión es más global. Tengo que mirar por los resultados finales de nuestros productos informativos en todas las ventanas, por lo tanto, obligatoriamente he ensanchado la mirada”.

Otro caso es el de Victoria Maso, porque de ser presentadora en Canal 9, ahora en À Punt también es editora de los informativos que ella misma presenta. Por tanto, para Maso: “La diferencia es principalmente que en el momento en el cual entré a ser la cara de los informativos, no tenía responsabilidades, ni escogía los contenidos o en el enfoque de los contenidos. Ahora, en À Punt, como editora y presentadora tengo la posibilidad de decidir, más o menos, porque por arriba mía, hay superiores,

pero de alguna manera yo tengo la posibilidad de decidir qué digo, cómo lo digo y en qué orden lo digo respecto a los contenidos”.

5.2. Presencia de la mujer en los informativos

La nueva televisión autonómica valenciana, *À Punt*, empezó sus emisiones el pasado 10 de junio del 2018. Con su apertura, la cantidad de profesionales que quedaron sin trabajo, tras el cierre de Canal 9, tuvieron una nueva oportunidad para trabajar en la nueva cadena valenciana.

No obstante, el nuevo medio valenciano apostó por la diversidad y según afirma Maso: “Actualmente, hay una presencia prominente de mujeres presentadoras en *À Punt*, es decir, la mayoría somos mujeres”. La presentadora y editora de los informativos comenta que la diferencia entre Canal 9 y *À Punt* es sustancial, antes no existía ningún tipo de sensibilización con respecto al trabajo que realizaban las mujeres en los informativos, no había. Maso corrobora que en la anterior cadena de informativos valenciana no existía la planificación ni de los contenidos ni de la programación extra, nada. Actualmente, en *À Punt* si existe esa preocupación. Hay una sensibilización muy grande. Y que todo esto se ha impulsado desde la dirección de los informativos porque se tiene en cuenta y se utiliza la perspectiva de género de manera muy detallada y muy correcta.

A estos datos responde Blasco afirmando que al frente de la dirección general está una mujer, la directora de informativos es una mujer, la subdirectora de informativos diarios es una mujer, la jefa de web y redes es una mujer, la subdirectora de deportes es una mujer, todas las editoras de televisión son mujeres, todas las presentadoras de información general son mujeres. La directora de informativos añade a la información anterior: nosotras hacemos una visibilización muy grande de que son mujeres las que dan la cara y cuentan la realidad y también las que toman las decisiones más difíciles”.

Estos datos llevarían a pensar que la presencia de las mujeres en los informativos de *À Punt* ha aumentado en comparación con la presencia femenina en *Canal 9*.

Para comprobar que existe un aumento de la presencia femenina en los informativos de la televisión autonómica valenciana y corroborar la información aportada por las propias periodistas, se ha procedido al visionado de dos semanas de informativos de *À Punt*.

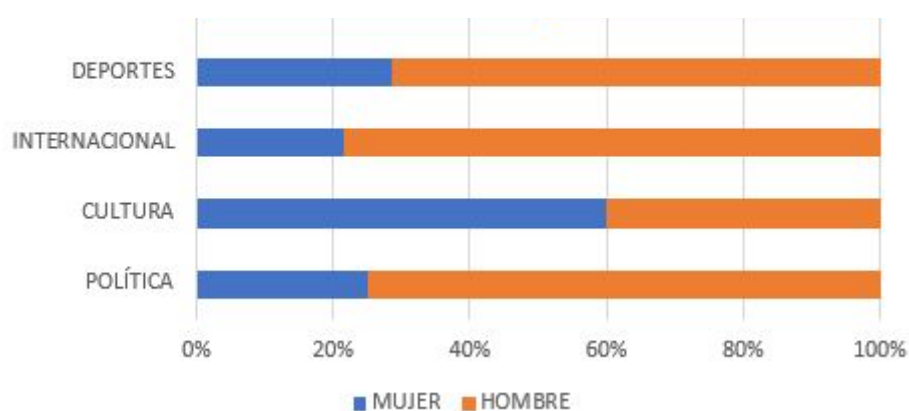
Tabla 4. Presentadoras de los informativos. Primera semana analizada.

	Domingo 10/06/18	Lunes 11/06/18	Martes 12/06/18	Miércoles 13/06/18	Jueves 14/06/18	Viernes 15/06/18	Sábado 16/06/18
Informativos Mediodía	Adelaida Ferre Vanessa Gregori	Adelaida Ferre Vanessa Gregori	Adelaida Ferre Vanessa Gregori	Adelaida Ferre Vanessa Gregori	Adelaida Ferre Vanessa Gregori	Adelaida Ferre	Josep Grau Patricia Ramírez
Informativos Noche	Victòria Maso	Victòria Maso	Victòria Maso	Victòria Maso	Victòria Maso	Victòria Maso	Josep Grau Patricia Ramírez
Deportes Mediodía	Samuel Borja	Samuel Borja	Samuel Borja	Samuel Borja	Samuel Borja	Samuel Borja	Carles Claver
Deportes Noche	Isabel Sánchez	Isabel Sánchez	Isabel Sánchez	Isabel Sánchez	Isabel Sánchez	Isabel Sánchez	Carles Claver

Fuente: elaboración propia

De los informativos analizados, se ha dividido la aparición y presencia de la mujer en diferentes secciones. Por lo que concierne a la primera semana de informativos analizada, la presencia de la mujer en los VTR es inferior a la presencia masculina “Gráfica 4”. En total, la mujer aparece un 36,6% en comparación al 63,4% de la presencia del hombre. Una de las secciones en las que mayor diferencia se aprecia es la política, la información internacional y los deportes, unos ámbitos en el que el hombre siempre ha tenido más presencia en televisión que la mujer. Por ejemplo, existen secciones en la que la mujer aparece más que los hombres, véase el bloque de cultura, con un 60% de presencia por encima del 40% de los hombres. Estos datos implican que los temas principales tienen como representante principal la figura masculina.

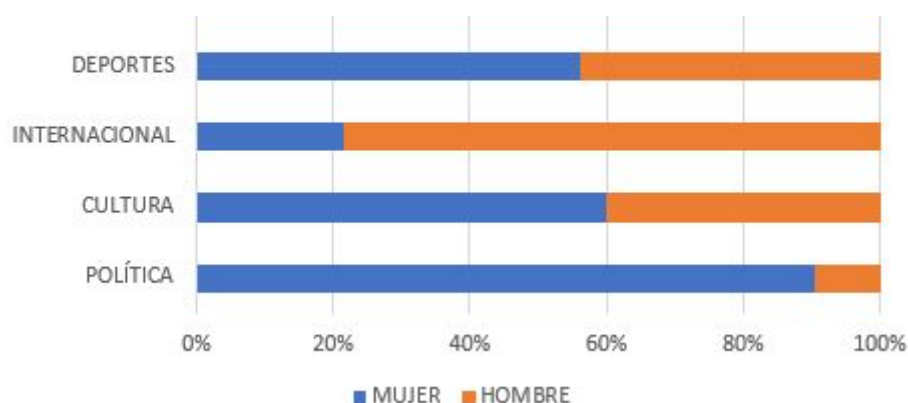
Gráfica 4. La mujer y los VTR



Fuente: elaboración propia

Por otro lado, sí es cierto que, en cuanto a la mujer y su presencia en los platós, como se ha podido comprobar en la “Tabla 1”, la presencia de las periodistas como presentadoras es mayor que la presencia masculina. En la “Gráfica 5” se puede corroborar dicha información. El rol de la mujer en esta sección ocupa el 65.6% de presencia frente al 34.4% de la figura del hombre. No existe la totalidad en cuanto a la mujer y los platós, pero se puede observar que el 90% en el bloque de política pertenece a las voces femeninas. En las otras secciones, el ámbito de información internacional, el hombre sigue dominando con casi un 80%, excepto la sección de cultura, en la que el 60% pertenece a la voz femenina mientras que el 40% pertenece a las voces masculinas. Por tanto, de estos datos se podría decir que la presencia de la mujer es mayor que la del hombre.

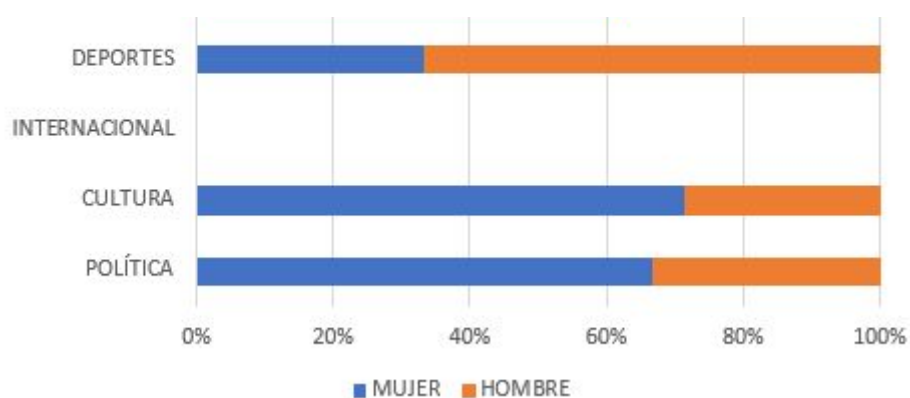
Gráfica 5. La mujer y los platós



Fuente elaboración propia

Las periodistas enviadas al sitio de los hechos, las corresponsales, “Gráfica 6”, abarcan en mayor presencia en los ámbitos de política, con un 65% de presencia, en cultura un total del 70% frente al ámbito deportivo, por el que se sigue apostando por los corresponsales masculinos. Por tanto, se puede observar un 46% de presencia femenina en las conexiones en directo frente al 54% de los hombres. No es una diferencia muy grande pero sigue siendo mayor la presencia masculina de corresponsales que la femenina.

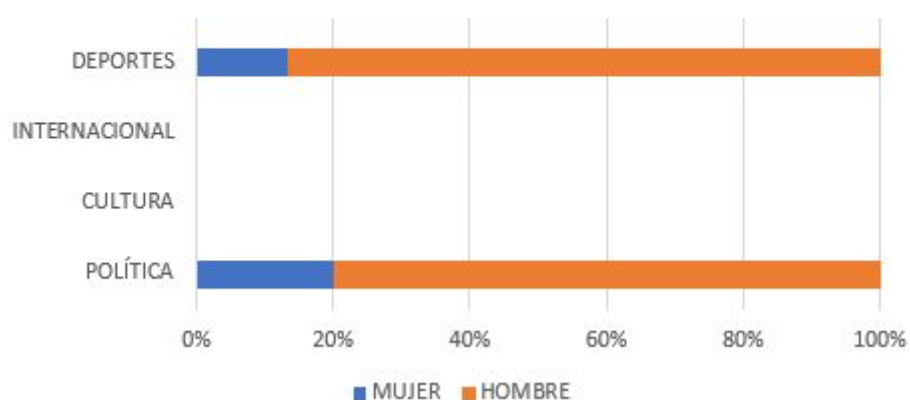
Gráfica 6. La mujer y las conexiones en directo



Fuente elaboración propia

Respecto a la mujer como fuente experta, “Gráfica 7” a las voces a las que se acudió fueron voces expertas masculinas. Tan solo hay que observar la sección de los deportes, donde la participación de voces expertas masculinas abarca el 82% de las aportaciones frente al 18% de las aportaciones femeninas. Por otro lado, y con un porcentaje muy parecido al deportivo, el 80% de las voces expertas a las que se acudió en el ámbito político fueron masculinas frente al 20% de las voces expertas femeninas. Por tanto, en estos resultados queda evidente que, en cuanto a las palabras de un experto o experta, la cadena prefirió la paridad, pero se aprecia que la figura de las voces expertas masculinas tiene más presencia en los informativos que las voces expertas femeninas.

Gráfica 7. La mujer y las voces expertas



Fuente elaboración propia

La segunda semana analizada, se ha procedido a su análisis de la misma manera que la semana, anteriormente, explicada. Se ha dividido por secciones, la aparición y presencia de la mujer en diferentes bloques.

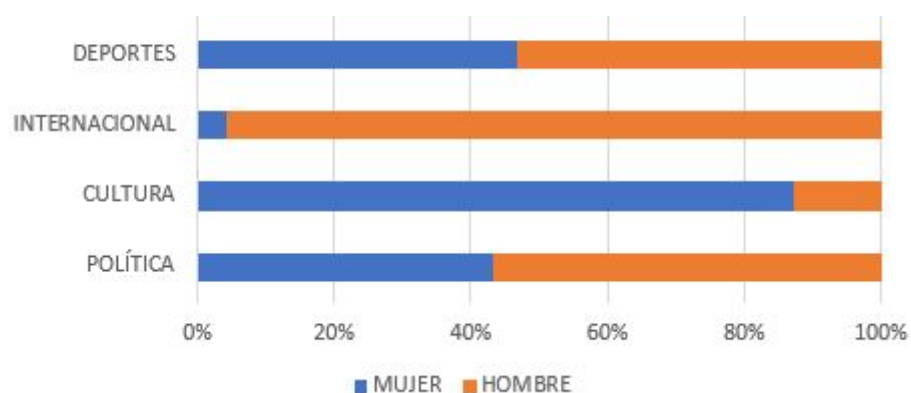
Tabla 5. Presentadoras de los informativos. Segunda semana analizada.

	Martes 04/06/19	Miércoles 05/06/19	Jueves 06/06/19	Viernes 07/06/19	Sábado 08/06/19	Domingo 09/06/19	Lunes 10/06/19
Informativos Mediodía	Rosa Romero	Rosa Romero	Rosa Romero	Rosa Romero	Patricia Ramírez	Patricia Ramírez	Rosa Romero
Informativos Noche	Victòria Maso	Victòria Maso	Victòria Maso	Victòria Maso	Patricia Ramírez	Patricia Ramírez	Adelaida Ferre
Deportes Mediodía	Isabel Sánchez	Isabel Sánchez	Isabel Sánchez	Isabel Sánchez	Carles Claver	Carles Claver	Carmen Monteagudo
Deportes Noche	Samuel Borja	Samuel Borja	Oscar Forés	Carles Claver	Carles Claver	Carles Claver	Oscar Forés

Fuente elaboración propia

Por lo que concierne a la presencia de la mujer en los VTR, la situación se puede apreciar diferente en cuanto a la primera semana. La mujer aparece en el 47,8% en total de los VTR frente a los 52,2% de presencia de los hombres en la pantalla. Tan solo un 4,4% diferencia la figura de los hombres de las mujeres en los VTR. En cuanto a las secciones, se observa que la presencia de la mujer sigue siendo más potente en la sección cultural, con un 85% frente al 15% de los hombres. En el ámbito deportivo se sigue observando que predomina la figura masculina, pero con la diferencia de que el número en total, de presencia femenina en los VTR ha aumentado. Se puede observar casi un 50% de participación de la mujer en el ámbito deportivo, un dato que no se pudo ver en la primera semana de informativos analizada. Un dato negativo se alberga en la sección de información internacional. En este análisis se ha podido observar que la presencia femenina ha bajado drásticamente en comparación a la primera semana. Tan solo un 6% de presencia femenina frente al 94% masculina en el bloque internacional.

Gráfica 8. La mujer y los VTR

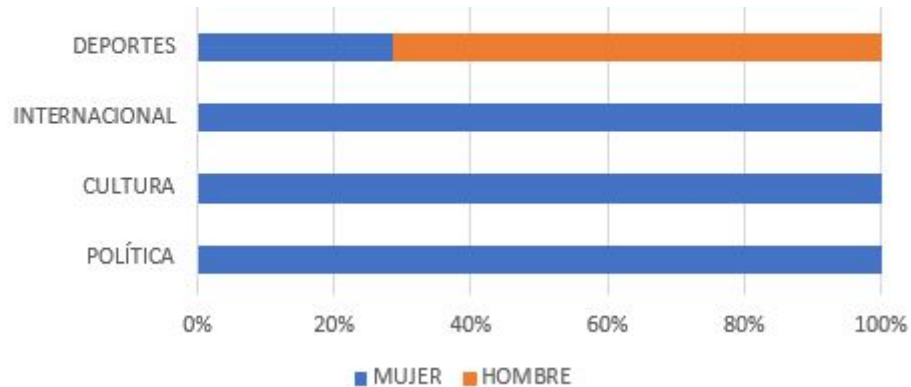


Fuente: elaboración propia

En cuanto a su presencia en los platós, como se ha podido comprobar en la “Tabla 4” y también en la “Tabla 5”, la presencia de las periodistas como presentadoras roza casi el 100% frente a la presencia masculina en los informativos. En la “Gráfica 9” se puede corroborar dicha información en cuanto a la primera semana analizada. El papel de la mujer en esta sección ocupa casi el cien por cien de la totalidad, exceptuando el ámbito deportivo, en el que aún sigue siendo favorable a la

presencia masculina por un 69% frente al 31% de la figura de la mujer. Por tanto, de estos datos se puede decir que la presencia de la mujer es mayor que la del hombre.

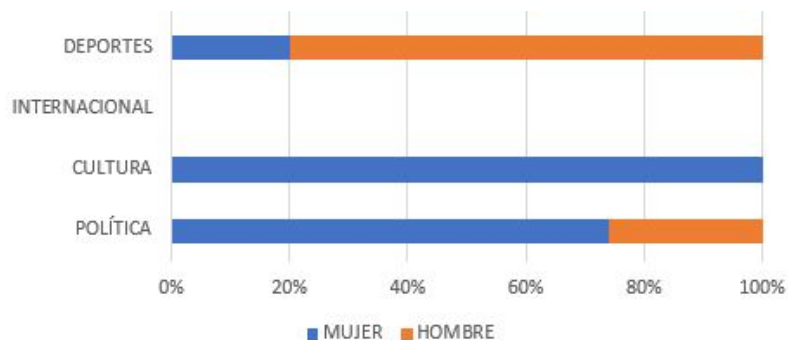
Gráfica 9. La mujer y los platós



Fuente: elaboración propia

En esta sección de la semana previa al cumplimiento del primer año de emisiones de los informativos de *À Punt*, se observa que se ha mejorado en cuanto a la presencia de periodistas corresponsales. Las mujeres se sitúan con un total del 100% de presencia en el ámbito cultural frente al 70% de la primera semana, véase “Gráfica 6”. En el ámbito político, se ha apostado por la paridad y se observa una mayor participación de la mujer con un 75% de presencia femenina frente al 25% de la presencia masculina. Un ámbito que antes era mayoritariamente dominio de los hombres, se ha observado que las mujeres han conseguido ocupar un lugar que no podían. Por otro lado, el ámbito deportivo sigue siendo dominio de los hombres, con un 80% de presencia para ellos frente al 20% para las corresponsales periodistas.

Gráfica 10. La mujer y las conexiones en directo



Fuente: elaboración propia

Por último, a las voces a las que se acudió fueron voces expertas masculinas. Por ejemplo, en la sección de los deportes, la participación de voces expertas masculinas abarca el 84% de las aportaciones frente al 16% de las aportaciones femeninas. Por otro lado, y con un porcentaje muy parecido al deportivo, el 75% de las voces expertas a las que se acudió en el ámbito político fueron masculinas frente al 25% de las voces expertas femeninas. Por tanto, en estos resultados queda evidente que, en cuanto a las palabras de un experto o experta, se aprecia que la figura de las voces expertas masculinas tiene más presencia en los informativos que las voces expertas femeninas.



Fuente: elaboración propia

5.3. Requisitos para presentar

Todas las mujeres entrevistadas han detallado las diferentes formas que existían para poder entrar a trabajar en el anterior medio de comunicación y lo que han tenido que presentar esta vez para poder entrar a trabajar en la nueva televisión autonómica valenciana.

Como bien se sabe, el periodismo es una profesión en la que hay mucha competitividad. En la antigua cadena de televisión autonómica valenciana se buscaba a los mejores profesionales para comunicar. Pero es cierto que la antigua cadena valenciana se caracterizó por estar dominada por el poder, y con eso

muchas personas contaron con la ayuda de trabajar sin requisitos. María José Berbegall, periodista deportiva en las dos televisiones valencianas explica su experiencia para entrar a trabajar en la antigua cadena de televisión: “Yo entré a trabajar en Canal 9 mediante un casting que tuve que pasar y un requisito para poder trabajar era el título universitario. Pero, por otro lado, sé de otros compañeros o compañeras que entraron de otras maneras menos selectivas”.

Otra presentadora y cara conocida de los informativos deportivos, tanto de *Canal 9* como de *À Punt*, Isabel Sánchez, afirma que: “antes la carrera no la exigían. Las personas podían presentarse a las oposiciones de la televisión con experiencia y podías optar al puesto. Por lo tanto, ahora hay gente de aquella etapa que no ha podido volver a trabajar en *À Punt* porque en su tiempo no terminó la carrera, tenía otras inquietudes, etc. De todas formas, del periodismo de aquella época, aún puedes encontrar gente que no ha estudiado periodismo y sigue ejerciendo”.

6. Conclusiones

Esta investigación aborda la presencia de la mujer en los informativos de la televisión autonómica valenciana. La importancia del trabajo radica, por una parte, en las entrevistas realizadas a periodistas que trabajaron, tanto en la época de la antigua cadena de televisión valenciana, *Canal 9*, como en la actual cadena, *À Punt*. Por otra parte, en el análisis y el visionado de la presencia de la mujer y el desempeño de diferentes roles dentro de un informativo.

Tras el análisis de los resultados, se detectan varias tendencias en el estudio: La primera tendencia destacada es la mayor participación de la mujer en los informativos de la televisión valenciana como presentadora. De hecho esta presencia se puede observar en la posición laboral y las funciones que desempeñan las profesionales entrevistadas. Algunas de ellas como Berbegall o Sánchez siguen manteniendo su posición laboral de presentadoras de informativos deportivos, pero el caso de Blasco y Maso representa el cambio que se ha dado de *Canal 9* a *À Punt*. Blasco pasó de ser redactora de la sección internacional a ser, actualmente, la

directora de los informativos. Blasco afirma: “Ahora, obviamente, mi visión es más global. Tengo que mirar por los resultados finales de nuestros productos informativos en todas las ventanas, por lo tanto, obligatoriamente he ensanchado la mirada, en comparación a mi antigua función en *Canal 9*”. Por su parte, Maso corrobora, en base a su experiencia: “Si yo comparo el trabajo que estoy haciendo ahora como editora y presentadora con cuando era presentadora en *Canal 9*, por aquel entonces yo no tuve preocupaciones de qué decir cuando estaba en *Canal 9*, no tenía responsabilidades de contenido. Ahora tengo la posibilidad de decidir qué digo, cómo lo digo y en qué orden lo digo respecto a los contenidos”. En esta muestra, las periodistas se sitúan como presentadoras y en sus antiguos puestos de trabajo, aunque no son el 100%. Estos datos nos confirman parte de la hipótesis 1, donde se mencionaba que las mujeres se encuentran, en muchas ocasiones, apartadas de los principales roles en un informativo, así como de los cargos directivos, de la dirección o de la edición informativos.

La segunda tendencia apunta a que el peso de la mujer en el conjunto del informativo ha aumentado, considerablemente, en la nueva televisión autonómica valenciana. En las dos semanas analizadas se ha podido comprobar que el 80% de los informativos han sido presentados por mujeres. Por otro lado, en cuanto a las variables analizadas dentro de los informativos en cuanto a VTR, platós, conexiones en directo y las voces expertas, se han obtenido datos que evocan a la reflexión. En los VTR la presencia de la mujer sigue siendo inferior en temáticas como el deporte o la política en comparación a la figura masculina. Los platós son dominio de las mujeres, pues se ha podido observar que el 80% de las veces, la presencia femenina es mayor que la masculina. Si bien es cierto que en la sección de deportes, los platós se han dividido en presencia masculina y femenina, por eso, la presencia de la mujer no es del 100% en esta variable. Las conexiones en directo cuentan casi con el 100% de la presencia femenina. Sin embargo, la sección deportiva sigue resistiéndose y se sigue apostando por la voz masculina antes que la voz femenina. Por último, en cuanto a las voces expertas, durante las dos semanas analizadas, existe un porcentaje grande de voces masculinas que están presentes en los bloques de política y los deportes. Al mismo tiempo, esto nos sirve

también para acabar confirmando la hipótesis 2, ya que como se ha dicho anteriormente, en los informativos de la televisión autonómica valenciana predominan las noticias protagonizadas por el género masculino, especialmente en el ámbito deportivo y el político.

Por último, la tercera tendencia aboga a los resultados positivos e igualitarios, en cuanto a los requisitos que se ha pedido a la mujer para ser presentadora en la nueva televisión autonómica valenciana. De hecho, todas las mujeres entrevistadas han coincidido en la afirmación de los requisitos que se les pedía para poder ejercer el papel de presentadoras en *À Punt*. Con ello, la hipótesis 3 se cumple parcialmente. Se sigue utilizando a las fuentes masculinas para la elaboración de piezas periodísticas en ciertos ámbitos dentro de un informativo, como la política y el deporte.

Las aportaciones de este trabajo resultan útiles para ver los ámbitos en los que todavía se puede mejorar. No obstante, como refleja el análisis, la presencia de la mujer en los informativos de la televisión autonómica valenciana ha mejorado, al menos, en cuanto a los temas que se abordan, más plurales, y respecto al enfoque de las piezas dentro de un informativo. Las noticias ya no están limitadas a quién y cómo dice las cosas, se recogen demandas políticas, se sancionan actitudes discriminatorias y se hace un uso más preciso del lenguaje. Sin embargo, según las variables analizadas, el medio todavía tienen que seguir mejorando.

En conclusión, esta investigación puede contribuir a profundizar en el ámbito de estudio, que puede ser la base para otras investigaciones, porque ayuda a conocer mejor si una cadena de televisión nueva apuesta más o menos por la igualdad de género de la presencia de la mujer y el rol que desempeña en los informativos -VTR, conexiones en directo y voces expertas- proporcionando nuevas imágenes que dejarán de alimentar actitudes discriminatorias y de exclusión de la mujer en el mundo de la televisión, favoreciendo su normalización e integración social.

Sin embargo, este trabajo también presenta limitaciones. Por eso, sería necesario seguir profundizando, indagar más e intentar localizar los documentos y vídeos que se hicieron durante aquella época, para lograr una visión más completa y poder contrastar el tratamiento mediático que se le daba a la mujer y qué papeles y roles se pudieron ver en esa etapa de la televisión valenciana.

7. Referencias bibliográficas

À Punt (2018). El 10 de juny comencen les emissions televisives d'À Punt. Recuperado de <https://apuntmedia.es/va/podcast/%c3%80%20Punt/Les-emissions-de-la-televisio-d-A-Punt-comencaran-el-10-de-juny>

Asociación de la Prensa de Madrid (2014). La mujer en el periodismo. Informe anual, 2014. Recuperado de https://www.apmadrid.es/wp-content/uploads/2009/02/Informe%20profesion_2014_d ef_baja.pdf

Asociación de la Prensa de Madrid (2015). La mujer en el periodismo. Informe anual, 2015. Recuperado de https://www.apmadrid.es/wp-content/uploads/2016/11/INFORME-PROFESION-APM -2015_baja_7M.pdf

Asociación de la Prensa de Madrid (2016). La mujer en el periodismo. Informe anual, 2016. Recuperado de https://www.apmadrid.es/wp-content/uploads/2017/10/Informe_anual_profesion_AP M_2016_baja_7mg.pdf

Asociación de la Prensa de Madrid (2017). La mujer en el periodismo. Informe anual, 2017. Recuperado de http://corresponsalesdepaz.es/archivos/201712/InformeAPM-2017_2.pdf

Asociación de la Prensa de Madrid (2018). La mujer en el periodismo. Informe anual, 2018. Recuperado de https://cdn27.hiberus.com/uploads/documentos/2018/12/10/_informeanual2018baja1 _3d6ba497.pdf

Becerra, A (2015). TV y género: La sexualización de la mujer en los medios de comunicación. *DiarioUchileCultura*. Recuperado de <https://radio.uchile.cl/2015/05/18/tv-y-genero-la-sexualizacion-de-la-mujer-en-los-medios-de-comunicacion/>

Cantarero, J (2018). À Punt, la nueva televisión valenciana, comienza pasando página de Canal 9. *Público*. Recuperado de <https://www.publico.es/culturas/punt-nueva-television-valenciana-comienza-pasando-pagina-canal-9.html>

Consejo Audiovisual de Andalucía (2017). *La presencia de la mujer en los informativos de televisión permanece estancada y asociada a estereotipos sexistas*. Recuperado de <http://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/actividad/actualidad/noticias/2017/06/la-presencia-de-la-mujer-en-los-informativos-de-television-per>

Elidrissi, F. (2018). El doble relato en la discriminación de las mujeres periodistas. *El Mundo*. Recuperado de <https://www.elmundo.es/televisión/2018/12/20/5c1a78e7fc6c83f31f8b46b1.html>

European Institute for Gender Equality. (2015). Gender Equality Index 2017. Recuperado de <https://eige.europa.eu/gender-equality-index/2015>

Fernández, L (2018). Informativos: ellos gordos y con canas. Ellas jóvenes y delgadas. ¿Por qué?. *MujerHoy*. Recuperado de: <https://www.mujerhoy.com/vivir/protagonistas/201807/23/informativos-televisión-mujeres-hombres-diferencias-rev-20180720120930.html>

Flores, C (2004). Efectos de la Televisión. Recuperado de <https://www.monografias.com/trabajos16/efectos-televisión/efectos-televisión.shtml>

Gallego, M (2016). Periodistas pioneras e innovadoras en la historia de la televisión en España: Blanca Álvarez y Lolo Rico. Recuperado de <https://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/view/54375>

García, N. (2012). La mujer presentadora en la programación diaria de televisión: La1 de TVE, Antena 3 y Telecinco. *I Congreso Internacional de Comunicación y Género*. Universidad de Sevilla, Sevilla. Recuperado de <https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/33410/Pages%20from%20LIBRO%20ACTAS%20I%20CONGRESO%20COMUNICACI%C3%93N%20Y%20G%C3%89NERO-5.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Gómez, P. (2018). La evolución de la mujer periodista en España desde 2006 hasta 2018. Recuperado de https://ddd.uab.cat/pub/tfg/2018/196482/TFG_Gomez_Segura_Paula.pdf

Info Libre (2017). La presencia de mujeres en informativos y debates televisados es estereotipada y un 30% inferior a la de los hombres. *Info Libre*, 2017. Recuperado de https://www.infolibre.es/noticias/medios/2017/08/02/la_presencia_mujeres_informativos_debates_televisados_estereotipada_inferior_los_hombres_68295_1027.html

International Women's Media Foundation (2013). Study: Almost 2/3 of women journalists polled have experienced abuse or harassment. *International Women's Media Foundation*, 2013. Recuperado de <https://www.iwmf.org/2013/12/almost-23-of-women-journalists/>

Jabonero, D (2018). Las voces femeninas hablan sobre la posición de las mujeres en la televisión. *El Español*. Recuperado de <https://www.elespanol.com/bluper/noticias/voces-femeninas-hablan-posicion-mujeres-televisión>

Ley 6/2016, de 15 de julio, de la Generalitat, del Servicio Público de Radiodifusión y Televisión de Ámbito Autonómico, de Titularidad de la Generalitat. DOGV, Valencia, España, 19.07.2016) Recuperado de https://www.dogv.gva.es/portal/ficha_disposicion_pc.jsp?sig=005370/2016&L=1

Macharia, S. (2015). ¿Quién figura en las noticias?. *El Proyecto de Monitoreo Global de Medios 2015*. Recuperado de https://www.cimacnoticias.com.mx/sites/default/files/gmmp_global_report_es.pdf

McCracken. K, FitzSimons. A, Priest. S, Girstmair. S & Murphy. B (2018). *Gender Equality in the Media Sector*. Recuperado de [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2018/596839/IPOL_STU\(2018\)596839_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2018/596839/IPOL_STU(2018)596839_EN.pdf)

McDermott. B. (2017). *As a woman in media, sexual harassment was the norm. I was told to keep it to myself*. Public Radio International. Recuperado de https://www.pri.org/stories/2017-10-20/female-journalist-sexual-harassment-was-normal-i-was-told-keep-it-myself?utm_source=theweek&utm_medium=referral&utm_campaign=partnership

Pasha. S. (2017). For women in media, sexual harassment is often the norm. *International Women's Media Foundation*. Recuperado de <https://www.iwmf.org/2017/11/for-women-in-media-sexual-harassment-is-often-the-norm/>

Ramos, A. (2016). Así triunfan las mujeres en la tele (y este es el precio que pagan). Recuperado de https://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2016-05-09/asi-triunfan-las-mujeres-en-la-tele-y-este-es-el-precio-que-pagan_1195848/

Ramos, B; Lisseth, A et Altamirano, J. (2017). *Análisis del rol de las mujeres presentadoras en la revista de Sol a Sol del canal VOS TV en el segundo semestre de 2017*. Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua. Recuperado de <http://repositorio.unan.edu.ni/9010/>

Sanz, D. (2017). *Periodismo: una profesión con mujeres discriminadas*. El Mundo. Recuperado de <https://www.elmundo.es/television/2017/12/14/5a32e08b22601d4b468b4626.html>

Tajahuerce, I. (2011). Prólogo. *Historia y Comunicación Social*, Volumen 16, pp. 7-10.

Ufarte, M. (2007). Las mujeres en el seno de la profesión periodística: de la discriminación a la inserción. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, (16), 409-421. Recuperado de www.redalyc.org/articulo.oa?id=16801623



Comparative analysis of the female figure in the news of Valencian television. Specific case: Canal 9 and À Punt.

PE0932. Final Degree Project

Line A: Introduction to scientific research in the field of journalism

Degree in Journalism Course: 2018 – 2019

Tutora: Amparo López Meri

Autora: Neus Baeza Antich DNI: 73598788-F

e-mail: al339909@uji.es

Today, the media is characterized by being a persuasive tool that allows us to remain in continuous communication with the different social, political and economic events both nationally and internationally.

The media and its habits in gender information coverage play an important role in shaping women's image. But there are still some gaps in women's activity as journalists, their media presence and their professional qualities. Today, all television networks host a large number of women who present and conduct different programming spaces. They are modern women, with higher education most of them, hardworking and socially active. However, this does not prevent the image of these journalists from being too often stereotypical, with a preponderance of the image of the young and beautiful woman, being even used as a claim to increase the audiences.

As we have said, the society in which we have lived has led us to establish certain stereotypes or exclusive languages towards the female figure. To do this, we will analyze the evolution of the presence of women in television news. On the other hand, Valencian television was known for being under the orders of the Valencian government and being a television of paternalistic character. That is why we also want to measure the degree of presence of women in terms of topics and sources in Valencian news.

In the order to achieve these objectives, we have defined a very specific sample and methodology. First, the methodology applied in this study focuses on the quantitative analysis of the content of the information. Variables such as VTR, live connections, expert voices, among others have been analyzed.

The exhibition consists of a total of 28 news reports, 14 midday and 14 evening news. The choice of them has been made with the purpose of analyzing the first

week of the broadcasts of the new Valencian television network and the last, before fulfilling the first year of the new Valencian television.

To all this we must add the analysis of the journalist woman in the news of the old Valencian television network, Canal 9 and today, in *À Punt*. It has been decided to take a questionnaire to four female journalists who were in the old stage and who are on the current television network. This means that a quantitative analysis will be made of four direct personal experiences of the situations experienced in the two media and to be able to see if there are differences or not.

Once we have established our methodology and our sample (with the analysis of the news and the questionnaires made) we get our results, which will allow us to interpret them and know if we have achieved our objectives.

On the one hand, there is a greater participation of women in the news of Valencian television as a presenter, being between 85 and 90% of the time that a woman presents the news. In fact, this presence can be observed in the job position and the functions performed by the professionals interviewed, since the four retain and /or have increased their professional position compared to the stage of *Canal 9* to the current stage in *The current one in À Punt*.

On the other hand, as we have warned you before, in VTRs the presence of women remains inferior in subjects such as sport or politics compared to the male figure. The sets are the domain of women, as it has been observed that 80% of the time, the female presence is greater than that of men. Live connections have almost 100% of the female presence. However, the sports section continues to resist and is still betting on male voice rather than female voice. Finally, as for the expert voices, during the two weeks analyzed, there is a large percentage of male voices that are present in the politics and sports blocs.

As for the requirements to be a presenter on the new television network, the four interviewees responded in the same way and contributed that they were asked for a

career in journalism along with other requirements that added up, for example having languages, master's degrees, etc. Here it is noted that in the previous television network some professionals were not asked for anything and others, like those interviewed, did.

Finally, with all these results we can say with certainty that the presence of the woman in the Valencian news has increased. However, it must also be said that, compared to other eras, the representation of women has increased very little or nothing in certain respects.