



El temprano retiro de las presentadoras de telediarios en Colombia y España: el repudio a la vejez femenina¹

Pedro Vázquez-Miraz²

Recibido: 25 de junio de 2018 / Aceptado: 3 de diciembre de 2018

Resumen. La televisión actual, como un medio de comunicación de masas basado en la imagen pública, mantiene una serie de estereotipos sexuales que también son transmitidos en los telediarios informativos. En el siguiente artículo de investigación se introduce un estudio de género transcultural de corte descriptivo acerca las características físicas y la edad de las presentadoras de los noticieros de televisión más relevantes de Colombia y España, en función de la audiencia obtenida por este tipo de programas. Resultados y conclusiones: Las conclusiones más evidentes de este trabajo, es que en este específico contexto laboral, salvo contadas excepciones, la edad de las mujeres a diferencia de sus pares varones, no se asocia con una mayor credibilidad, rigurosidad o seriedad, siendo un claro elemento discriminatorio que asocia a la mujer con un simple complemento de indudable atractivo físico.

Palabras clave: Televisión; comunicación; telediario; género; identidad; envejecimiento.

[en] The early retirement of newscasts women presenters in Colombia and Spain: the repudiation of female old age

Abstract. The actual television, as a mass communication based on public image, maintains a series of sexual stereotypes that are also transmitted in the newscasts. In the following research article, a cross-cultural gender study of a descriptive nature about the physical characteristics and age of the presenters of the most relevant television news programs in Colombia and Spain is presented, based on the audience obtained by this type of programs. Results and conclusions: The most obvious conclusions of this work, is that in this specific labor context, with few exceptions, the age of women, unlike her male partners, is not associated with greater credibility, rigor or seriousness, being a clear discriminatory element that associates women with a simple complement of undoubted physical attractiveness.

Keywords: Television; communication; newscast; gender; identity; aging.

Sumario. 1. Introducción; 1.1. Los estereotipos de género en los informativos televisivos. 2. Objetivos de la investigación. 3. Metodología. 4. Resultados; 4.1. La presentadora de noticias en las televisiones colombianas; 4.1.1. Canal Uno (Plural Comunicaciones); 4.1.2. RCN (Organización

¹ El presente artículo de investigación es resultado del proyecto de investigación "Estudios de género: economía, comunicación y educación", de la Universidad Tecnológica de Bolívar; reconocido por el código FCSH1804T1001 del Grupo de Investigación Desarrollo, Salud y Desempeño Humano del programa de Psicología

² Universidad Tecnológica de Bolívar (Colombia)
E-mail: pvasquez@utb.edu.co

Ardila Lülle); 4.1.3. Caracol TV (Valorem S.A); 4.2. La presentadora de noticias en las televisiones españolas; 4.2.1. La 1 (Grupo RTVE); 4.2.2. Antena 3 (Grupo Atresmedia); 4.2.3. Cuatro (Grupo Mediaset); 4.2.4. Telecinco (Grupo Mediaset); 4.2.5. La Sexta (Grupo Atresmedia). 5. Conclusiones. 6. Referencias bibliográficas.

Cómo citar: Vázquez-Miraz, Pedro (2019): "El temprano retiro de las presentadoras de telediarios en Colombia y España: el repudio a la vejez femenina". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 25 (2), 1171-1189.

1. Introducción

La televisión, como afirman Ribas y Fernández (2006: 86), es “uno de los medios más potentes de estandarización de la cultura global, [pues] es difícil encontrar un hogar, sea cual sea el país del mundo que observemos, que se escape de esta influencia”; y tanto como agente de socialización, como medio de comunicación de masas, la televisión se fundamenta principalmente en la imagen que se presenta a los espectadores y las emociones que a estos les genera (Fernández, 2005). Es evidente, por tanto, reconocer que este elemento transcribe roles y conductas mediante cualquiera de sus contenidos (Hidalgo-Marín, 2017).

La idea de feminidad en la televisión se ha plasmado continuamente como un elemento hermoso y de elevada moral que desarrollan unos roles específicos (estilo, elegancia, cuidado de familiares...), siendo la mujer la protagonista absoluta de géneros televisivos de enorme arraigo y éxito en países de fuerte tradición cristiana (como España y Colombia) como los programas de crónica social o las populares telenovelas (Rincón, 2018).

Esta cuestión no es algo baladí, pues en pleno siglo XXI, la actual televisión colombiana del post-conflicto armado y la presente televisión de España (cuyos medios tienen una gran popularidad entre los colombianos) siguen transmitiendo estos valores tradicionales (que se presupone que son los que la audiencia demanda), en los que se utilizan constantemente estereotipos femeninos como símbolos sexuales y/o decorativos en roles de dependencia (Velendia-Morales y Rincón, 2014; De Casas-Moreno, Maraver-López y Aguaded, 2016), que se asocian a la violencia intrafamiliar y al machismo (Vázquez-Miraz, 2017); siendo los medios de comunicación tradicionales (prensa y televisión) los que más apuestan por sencillas herramientas visuales a la hora de explicar informaciones complejas a su audiencia (Marín, 2018).

Es lógico pensar que la primera información visual mostrada por este medio, para que sea efectiva, tiene que estar constituida (en primer lugar) por elementos atractivos que permitan captar la atención de los televidentes y a continuación dar un mensaje que deba parecer creíble si lo que se quiere conseguir es influir en el pensamiento y escala de creencias de la sociedad. A los primeros productos televisivos se les denominaría coloquialmente como programas y a los segundos informativos; cuyos contenidos apenas variaron desde sus inicios, tal como nos indican Montero et al. en referencia a los orígenes de la televisión informativa española:

...entraban todas las cuestiones vinculadas directa o indirectamente con la tarea de dar cuenta de la actualidad. Su núcleo fundamental lo conformaron los

informativos [...]. Sin embargo, no faltaron programas que daban cuenta de la realidad política, social, económica, cultural, deportiva, etc. en formas muy variadas: boletines de noticias, diarios, crónicas y reportajes temáticos, documentales, entrevistas de actualidad, etc. (Montero et al., 2014: 155)

El género informativo en televisión, al igual que en la radio, es tan antiguo como el propio medio de comunicación, ya que los denominados telediarios o noticieros, tuvieron desde la popularización de este electrodoméstico, una enorme importancia en las parrillas de programación de todos los canales televisivos, pues la credibilidad y prestigio de la empresa y del canal, dependen, en gran medida, de la imagen que la sociedad tenga de sus noticieros (García-Estévez, 2012), al ser éstos una de las principales referencias que permite evaluar a la cadena de televisión (Vicente y Monclús, 2009).

Los informativos suelen presentarse en unos momentos temporales fijos (Montero et al., 2014), eventos que permitían a la sociedad además de mantener su rutina laboral, informarse de los acontecimientos más relevantes que sucedieron durante ese día³; pues como afirman Farré, Saperas y Navarro (1999) los telediarios son un mecanismo de mediación entre los ciudadanos, que necesitan conocer su entorno social, y una realidad social compleja, llegando a convertirse en un poderoso y privilegiado agente de acción de representación de la realidad social. En palabras de Guerrero-Solé, Pont-Sorribes y Palencia-Lefler:

Los medios de comunicación y la televisión, en particular, tienen en nuestra sociedad contemporánea un enorme protagonismo por lo que se refiere a la construcción de la imagen de la política. En particular, el género del noticiero televisivo juega un papel fundamental en esta construcción y tiene un efecto determinante por lo que se refiere a la imagen que los ciudadanos tienen de la política y de los políticos (Guerrero-Solé, Pont-Sorribes y Palencia-Lefler, 2013: 168)

Estas limitadas representaciones de la realidad [pues el género de los informativos se caracteriza por su rigidez de contenido, la importancia de sintetizar información debido al tiempo reducido con el que se trabaja y su enorme dependencia hacia la audiencia y la publicidad (Digón, 2005)], nunca serán ni neutras ni objetivas, ya que la posibilidad de marcar la agenda de contenidos y determinar lo que es noticia y lo que no lo es (Fernández, 2005; Gutiérrez-Coba, 2006) en función de las características propias de las noticias, tales como la negatividad (Rivière, 2004), el poder de sus protagonistas (Díaz, 2008) o los sesgos ideológicos (Ribas y Fernández, 2006) basados en relaciones político-económicas de diversa índole (Sarmiento y Ferreira, 2001; López, 2012; Soengas y Rodríguez, 2015), es una de las funciones elementales del denominado cuarto poder, que tan fielmente reflejan los informativos de televisión actuales (Reich, 2015).

Esta influencia de dominio va a ser una constante en todas las televisiones del planeta, observándose, de todos modos, diferentes gradientes de intensidad en cada

³ Nuestra experiencia personal recuerda con viveza a las generaciones más viejas de la familia exigiendo con solemnidad, un silencio sepulcral en la mesa porque iba a empezar «el parte» de las 21:00 en la televisión. Denominación popular de los noticieros radiofónicos que tuvo su origen en los partes militares que daban los sublevados en el transcurso de la Guerra Civil Española.

región; siendo el modelo pluralista polarizado, caracterizado por “por una baja profesionalización y una alta intromisión del poder político en los contenidos mediáticos” (Aguilar-Paredes, Gómez-Domínguez, Villanueva-Baselga y Sánchez-Gómez, 2016: 76), el que más se asemeja a los sistemas mediáticos colombianos y españoles. Esta tremenda influencia política, por consiguiente, va a favorecer que el dominio de esta industria clave esté concentrada en un número reducido de agentes empresariales (Lucas, 2011; López, 2012; Rovetto, 2013; Martínez, González y Miranda, 2015).

Los inicios de la televisión en Colombia y España, tienen enormes coincidencias históricas, pues además del pasado conflictivo que ambos países han sufrido en los siglos XIX y XX; si en Colombia (en 1954), el gobierno del general Rojas Pinilla era el que iniciaba este servicio en aras de transmitir su propaganda basada en la unidad nacional, el progreso y una visión política militarista (González, Pauloni y Noscué, 2016), la televisión de la España del general Franco iniciaba sus emisiones dos años más tarde como símbolo genuino y auténtico de las mejoras sociales (sin olvidar los valores promovidos por el gobierno tales como la familia, la tradición o la religión) propiciadas por la nueva política económica liberalizadora de la dictadura, en contraste con el ideal autárquico fascista vigente de décadas anteriores (Ibáñez, 2001).

Los noticieros de televisión “constituyen un punto de referencia estratégico en la programación de contenidos y en la definición de la calidad de las cadenas televisivas” (Salgado, 2007: 145), siendo el ejemplo primigenio de este prestigio durante el siglo XX, los presentadores de la cadena de noticias norteamericana CNN y otras de características similares, periodismo de culto ridiculizado hábilmente (Marta-Lazo, Ruiz y Tovar, 2017) y criticado duramente por Rincón, el cual lo definió como:

...poses de serios, rostros de apariencia-verdad, adulación de las imágenes de sí mismos, pantallas con diagramas de teléfonos, informes desde los hoteles, entrevistas a expertos que hablan de sí mismos, todos igualitos en vestidos, peinados y sonrisas; imágenes sin relato, solo se salvan las imágenes-documentos que las da gratis la naturaleza o los guerreros... (Rincón, 2011: 46)

El telespectador tampoco es un mero receptor pasivo de la información, pues éste también interactúa de diferentes formas con el propio medio, una situación que aprovechan los noticieros a su favor, pues este tipo de programas introducen noticias desde puntos de vista particulares que son presentadas como veraces (Digón, 2005), deduciéndose equivocadamente que las conclusiones proporcionadas por los informativos fueron consensuadas y deben ser aceptadas por todos (Ribas y Fernández, 2006). El hecho de que se actúe de esta manera, puede fortalecer, de manera indirecta, la aceptación de los estereotipos de género y los tradicionales roles sexuales que aparecen en la pantalla, ya que el telediario actúa como una pauta moral que nos designa lo que es correcto y lo que no lo es (Rivière, 2004).

1.1. Los estereotipos de género en los informativos televisivos

La idea estereotipada de la mujer como un mero elemento físico de gran atractivo que simboliza la elegancia, la belleza (Núñez et al. 2016), la amabilidad e incluso el placer sexual masculino (López, 2012; Dhima, 2015) favoreció irónicamente, que este sector laboral mantuviera desde sus inicios una tasa más alta de presencia femenina en comparación con otros puestos de trabajo (Franco y Ramírez, 1987; Torregrosa, 2008) y con una relevancia mayor que su sociedad contemporánea (Sarmiento y Ferreira, 2001; Montero et al., 2014; Mira-Restrepo, 2014; Gallego-Reguera, 2016; Coronel y Gastélum, 2016); siendo cierto que la preponderancia de la profesional del periodismo televisivo, en cierta medida, es el cliché de la «mujer fatal» y/o la «mujer niña» (Suárez, 2007). En otras palabras, una mujer joven y hermosa que sirve como un simple reclamo de audiencias (García-Estévez, 2012).

Esta situación se revela de forma más significativa en países con una gran diversidad racial, como por ejemplo Estados Unidos o Colombia, existiendo en televisión una doble discriminación: la de género y la racial (Ziegler y White, 1990), pues en el país sudamericano existe una subrepresentación de los grupos de origen africano e indígena⁴ (García y Herrera, 2011), y como afirman Romero, Zuluaga y García:

La diversidad étnica que enriquece a Colombia no encuentra un reflejo en los informativos [...]. El motivo, quizás, sea el hecho de que se quiera dar una imagen de modernidad, con presentadores encorbatados y bien peinados, con presentadoras bonitas con diseño de sonrisa, con estudios asépticos con multipantallas de plasma y led, donde los rostros, las voces y las costumbres de las diferentes etnias se consideran con un nivel de subdesarrollo mayor que cualquier chiste urbano (Romero, Zuluaga y García, 2016: 129)

De este modo, el papel masculino representado por el periodista, va a asociarse con rasgos de personalidad tales como la estabilidad emocional, la valiente agresividad incisiva en aras de la veracidad, la intelectualidad, la tenacidad o la eficacia; mientras que la presentadora femenina se define por la intuición, la ternura, la coquetería, la sumisión o la frivolidad (Suárez, 2007; Rodríguez-López, 2014).

Mención aparte debe hacerse con las mujeres físicamente atractivas que no son periodistas y que se mantienen en el medio televisivo exclusivamente gracias a su sensualidad. Un papel que coloquialmente se denomina en España como «mujer florero»; un rol profesional que tuvo su origen en la televisión colombiana de los años 80 con la aparición en los informativos «Noticiero 24 horas» de la modelo Isabela Vernaza (López, 2007) y en España con la presencia de la célebre y mediática Sara Carbonero (García-Estévez, 2012; Peschiera, 2016) a partir del año 2008; siendo, de todas maneras, el atractivo físico y la edad madura en las mujeres periodistas características físicas controversiales a la hora de hacer juicios de valor, fiables y rigurosos; pues como indica García-Estévez:

Entre las cualidades que ha de tener un buen comunicador de televisión, la buena imagen es una de las que más prima a la hora de la contratación de periodistas femeninas, siendo a veces esta belleza un obstáculo para la credibilidad y el

⁴ En España fueron excepcionales los casos de Francine Gálvez (de origen camerunés) y Desirée Ndjambo, presentadoras de informativos de la televisión pública española (TVE).

respeto profesional. De tal forma que se configura, por un lado, como un elemento discriminatorio para aquellas periodistas de mayor edad y menor espectacularidad a la vez que sirve de arma arrojadiza para poner en duda, a veces injustificadamente, la profesionalidad de las periodistas más jóvenes y atractivas (García-Estévez, 2012: 616)

Además de esta discriminación sexual basada en las características físicas; los puestos directivos y de poder en el periodismo y en el mundo audiovisual son casi siempre copados por los hombres (Torregrosa, 2008; Kitch, 2015; Fernández y Campos, 2015; Martínez-García, 2016; De Miguel, Hanitzsch, Parratt y Berganza, 2017), teniendo que aguantar las escasísimas mujeres que llegan a acceder a estos escalafones⁵ un machismo continuo procedente de un mundo tan marcadamente masculino como es el empresarial (Casajosa y Martínez, 2015). Es el tristemente famoso concepto de «techo de cristal», definido como “la desestimación sistemática de las mujeres en los sistemas de cooptación que operan en la selección de los puestos de más alta capacidad de decisión” (Amorós, 2007: 392).

Es un dato objetivo, por lo tanto, afirmar que la diferenciación sexual en el mundo del periodismo es una constante, sucediendo que los roles femeninos nunca adquieren la importancia y renombre de aquellos interpretados por sus homólogos varones (Tello, 2012).

Aun con todos estos contratiempos y avatares, la sociedad occidental fue rompiendo paulatinamente esta visión tradicionalista y cerril del hombre y de la mujer, incorporándose de manera irreversible y con notables imperfecciones, la mujer a los medios de comunicación en el último cuarto del siglo XX y a inicios del XXI, transcurriendo esta integración femenina a la par del cambio del paradigma del orbe laboral basado en los tradicionales roles de género (Gómez, Méndez y García-Estévez, 2010). Lamentablemente, aún hay mucho recorrido por recorrer, pues como explica Galán:

A pesar de los cambios, la mujer sigue representándose bajo los mismos tópicos y estereotipos, asociados, a menudo, al mundo de las emociones, la pasividad, la maternidad y la sexualidad, en entornos privados o íntimos como el hogar; mientras al hombre se le siguen otorgando, de un modo generalizado, atributos como el raciocinio, el liderazgo y la acción, apareciendo normalmente en espacios públicos (Galán, 2007: 45)

En los informativos televisivos de la primera década de este siglo, aunque es cierto que la presencia femenina es superior al de otras áreas periodísticas (De Frutos, 2016: 75), la presencia de las periodistas en este medio sigue siendo escasa en número y en tiempo (Gómez et al., 2010; García y Herrera, 2011; Angulo, 2013; Rivero, 2014a), pues en estos programas se fomentan las narrativas y los textos que refuerzan el papel tradicional de las mujeres a través de los ámbitos temáticos y el tiempo de palabra dado, no habiendo prácticamente modelos alternativos al tradicional (Comas, 2009; Chicharro, 2013).

Si bien los avances en cuestiones de género también se fueron abriendo paulatinamente en el sector audiovisual (Calvo, 2014; Peschiera, 2016; García-

⁵ Véase como ejemplo de lo dicho, la trayectoria profesional de las periodistas españolas Lola Álvarez, Carmen Domínguez, Matilde Fernández Jarrín, Ana Martínez o María José Royo.

Ramos, 2017), siendo ya frecuente ver, de forma exclusiva, a mujeres presentar en pareja o individualmente las noticias en televisión en contraposición al rígido patrón de conducción de este tipo de programas, formado por el tándem director de informativo y periodista principal varón - periodista secundaria mujer (Farré et al., 1999).

Esta clásica imagen de los noticieros de todo el mundo también es un símbolo de situaciones laborales no igualitarias, pues, aunque en las empresas de televisión, a diferencia de la radio, existe un cierto equilibrio cuantitativo en función del sexo de los presentadores y de la tendencia homogeneizante de quien dice las «noticias suaves» y «las noticias duras» (Caro, García, Rodríguez y Jiménez, 2007). En contraposición, García y Herrera (2011) y Rivero (2014a) consideran que la mayor presencia de mujeres en televisión, respecto a la hora de informar de «noticias suaves», es más abundante; apuntando Rivero (2014a: 89) que “el contenido de las noticias también resulta determinante para el acceso de mujeres y hombres a los medios de comunicación”; entendiendo esta autora que a las periodistas también se les predispone de forma exclusiva a la elaboración de este tipo de informaciones (Rivero, 2014b: 270).

Así pues, como indica Antezana, la relación de poder subordina a la mujer respecto su compañero varón:

Aun así, esta paridad formal solo parece remitirse al tiempo de aparición en pantalla, puesto que es posible apreciar que el presentador masculino tiene muchas más libertades editoriales para expresar opiniones con respecto a las notas, o incluso manifestar sentimientos en relación a los hechos informados, mientras que la presentadora femenina sólo se remite a entregar la información precisa, bajo una voz relativamente neutral, y en el tiempo requerido para ello (Antezana, 2011: 112)

En resumen, para Andrew Boyd (1994 citado en Salgado, 2005; 2007), las cualidades ideales para un presentador de informativos de televisión se asientan sobre la experiencia profesional, y unida a ésta, una personalidad carismática con la presencia de elementos de autoridad, credibilidad, claridad, cercanía y profesionalismo, tales como una buena voz y una adecuada presencia, definiéndose la telegenia como la suma del atractivo de las características físicas del presentador, su comunicación no verbal y el estilismo que lleva (Salgado, 2007).. Si bien hay una serie de factores que afectan de forma desigual a los periodistas de televisión en función de su género:

- El tono de voz más grave se percibe como más seguro y creíble (Rodero y Campos, 2005)

- El atractivo físico es el factor más importante en el caso de las presentadoras femeninas⁶ (Salgado, 2005)

⁶ En un anuncio promocional de la cadena CNN en español (2017), los periodistas Fernando del Rincón y Patricia Janiot iniciaban sus labores profesionales en una casa particular de un matrimonio (recién levantado y a la hora del desayuno), haciendo hincapié el varón de la casa de lo atractiva que era la periodista, situación (presuntamente humorística) que produjo la queja de su respectiva esposa.

- La edad media de las periodistas es significativamente más baja que la de sus pares varones (De Frutos, 2016)
- La combinación entre juventud femenina y madurez masculina es la tónica predominante en la televisión (García-Estévez, 2012)
- La mujer periodista tiene mayores probabilidades de recibir una remuneración económica menor (De Miguel et al., 2017)
- La mujer periodista tiene menos probabilidades de sufrir agresiones violentas (Rovetto, 2013; Garcés y Arrovaye, 2017) pero más de sufrir episodios de acoso sexual laboral (Garcés y Arrovaye, 2017)

2. Objetivos de investigación

El objetivo fundamental del presente artículo de investigación es conocer si realmente se mantienen en la televisión actual los estereotipos de género en los informativos de las televisiones colombianas y españolas, dándole en este trabajo la mayor relevancia al concepto de la edad de los periodistas que trabajan como conductores de noticieros, pues se entiende que a ciertas edades, las mujeres más maduras son alejadas de las cámaras de televisión, sustituidas por mujeres más jóvenes; una situación que no afecta de igual manera a los hombres. Además, se pretende saber si existen diferencias entre ambos países hispanos respecto el grado de sexismo de ambas sociedades (Lameiras et al., 2002), presuponiéndose como hipótesis inicial que en el país americano las diferencias de edad hombre-mujer serán mayores al ser las presentadoras colombianas significativamente más jóvenes que las periodistas españolas.

3. Metodología

Por medio de un análisis descriptivo y comparativo de datos cualitativos de los presentadores de noticieros (a excepción de las secciones deportiva y meteorológica), tales como las características físicas, el puesto directivo que ocupan en el organigrama del propio telediario y/o de la empresa y las temáticas de las noticias que explican a los televidentes, junto a datos cuantitativos como la edad biológica de estos profesionales⁷; se hizo una comparativa en función del sexo de los periodistas (presencia numérica y en edad) y de la procedencia geográfica de los contenidos televisivos que fueron revisados en el presente trabajo.

Para realizar tal labor, se han seleccionado los noticieros de las principales franjas horarias de las cadenas de emisión nacional y en abierto de Colombia (Canal 1, RCN y Caracol TV) y de España (TVE-1, Antena 3, Cuatro, Telecinco y La Sexta) más importantes. De esta manera, se quiere detectar y caracterizar, de forma empírica, aquellos rasgos asociables a formas estereotipadas y tradicionales de la feminidad, tales como la belleza juvenil.

⁷ Para realizar tal labor comparativa se utilizó el programa estadístico SPSS 23.0.

4. Resultados

El sector audiovisual de emisión nacional en abierto de los dos países analizados (Tabla 1) se caracteriza principalmente por ser un duopolio imperfecto del sector privado (Caracol TV y RCN dominan el mercado colombiano mientras que Antena 3 y Telecinco lo hacen en España) y, con un poder mucho más limitado, las cadenas propiedad de los respectivos estados [el colombiano Canal Uno y la Televisión Española (TVE)].

Los resultados obtenidos indican que los informativos de los dos países hispanoparlantes se caracterizan por tener un mayor número de mujeres que hombres delante de las cámaras de televisión (teniendo las televisiones colombianas un número más elevado de presentadoras); siendo las periodistas mucho más jóvenes que los varones ($M = 38.24 / M = 52.47$) y los profesionales colombianos tener una menor edad que sus compañeros españoles ($M = 40.16 / M = 45.69$).

Tabla 1. Edad media de las presentadoras femeninas de informativos⁸. Elaboración propia.

Edición noticiero	Televisiones colombianas			Televisiones españolas				
	Canal 1	Caracol TV	RCN	La 1	A-3	Cuatro	T5	La 6
Mañana	44 (-10.6)	33 (-8)	28 (-18)	-	32.33	-	32 (??)	-
Mediodía	36	35.66	32.5	43	43	44	35 (-21)	43
Tarde	40.5	49 (-1)	39 (-16)	56	-	36 (-18)	-	42
Noche	N/E	33	36	N/E	N/E	N/E	N/E	N/E
Sáb. / Dom.	35.33	29	28 (??)	38 (-14)	41 (-24)	53 (0)	45 (-12)	41
Nº Mujeres	7 (10)	7 (9)	7 (9)	3 (5)	5 (7)	3 (5)	3 (6)	3 (3)
Media edad (F)	38.95	35.93	32.7	45.66	38.77	44.33	37.33	42
	35.86 años			41.62 años				

Respecto las diferencias de edad en función del género, en la prueba no paramétrica U de Mann Whitney que se llevó a cabo, se obtuvo una significación estadística menor a .01; mientras que, en relación con la nacionalidad de los informativos, se halló una significación menor a .05 ($p = .035$); determinándose que las diferencias de edad de los presentadores presentes en este estudio, en función de su sexo y su nacionalidad, son estadísticamente significativas.

Indistintamente de la nacionalidad y la edad de los presentadores de este tipo de emisiones, el protagonismo principal de los noticieros y la dirección de este tipo de programas suele recaer en los varones, destacando principalmente los telediarios de la tarde, el principal informativo del día y el de mayor audiencia.

Sobre la temática de las noticias que los presentadores informan a su audiencia, de forma más marcada en los noticieros colombianos, pues éstos están más estructurados por secciones que los españoles; se observa el patrón tradicional ya

⁸ En paréntesis, la diferencia entre las edades medias de hombres y mujeres de cada telediario en caso de que existan periodistas de ambos sexos.

mencionado «noticias duras» masculinas y «noticias suaves» femeninas (Rakow y Kranich, 1991): las informaciones más importantes del día las suele explicar el presentador de mayor rango, que por lo general es un varón, mientras que las cuestiones referentes a estilos de vida y cuestiones menores del telediario, predomina que las de una presentadora.

Acerca las características físicas y el vestuario de los/as presentadores/as de informativos, todos los productos audiovisuales estudiados presentan el patrón típico habitual de este género televisivo:

- Presentadoras: mujeres jóvenes (30-40 años) de complexión delgada, grandes ojos, pelo largo y piel de color blanca. Uso de vestidos de una/dos piezas monocromáticos y zapatos de tacón. Secciones típicamente femeninas son el entretenimiento, la salud (Desmond y Danilewicz, 2010) y la cultura.

- Presentadores: hombres de edad media (40-55 años) de complexión media, pelo corto, siendo habitual el uso de gafas entre este colectivo y obligatorio el traje y la corbata. Secciones típicamente masculinas son la política nacional (Desmond y Danilewicz, 2010) y la economía.

4.1. La presentadora de noticias en las televisiones colombianas

A nivel general, los noticieros colombianos tienen un elenco más variado de presentadores que los informativos españoles, estando estructurados estos productos en cuatro franjas horarias (primera emisión, emisión de mediodía, edición central y última edición), mientras que los presentadores están claramente diferenciados en función de sus áreas de contenido: noticias genéricas (presentadas en general por una o dos personas), noticias internacionales, deportes y entretenimiento.

Es significativa la presencia de mujeres en todos los noticieros (a diferencia de los informativos de España), aunque la aparición de modelos y actrices femeninas que hacen la labor de presentadoras sin relación ni formación periodística alguna es algo continuo en el mercado colombiano de comunicaciones (Laroussi, 2015: 79), situación que públicamente elogian los propios medios de comunicación al destacar los certámenes de belleza y/o a las actuaciones más relevantes en telenovelas hechas por estas personas en sus contenidos digitales.

4.1.1. Canal Uno (Plural Comunicaciones)

Diez son los presentadores de televisión que informan a los colombianos desde la señal pública de la nación andina, un canal gestionado en la actualidad por la empresa privada; iniciándose esta nueva etapa desde mediados del año 2017. De esta decena de trabajadores, tres son varones [Iván Lalinde (40), Lucho Garzón (66) y Adrián Magnoli (58)], los cuales presentan el primer noticiero de la cadena, si bien en la primera media hora lo realiza en exclusiva el primer profesional mencionado anteriormente; siendo el elenco restante mujeres [Gina Acuña (36), Mabel Lara (37), Cristina Hurtado (34), Yalena Jácome (39), María Fernanda Navia (39) y Ana Aponte (28)].

En función del formato de noticiero, destaca la predominancia del varón en las ediciones matutinas y la exclusividad femenina en las ediciones centrales y durante

los fines de semana (pareja y trío de profesionales respectivamente). En relación a las temáticas de estos informativos, deja su huella el político y ex-sindicalista L. Garzón en contraposición a las noticias de sociedad y/o entretenimiento, las cuales son dadas por mujeres.

4.1.2. RCN (Organización Ardila Lülle)

Los noticieros de este canal privado, propiedad de un consolidado grupo empresarial nacional, presente en el negocio agroalimentario, las telecomunicaciones o el aeromotriz entre otros intereses; tienen a nueve presentadores: cuatro hombres [Felipe Arias (46), Juan Eduardo Jaramillo (55) y César Piñeros (edad desconocida) y Yamit Palacio (37)] y cinco mujeres [Katriz Castellanos (edad desconocida), Diana Mina (28), Maritza Aristizábal (edad desconocida), Andrea Bernal (39) y Johanna Amaya (36)]. La directora de noticias del canal es Claudia Gurisatti (44 años de edad).

Imagen 1. Presentadores de RCN Noticias⁹ (RR. SS de M. Aristizábal)



4.1.3. Caracol TV (Valorem S.A)

Las noticias de este canal privado, también propiedad de otro grupo empresarial colombiano con intereses económicos muy diversos, son presentadas por nueve profesionales: dos hombres [Juan Diego Alvira (46) y Jorge Alfredo Vargas (50)] y siete féminas [Catalina Gómez (33), Mónica Jaramillo (33), Vanessa de la Torre (39), María Lucía Fernández (49), Alejandra Giraldo (33), Daniela Pachón (29) y Juanita Gómez (edad desconocida)]. El rol de director de informativos lo ejerce Juan Roberto Vargas (49 años de edad).

4.2. La presentadora de noticias en las televisiones españolas

⁹ De izquierda a derecha: Z. Benavides (presentadora de la sección estilo de vida), A. Bernal, J.E. Jaramillo y M. Aristizábal.

A diferencia de los canales colombianos, los informativos españoles se producen en tres momentos temporales del día: mañana (06:30h), tarde (15:00h) y noche (21:00h)¹⁰, diferenciándose, en ocasiones, la sección referente a la actualidad deportiva, los cuales tienen sus propios espacios en la parrilla de la cadena. Respecto la presencia de personal ajeno al mundo del periodismo, esta situación es menos notable que en la televisión colombiana, en el específico mundo de los informativos de televisión, teniendo la práctica totalidad de personas alguna relación con el sector del periodismo y/o sus respectivos estudios reglados.

4.2.1. La 1 (Grupo RTVE)

Los telediarios de la principal cadena pública de España se caracterizan por tener en nómina a tres mujeres presentadoras [Pilar García (43), Ana Blanco (56) y Raquel Martínez (38)]: (M = 45.66) y a dos hombres [Jerónimo Fernández (38) y Pedro Carreño (52)] (M = 48.5) delante de las pantallas¹¹. Estos informativos, como norma general, presentan un único periodista como imagen pública, a excepción de los fines de semana, donde se mantiene el binomio clásico presentador principal - hombre de edad media y co-presentadora - mujer joven; siendo el responsable de los informativos José Antonio Álvarez Gundín (61 años)

4.2.2. Antena 3 (Grupo Atresmedia)

En los noticieros de este canal privado, de ideología conservadora, dan este tipo de programas cinco mujeres periodistas (M = 36.2) y dos hombres (M = 60), presentando sus informativos matinales una pareja de mujeres muy jóvenes [Lorena García (35), María José Sáez (33) o Angie Fernández (29)]. Los telediarios de mediodía [Sandra Golpe (43)] y tarde-noche [Vicente Vallés (55)], los narra una única persona mientras que los de fin de semana, se inician de igual manera que la similar dupla de la televisión pública; siendo el presentador de este noticiero la imagen más reconocida de los informativos¹², si bien ya no presenta el informativo más relevante de la cadena (Imagen 2). El director de informativos es Santiago González (48 años de edad)

¹⁰ Los últimos informativos del día de las cadenas Cuatro y La Sexta son a las 20:00h.

¹¹ De todas ellas, destacamos a Ana Blanco (56 años), la periodista más veterana de toda la televisión española, presentadora del noticiero de las 21h y protagonista indiscutible de los informativos públicos de España.

¹² Matías Prats Luque (65 años), hijo y padre de periodistas televisivos, presenta este telediario con la co-presentadora Mónica Carrillo (41 años), siendo el decano de los presentadores de informativos nacionales de España que actualmente están en activo.

Imagen 2. Los periodistas Matías Prats y Mónica Carrillo. (Cadena Ser)



4.2.3. Cuatro (Grupo Mediaset)

En los informativos de este canal privado de televisión, propiedad del emporio de medios italiano Mediaset, los cuales no tienen (a diferencia del resto) un profesional imagen y/o reseña de esta área, informan a los espectadores de las noticias más importantes tres mujeres [Carme Chaparro (43), Ane Ibarzabal (36) y Marta Reyero (53)] ($M = 44$) y dos varones [(Miguel Ángel Oliver (54) y Roberto Arce (53)] ($M = 53.5$); siendo el género informativo en este canal (al igual que La Sexta) de menor importancia, pues no se cuenta con noticieros matinales.

En función del número de periodistas presentes en el plató, este canal introduce los dos formatos típicos ya mencionados: un único presentador (noticieros de mediodía) y la dupla de periodistas de ambos géneros; siendo el noticiero de fin de semana uno de los pocos presentados por hombres y mujeres en el que los presentadores tienen edades similares: los reconocidos periodistas Arce y Reyero; si bien el canal informativo por excelencia de este grupo es Telecinco; siendo el director de informativos de Mediaset el periodista Juan Pedro Valentín (53 años de edad).

4.2.4. Telecinco (Grupo Mediaset)

Los informativos de este canal, propiedad también de Mediaset, mantiene en plantilla a los siguientes presentadores de noticias: tres mujeres [Alba Lago (32), Isabel Jiménez (35) y Ángeles Blanco (45)] ($M = 37.33$) y tres varones [Roberto Fernández (edad desconocida), David Cantero (56) y José Ribagorda (57)] ($M = 56.5$). Respecto el número de periodistas presentes durante el transcurso de los telediarios, este canal introduce, a excepción del noticiero de las 21:00 (el de mayor importancia y el cual es presentado en exclusiva por el periodista estrella de la cadena¹³), dos profesionales (hombre y mujer) para que comuniquen las noticias genéricas, siendo los varones de una edad significativamente más avanzada que sus compañeras.

¹³ El reconocido periodista Pedro Piqueras (62 años) es el presentador estrella del noticiero de las 21:00 y de toda la cadena.

4.2.5. La Sexta (Grupo Atresmedia)

La característica más relevante de esta cadena, de corte progresista es que la totalidad de presentadores de informativos son mujeres de similar edad [Helena Resano (43), Cristina Saavedra (42) y Cristina Villanueva (41)], que comparten unas características físicas muy comunes (Imagen 3) y que presentan en solitario sus respectivos telediarios.

Irónicamente, a pesar de este dominio femenino absoluto que presenta esta cadena de televisión, el periodista de referencia de esta empresa es Antonio García Ferreras (51 años), presentador de un programa de análisis y debate político de actualidad además de ser el director de informativos de la susodicha cadena.

Imagen 3. Las presentadoras de los noticieros de La Sexta¹⁴. (Diario ABC)



5. Conclusiones

Los resultados obtenidos en este trabajo de corte descriptivo van en la línea esperada: las presentadoras mujeres son contratadas en función a unos patrones físicos muy claros y evidentes: juventud y belleza; siendo más marcado esta situación en Colombia que en España, debido en parte a razones socioculturales que anteriormente ya se han comentado. Por lo tanto, se puede afirmar que en el momento en que el anterior binomio, fórmula del atractivo televisivo no se cumpla, por razones naturales y/o accidentes laborales, las profesionales de este medio tendrán una mayor probabilidad de desaparecer de la pequeña pantalla que sus compañeros varones.

Es cierto que se ha avanzado bastante en el ámbito de las políticas igualitarias de género y cada vez más se valora a la mujer por su valía y ésta tiene una mayor presencia en la televisión [véase el caso de la colombiana Margarita Rosa de Francisco (Rincón, 2018)], pero la realidad es tozuda y aún hay mucho camino que recorrer en el mundo de la televisión; pues aunque es evidente que la televisión tiene un fuerte carácter femenino, tal como corrobora la idea de la feminización de

¹⁴ De izquierda a derecha: C. Saavedra, M. Mendizábal (presentadora de un programa político de la misma cadena), H. Resano y C. Villanueva.

la profesión periodística (Rivero, Meso y Peña, 2015), esta es una feminización incompleta, pues además de la presencia de un techo cristalino que impide el acceso a las mujeres a cargos de responsabilidad mayor, la expulsión del mercado laboral por motivos relacionados con la maternidad y las responsabilidades familiares (Rivero y Meso, 2014), existe el reloj biológico de la vejez que acecha con más crudeza a las mujeres que a los varones, relegándolas tristemente al ostracismo mediático.

También afirmamos que el gran número de presentadoras televisivas que se seleccionan como “carne de cámara” (Mira-Restrepo, 2014: 16) exclusivamente por su belleza física¹⁵, habiendo una tasa de desempleo tan elevada en el ámbito periodístico actual (Rivero y Meso, 2014), transmite una señal a la sociedad totalmente contraproducente, por muchos alegatos feministas que se proclamen; pues se da a entender indirectamente que el esfuerzo, el sacrificio personal y el estudio son valores secundarios frente a la belleza física y/o al hábil bisturí de los cirujanos plásticos.

En definitiva, el tiempo dará o quitará la razón en función de que las presentadoras que actualmente están en activo, se acerquen a la temible edad del medio siglo. Si por un casual, y de forma repentina ellas desaparecen de las pantallas de los televisores, no se busquen nuevos culpables: la vejez femenina es la única responsable.

6. Referencias bibliográficas

- Aguilar-Paredes, C., Gómez-Domínguez, P., Villanueva-Baselga, S. y Sánchez-Gómez, L. (2016): Propuesta de un índice de la calidad informativa de los telenoticias de las televisiones autonómicas españolas. *El profesional de la información*, 25 (1), 75-87. Doi: <http://dx.doi.org/10.3145/epi.2016.ene.08>
- Amorós, C. (2007): *La gran diferencia y sus pequeñas consecuencias... para las luchas de las mujeres*. Madrid, Ediciones Cátedra.
- Angulo, L. (2013): TV comunitaria en Colombia: Producción, programación y audiencia. *Revista Luciérnaga*, 5 (10), 64-77.
- Antezana, L. (2011): La mujer en la televisión: el caso chileno. *Cuadernos de Información*, 29, 105-116.
- Calvo, E. (2014): La representación de la mujer y los roles de género en los informativos deportivos de televisión. *Fonseca, Journal of Communication*, 8, 111-129.
- Calvo, E. y Gutiérrez, B. (2016): La mujer deportista y periodista en los informativos deportivos de televisión. Un análisis comparativo con respecto a su homólogo masculino. *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, 1230-1242. Doi: <http://dx.doi.org/10.4185/RLCS-2016-1143>
- Caro, F.J.; García, M.M.; Rodríguez, C.; y Jiménez, G. (2007): Techo de cristal en las empresas periodísticas: percepción de las habilidades y capacidades de la mujer en las tareas de dirección. *Ámbitos: Revista internacional de comunicación*, 16, 395-407.

¹⁵ La curiosa forma de selección que llevan a cabo las empresas de medios de comunicación de España, en búsqueda de futuras promesas del medio televisivo en las universidades de Comunicación y Periodismo de todo el país, daría para otro artículo científico.

- Cascajosa, C. y Martínez, N. (2015): *Mujeres en el aire: haciendo televisión*. Lola Álvarez, Carmen Domínguez, Matilde Fernández Jarrín, Ana Martínez y María José Royo. Madrid, Universidad Carlos III.
- Chicharro, M. (2013): Representaciones de la mujer en la ficción postfeminista: Ally McBeal, Sex and the City y Desperate Housewives. *Papers. Revista de Sociología*, 98 (1), 11-31.
- Comas, D. (2009): Las mujeres en los informativos de televisión. *Quaderns del CAC*, 33, 97-108.
- Coronel, A.I. y Gastélum, J.A. (2016): Situación laboral de las periodistas en Culiacán, Sinaloa, desde una perspectiva de género. *Razón y Palabra*, 20 (95), 553-565.
- De Casas-Moreno, P.; Maraver-López, P.; y Aguaded, I. (2016): Análisis de contenido de la programación sensacionalista pública española: propuesta de cuestionario como medidor de los hábitos de la audiencia audiovisual. *Icono 14*, 14, 1-23.
Doi: <https://doi.org/10.7195/ri14.v14i1.914>
- De Frutos, R. (2016): Mujeres periodistas: violencia aumentada. *Infoamérica: Iberoamerican Communication Review*, 10, 69-84.
- De Miguel, R.; Hanitzsch, T.; Parratt, S.; y Berganza, R. (2017): Women journalists in Spain: An analysis of the sociodemographic features of the gender gap. *El profesional de la información*, 26 (3), 497-506. Doi: <https://doi.org/10.3145/epi.2017.may.16>
- Desmond, R. y Danilewicz, A. (2010): Women Are On, But Not In, the News: Gender Roles in Local Television News. *Sex Roles*, 62 (11-12), 822-829.
Doi: <https://doi.org/10.1007/s11199-009-9686-5>
- Dhima, M. (2015): La TV albanesa hace negocio con los escotes de sus presentadoras. *Elmundo.es*, 10 de dieimbre.
<http://www.elmundo.es/television/2015/12/10/5669bd7b46163f601c8b4599.html>
- Díaz, R. (2008): La representación del mundo en los informativos de televisión. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 14, 363-384.
- Digón, P. (2005): Las «otras noticias» y los telediarios españoles: una propuesta de análisis. *Comunicar*, 25.
- Farré J.; Saperas, E.; y Navarro, V. (1999): Telediario y género: la presencia de la mujer en los telediarios. *Formats: Revista de comunicación audiovisual*, 2.
- Fernández, J. (2005): Los informativos en televisión: ¿debilidades o manipulación? *Comunicar*, 25.
- Fernández Lombao, T. y Campos Freire, F. (2015): Equidad y representación de género en los órganos de gobernanza de las radiotelevisiónes públicas europeas. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 21 (2), 1045-1063.
Doi: http://dx.doi.org/10.5209/rev_ESMP.2015.v21.n2.50900
- Franco, L. y Ramírez, D. (1987): Participación de la mujer en medios. *Comunicación: Estudios Venezolanos de Comunicación*, 58, 62-74.
- Galán, E. (2007): Televisión Iberoamericana: Mujer, realidad social y ficción. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 97, 44-49.
- Gallego-Reguera, M. (2016): Periodistas pioneras e innovadoras en la historia de la televisión en España: Blanca Álvarez y Lolo Rico. *Historia y Comunicación Social*, 21 (2), 487-496.
- Garcés, M. y Arroyave, J. (2017): Autonomía profesional y riesgos de seguridad de los periodistas en Colombia. *Perfiles Latinoamericanos*, 49, 1-19.

- García, D. y Herrera, L. (2011): *El caribe colombiano a través de su televisión: agenda informativa y realidad regional en Telecaribe*. Bogotá, Universidad Sergio Arboleda.
- García-Estévez, N. (2012): La mujer presentadora en la programación diaria de televisión: La1 de TVE, Antena 3 y Telecinco. En Suárez, J.C.; Liberia, I.H.; y Zurbano-Berenguer, B. (coords.): *Libro de Actas del I Congreso Internacional de Comunicación y Género* (pp. 603-617). Sevilla, Universidad de Sevilla.
- García-Ramos, F. (2017): Relatos y representaciones de la mujer fotoperiodista en la prensa y el cine español en los años 50 y 60: el caso de la fotógrafa Juana Biarnés. *Prisma Social, Esp. 2*, 126-166.
- Gómez, J.M.; Méndez, S.; y García-Estévez, N. (2010): La mujer presentadora en los informativos de Canal Sur TV. En Vázquez, I. y Flecha, C. (Coords.): *Investigaciones multidisciplinares en género: II Congreso Universitario Nacional Investigación y Género*, (pp. 351-363). Sevilla, Universidad de Sevilla.
- González, L.; Pauloni, S.M.; y Noscué, E. (2016): Revisión histórica del contexto político en los inicios de la TV analógica y la contemporaneidad digital: Los casos de Argentina y Colombia. *Comunicación*, 35, 83-99.
- Guerrero-Solé, F.; Pont-Sorribes, C.; y Palencia-Lefler, M. (2013): La construcción de la imagen de la política en los noticiarios televisivos en España. Exo- y endo- equilibrios de la calidad de la información política. *Revista Latina de Comunicación Social*, 68 (2), 167-188. Doi: <https://dx.doi.org/10.4185/RLCS-2013-973>
- Gutiérrez-Coba, L. (2006): Análisis de la calidad informativa, primer paso hacia el cambio. *Palabra clave*, 9 (1), 29-56.
- Hidalgo-Marí, T. (2017): De la maternidad al empoderamiento: una panorámica sobre la representación de la mujer en la ficción española. *Prisma Social, Esp. 2*, 291-314.
- Ibáñez, J.C. (2001): Televisión y cambio social en la España de los años 50. Apuntes sobre el proceso de legitimación del medio televisivo en la dictadura de Franco. *Revista Secuencias*, 13, 48-67.
- Kitch, C. (2015): Women in the Newsroom: Status and Stasis. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 92 (1), 35-38.
Doi: <https://dx.doi.org/10.1177/1077699014563523>
- Lameiras, M.; López, W.; Rodríguez, Y.; D'Ávila, M.L.; Lugo, I.; Salvador, C.M.; Mineiro, E.; y Granejo, M. (2002): La ideología del rol sexual en países iberoamericanos. *Avances en Psicología Clínica Latinoamericana*, 20, 37-44.
- Laroussi, S. (2015): Dicotomía grotesca de la mujer en la narconovela colombiana: ¿virgen o puta? *Forum: Revista de la Universidad de Puerto Rico en Arecibo*, 22, 65-84.
- López, F. (2012): La historia de los noticieros de televisión en Colombia y la construcción de una memoria crítica de la sociedad y del oficio periodístico 1954-1984. *Revista Folios*, 24, 51-79.
- Lucas, C. (2011): La pluralidad informativa en la TV de Guatemala. *Razón y Palabra*, 78.
- Marín, B.E. (2018): El tratamiento del postconflicto colombiano por medio de infografías y visualizaciones de datos. *Revista Latina de Comunicación Social*, 73 (6), 700-717. Doi: <http://dx.doi.org/10.4185/RLCS-2018-1277>
- Marta-Lazo, C.; Ruiz, F.J.; y Tovar, A. (2017): El periodismo informativo y la televisión infantil en las primeras temporadas de la serie de ficción televisiva Los Simpson. *Icono 14*, 15 (2), 92-113. Doi: <http://dx.doi.org/10.7195/ri14.v15i2.1057>

- Martínez, F.J.; González, R.A.; y Miranda, O.M. (2015): Actores políticos y sociales de los telediaros: Una tarea pendiente de las televisoras mexicanas. *Revista Latina de Comunicación Social*, 70 (7), 750-764. Doi: <http://dx.doi.org/10.4185/RLCS-2015-1069>
- Martínez-García, L. (2016): Las carencias de la prensa tradicional, un lastre para el periodismo emprendedor. *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, 428-442. Doi: <http://dx.doi.org/10.4185/RLCS-2016-1103>
- Mira-Restrepo, L. (2014): ¿Quién era, Gloria Valencia de Castaño, la primera dama de la televisión colombiana? *Naturalia*, 48, 15-21.
- Montero, J.; Rubio, A.L.; Antona, T.; Martín, J.; y Fernández, L. (2014): Los telediaros franquistas. Una investigación sobre las fuentes. *Revista Latina de Comunicación Social*, 69 (2), 152-175. Doi: <http://dx.doi.org/10.4185/RLCS-2014-1006>
- Núñez, T.; Vera, T.; Ramírez, R.; Pedraza, C.I.; y Jaime de Pablos, M.E. (2016): La mujer comunicadora y su incidencia en la educación en equidad. *Aularia: revista digital de comunicación*, 5 (1), 41-58.
- Peschiera, L. (2016): El ejercicio profesional de la mujer dentro del periodismo deportivo. *Correspondencias & Análisis*, 6, 185-196.
Doi: <https://dx.doi.org/10.24265/cian.2016.n6.10>
- Rakow, L.F. y Kranich, K. (1991): Woman as Sign in Television News. *Journal of Communication*, 41 (1), 8-23.
Doi: <https://dx.doi.org/10.1111/j.1460-2466.1991.tb02289.x>
- Reich, Z. (2015): Comparing News Reporting Across Print, Radio, Television and Online. *Journalism Studies*, 17 (5), 552-572.
Doi: <https://dx.doi.org/10.1080/1461670X.2015.1006898>
- Ribas, M. y Fernández, L. (2006): Mujeres, identidades y televisión: la construcción informativa del 8 de marzo. *Quaderns del CAC*, 25, 83-92.
- Rincón, O. (2011): Nuevas narrativas televisivas: relajar, entretener, contar, ciudadanizar, experimentar. *Comunicar*, 36 (18), 43-50. Doi: <http://dx.doi.org/10.3916/C36-2011-02-04>
- Rincón, O. (2018): Ellas son el centro de la pantalla y la pantalla es el mundo. *Razón y Palabra*, 22 (1_100), 271-280.
- Rivero, D. (2014a): Posmachismos y medios de comunicación: nuevos mecanismos para viejos problemas. *Anàlisi. Quaderns de Comunicació i Cultura*, 50, 85-97. Doi: <http://dx.doi.org/10.7238/a.v0i50.2268>
- Rivero, D. (2014b): División sexual del periodismo. Ellas a las aulas y ellos a las redacciones: estudio del caso vasco. *Cuestiones de género: de la igualdad y la diferencia*, 9, 259-285. Doi: <http://dx.doi.org/10.18002/cg.v0i9.989>
- Rivero, D. y Meso, K. (2014): Infra-representación de las mujeres en el mercado laboral periodístico: análisis de las causas. *Trípodos*, 35, 95-115.
- Rivero, D.; Meso, K.; y Peña S. (2015): La feminización de los estudios de Periodismo: análisis del caso español. *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, 566-583. Doi: <http://dx.doi.org/10.4185/RLCS-2015-1060>
- Rivière, M. (2004): Información + publicidad = escuela moral. Infierno y paraíso en el telediaro. *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*, 59, 29-36.
- Rodero, E. y Campos, G. (2005): Las voces de los presentadores de informativos en televisión. *Comunicar*, 25.
- Rodríguez-López, J. (2014): La difusión de los estereotipos de género a través de las TIC: La mujer en el vídeo musical. *Ámbitos: Revista andaluza de comunicación*, 29.

- Romero, J.M.; Zuluaga, J.M.; y García, R.M. (2016): La pantalla blanqueada. Maquillaje de la piel social en los informativos de RCN. *Textos y sentidos*, 13, 111-131.
- Rovetto, F. (2013): Percepciones sobre desigualdades de género en el trabajo periodístico. *Global Media Journal*, 10 (20), 54-73.
- Salgado, A. (2005): El presentador de noticias: las cualidades necesarias para una comunicación eficaz. *Comunicar*, 25.
- Salgado, A. (2007): La credibilidad del presentador de programas informativos en televisión. Definiciones y cualidades constitutivas. *Comunicación y Sociedad*, 20 (1), 145-180.
- Sarmiento, M. y Ferreira, L. (2001): Libertad verdadera: Autocensura y propaganda. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 76, 4-15.
- Soengas, X. y Rodríguez, A.I. (2015): El control gubernamental de RTVE y el pluralismo en los informativos. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 21 (2), 1225-1240. Doi: http://dx.doi.org/10.5209/rev_ESMP.2015.v21.n2.50912
- Suárez, J.C. (2007): Estereotipos de la mujer en la comunicación. *Mujeres en red. El periódico feminista*. <http://www.mujeresenred.net/spip.php?article1211>
- Tello, L. (2012): La representación de la mujer periodista en el cine español (1896-2010): estereotipo, ética y estética. *Cuestiones de género: de la igualdad y la diferencia*, 7, 99-117. Doi: <http://dx.doi.org/10.18002/cg.v0i7.905>
- Torregrosa, J.F. (2008): Comunicación periodística. Notas desde una perspectiva de género. *Femenismo/s*, 11, 125-139.
- Vázquez-Miraz, P. (2017): *Violencia machista y menores: efectos en los niños a causa del tipo de educación parental recibida*. Tesis doctoral. A Coruña, Universidad de A Coruña.
- Velandia-Morales, A. y Rincón, J.C. (2014): Estereotipos y roles de género utilizados en la publicidad transmitida a través de la televisión. *Universitas Psychologica*, 13 (2), 517-527. Doi: <http://dx.doi.org/10.11144/Javeriana.UPSY13-2.ergu>
- Vicente, M. y Monclús, B. (2009): La creación de imagen de marca a través de los servicios informativos: claros y oscuros en los noticiarios españoles". En Marzal, J.; Casero, A.; y Gómez, F.J. (eds): *Tendencias del periodismo audiovisual en la era del espectáculo*. Castellón, Universitat Jaume I, pp. 207-215.
- Ziegler, D. y White, A. (1990): Women and minorities on network television news: An examination of correspondents and newsmakers, *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 34 (2), 215-223. Doi: <http://dx.doi.org/10.1080/08838159009386737>

Pedro Vázquez Miraz es doctor en Ciencias Sociales y del Comportamiento por la Universidad de A Coruña y licenciado en Psicología Social por la Universidad de Santiago de Compostela. Actualmente es Profesor de planta del Programa de Psicología de la Universidad Tecnológica de Bolívar.