

La radio tiene nombre de mujer

Montserrat Minobis

Tweet

Visitas: 18071 {id_article}

Intervención realizada por Montserrat Minobis - Febrero 1999

No creo que nadie nunca haya puesto el énfasis en un título semejante a la hora de plantear algunas de las cuestiones que afectan al mundo de la radio, ya sea desde el análisis, tantas veces frívolo y poco profundo del i/o la oyente. Y si yo me he permitido la libertad de tal enunciado es porqué, ciertamente, la radio tiene nombre de mujer. Y lo tiene, primero desde un punto de vista gramatical (radio es femenino) y porque según análisis y encuestas diversas la audiencia radiofónica es mayoritaria femenina y, en último término porque, según un estudio de la ASSOCIACIÓ DE DONES PERIODISTES DE CATALUNYA que me honro en presidir, el mundo profesional audiovisual en general y, el de la radio en particular, la presencia de las mujeres ha aumentado cuantitativamente y, naturalmente, cualitativamente.

Ciertamente el mundo de los media, con su diversificación y liberalización, ha cambiado considerablemente en los últimos años. Cierto también, que sólo llevamos veinte años de democracia y, consiguientemente, la libertad de mercado comunicacional sea quizás una de las que más ha cambiado y de las que más, en estos momentos y debidos a los profundos y determinantes cambios tecnológicos, se encuentra en un campo en donde la competitividad es tan acentuada que difícilmente se establecen las barreras diferenciales entre lo público y lo privado en el término de titularidad pública o de empresa privada. (a pesar que en lo que a los aspectos de programación y de índices de audiencia cada vez más, también, lo público y lo privado se mezcla de tal forma que las empresas de comunicación deberían ya haber empezado a pensar en lo que es moralmente ético y lo que no. O en otro caso, quizás empezaría a ser hora que el único código deontológico (el del Col. legi de Periodistes de catalunya) tuviera las adecuadas réplicas en todos los ámbitos de la comunicación.

Pero después de estas breves consideraciones generales vayamos a lo particular. LA RADIO TIENE NOMBRE DE MUJER aunque con muchas, muchísimas matizaciones. No podemos negar el carácter, como indicaba antes, gramatical del término, ni tampoco que el acceso de la mujer, como profesional del medio ha cambiado tanto que, ateniendonos al estudio antes mencionado el número de mujeres que trabaja en la radio supera al de los hombres, pero....en qué manera y cómo ?

En estos momentos la radio, goza de una salud extraordinaria. Superados los años difíciles de la incidencia televisiva por encima de la radiofónica, el mundo de la radio, en la actualidad alcanza unos índices de audiencia (al margen de las guerras que se establecen entre las distintas cadenas) realmente extraordinario en parte debido a lo que ahora se denomina radio de las estrellas (aunque quizás deberíamos decir de “los estrellas”, si se me permite esta pequeña licencia). Pero, ¿la radio de las estrellas beneficia a la mujer ? O tiene en cuenta a la mujer ¿Donde están las mujeres en la radio de hoy ? ¿Cuántas de ellas alcanzan este supuesto estrellato ? ¿Qué tipo de radio se hace ? ¿Qué mensaje se trasmite a la mujer ? (no olvidemos que las mujeres son las radioyentes más numerosas del medio.

Hace poco menos de un mes, se celebraba en Barcelona y por primera vez en la historia de la radio, el Primer Congreso de la Radio a Catalunya en donde prácticamente toda la profesión ha discutido sobre distintos aspectos que en estos momentos afectan al mundo de la radiodifusión. Se han debatido sobre radio pública-radio privada ; sobre las encuestas y los índices de audiencia, y credibilidad de las mismas, sobre las nuevas tecnologías, sobre lengua (aunque no sobre lenguaje, sobre cuestiones y marcos legales y sobre programación. Poco sobre problemas reales : oferta de trabajo, condiciones laborales, etc...) No se ha hablado, por supuesto del género radio, ni muchísimo menos de cual es el papel de la mujer en el medio.

De la larga lista de ponentes y de participantes en las distintas mesas redondas la cifra de mujeres invitadas (que no participantes que aquí si había y numerosas) sólo podemos destacar la cifra de dos mujeres ponentes (de un total de siete) de una única moderadora y de dos únicas mujeres participantes en dos mesas redondas.

Presencia ridícula si nos atenemos a que las mujeres constituyen en, prácticamente todas las emisoras de radio, el grueso de la profesión. Es decir con palabras sencillas pero gráficas, la inmensa mayoría de las mujeres profesionales de la radio que son “las currantes” de muchas de las estrellas-hombres que dominan el actual panorama radiofónico. Han sido clarísimamente marginadas en el momento de elaborar ponencias sobre la profesión

radiofónica. Abro al respecto un pequeño paréntesis para decir que a finales de este mes el Col. legi. De Periodistes de catalunya celebrará su Congreso. Nuestra asociación ha tenido la paciencia de hacer un recuento minucioso del número de mujeres que han sido invitadas a participar en el mismo. Si tuviéramos que hacer uso de un símil futbolístico, deberíamos decir que los hombres ganan por una goleada de escándalo :89 hombres por contra sólo 9 mujeres. Dato a tener en cuenta : el número de mujeres colegiadas es altísimo ;el número de mujeres profesionales de la comunicación con cosas por decir, son muchas. Pero nuestro ilustrísimo Colegio(que así se le define)o la comisión de trabajo del Congreso no ha tenido en cuenta esta circunstancia. Más de lo mismo.

Hay, evidentemente en el mundo de la radio alguna mujer que ha sido considerada y es estrella, pero a decir verdad nos sobra casi todos los dedos de una mano al referirnos a la cantidad de ellas que puedan “competir” con las llamadas “guerras de audiencia” en especial de los programas matinales y nocturnos de la radiodifusión. Si nos atenemos, pues, a los criterios establecidos en la radio en el Estado Español en estos últimos años, la tendencia de la programación es la de hacer hincapié especial en la radio actualidad ; es decir aquella que potencia al máximo la actualidad política y la deportiva, poniendo básicamente el acento en el considerado “deporte rey”, es decir ,el fútbol.Y poco o nada en los aspectos más sociales o culturales que son en realidad, los que deberían marcar los principios básicos de lo que entendemos debería-o deberían cumplir- las emisoras públicas. Pero éstas animadas por la competencia, y tal como ocurre en la televisión, están más preocupadas por los índices de audiencia que por los de la calidad o el servicio que deberían prestar cómo organismo público y de servicio.

Si a ello añadimos que, en muchas de ellas, se sigue teniendo y valorando la audiencia de las mujeres como la femenina, la tendencia sigue siendo la de la programación más tendente a criterios de subdesarrollo cultural que otra cosa. Puesto que a las mujeres se las sigue considerando de segunda categoría. O, en otro orden, a que la audiencia femenina reclama unos determinados programas que son los que más gustan a las amas de casa.

Simplificando todavía mas, la tendencia es hacer una radio a primera hora de la mañana tendente a captar la atención de la audiencia-hombre interesado interesado por la actualidad política : informativos y tertulias, ya que éste por regla general escucha la radio al levantarse ; a media mañana y prácticamente en todas las emisoras ocurre lo mismo, la tendencia es la de ir haciendo una programación pensando ya en que la audiencia es la de las amas de casa, y por tanto, es necesario hablar de aquellas cuestiones más referidas a ámbitos

en donde la mujer actúa : el hogar, los hijos/hijas, la educación, alguna cuestión de tipo más social ,mejor dicho notas de sociedad, o de chismorreo, etc... hasta llegar nuevamente a la actualidad a través de los informativos del mediodía.

Por la tarde, más o menos sigue la misma tónica : es decir teniendo en cuenta que hay la competencia televisiva, se acentúa todavía más, el carácter de radio dirigida al público femenino (salvo honrosas excepciones que afortunadamente existen y que son dirigidas a un público amplio y diverso). Y así hasta llegar al horario nocturno en donde además de los informativos aparecen ya los programas deportivos, o dedicados al fútbol, que recuperan la audiencia masculina o al radio oyente hombre. La franja nocturna, básicamente esta formada nuevamente por deportes, tertulias y...el teléfono es decir, por aquellos programas que abren sus líneas telefónicas para que todo el mundo pueda contar (entrecomillas, sus problemas). También hay en esta franja horaria, honrosas excepciones, pero son, naturalmente mínimas. Todo esto y muy sintetizado, podría ser el enunciado básico de lo que ofrecen las radios en líneas generales a sus miles de oyentes.

¿Y COMO LO CUENTAN ?

Ya han quedado apuntados algunos aspectos de lo que se hace y casi consiguientemente cómo se hacen, puesto que hemos partido de la premisa que la radio, en líneas generales, compartimenta su programación en base a sus horarios de la audiencia-hombre, audiencia-mujer. Hemos hablado así mismo, de la radio de las estrellas aunque solo sea de pasada, puesto que es de sobras conocido su papel en la radio española, en estos momentos ; pero si quisiera hacer notar que si en un momento dado, ya sea por sentido de la culpabilidad o por sentido- digamos oportunista- aparecieron en determinados programas de los hombres estrella,y en especial, en las tertulias radiofónicas algunas mujeres que, o bien por su relevancia política, fueron incorporadas a estos grupos de personas que, a través de la radio, ejercen un determinado tipo de opinión, pero a fuer de sincera, debo decir que a pesar de ello, la presencia de las mujeres en la radio, en las horas denominadas “punta” ha sido escasa. Es decir, a las mujeres no se las tiene en cuenta, a la hora de ejercer determinado tipo de influencia u opinión. Si es cierto, que muchas mujeres profesionales de la radio, son incorporadas a los horarios ya más avanzados de la mañana o de la tarde, para tratar de todas aquellas cuestiones que,de una manera u otra, inciden en la audiencia- vuelvo a repetirlo- femenina- Es decir de contenido social,educacional, ambiental, un poco- no mucho no vaya a hacer daño, cultural y naturalmente de chismorreo.

Y en el fondo de todo ello, sigue todavía subsistiendo, un lenguaje nada acorde con los tiempos marcados por la igualdad. El lenguaje sigue siendo, en la mayoría de los casos, machista, o de hondo contenido masculinizado sin tener en cuenta para nada el género y ayudando a perpetuar una situación en la que la condición de igualdad-refrendada por las leyes- no existe o no es tenida en cuenta. El mundo de la noticia, de la información, sigue estando en manos y en poder de los hombres. Por lo que, en líneas generales, debemos constatar que la mujer sigue sin tener voz y que cuando la mujer es protagonista de la noticia o de la información (cosa que ocurre con rara frecuencia) si no se trata de noticias o de informaciones con “morbo”, la mujer sigue ausente de los contenidos radiofónicos. Con ello quiero señalar, asimismo, que hay muy poca información y difusión de los que atañe, concierne y preocupa a muchos miles de mujeres (cada vez son más las que desean una información veraz y acorde con la incorporación de la mujer en el mundo laboral y profesional). Y que esta poca información protagonizada por las mujeres, suele ser silenciada y calificada, en muchas ocasiones, como poco importante y de escasa relevancia político- social.

A no ser...evidentemente, que como ya he indicado con anterioridad, la noticia tenga algo que ver con escándalos, tops-women, deportistas de élite o del mundo del arte, más que del arte, debería decir del espectáculo. O cuando, desgraciadamente, la mujer es víctima de abusos o malos tratos. En definitiva, el mundo de la radio, sigue siendo un mundo de hombres.

¿ Y CÓMO LO CAMBIAMOS ?

Ya he indicado antes, que no hay estudios hechos globalizadores de cuál es con exactitud, la situación de la mujer en la radio. Ya he comentado que hay un único estudio hecho por nuestra Asociación, global respecto a la incorporación de la mujer en los medios de comunicación y referente exclusivamente a nuestra comunidad Autónoma. Pero, sin duda alguna este estudio, nos puede servir de referente más generalizado, puesto que la presencia de la mujer en las Facultades de la Comunicación, es mayoritaria, cómo lo es en algunos casos, en redacciones de diarios, revistas, televisiones y radios. Con ser este un hecho comprobado, debemos, no obstante, recordar que son muy pocas, poquísimas las mujeres que ejercen cargos en los medios de comunicación y, en concreto en la radiodifusión. Ya he señalado con anterioridad, que la profesional del periodismo trabaja mucho, no tiene puestos de responsabilidad y es muy difícil que pueda acceder al estrellato(en normalidad e igualdad de condiciones). A pesar, también, que en muchos casos, se ha podido demostrar, que las mujeres no sólo están mejor preparadas, sino que inclusive han demostrado mayor aptitud, e inclusive capacidad profesional. Pero a pesar de

ello, pocas son las que pueden gozar hoy de cierta independencia profesional que les permita poder dirigir, presentar programas radiofónicos. Eso sí, cuando consiguen un puesto de trabajo, difícil en estos momentos a pesar que cada día, hay más oferta radiofónica, trabajan como nunca y no cobran (la verdad que esto no es exclusivo sólo de las mujeres) cómo se merecían.

Y otro aspecto a tener en cuenta, es la aportación, el punto de vista que las mujeres aportamos al mundo de la comunicación, aunque también aquí, y a pesar que no todas las mujeres piensan y actúan igual, si se puede constatar que MIRAR EL MUNDO CON OJOS DE MUJER (uno de los lemas del Forum de ONG´s de Pekín) puede aportar en el contexto de la comunicación, de la información una manera distinta, unas formas diferentes, de contar la noticia y, en especial, aquellas que hacen referencia justamente, al mundo de las mujeres en cualquier ámbito de la sociedad en que éstas actúen o trabajen. Es por ello, que si la incorporación de la mujer al mundo laboral, profesional de los media que es el que nos ocupa, no recibe un trato de igualdad por lo que hace referencia a las cotas de poder, cosa que no ha ocurrido hasta el momento presente, el mundo de la radio, continuará siendo un mundo de hombres, aunque la RADIO TENGA NOMBRE DE MUJER.

A MANERA DE EPÍLOGO

He formulado la pregunta ¿Cómo lo cambiamos ? Una única respuesta al estado de la cuestión no es otra que la de crear y potenciar asociaciones o redes de mujeres, en este caso, profesionales de los medios de comunicación para presionar, para cambiar los modelos y las estructuras actuales de los media en donde el porcentaje de mujeres profesionales es cada vez mayor, pero que ello no se traduce, en absoluto, en cotas de poder o responsabilidad. Un dato significativo a añadir a todo lo anteriormente expuesto, es que un reciente estudio de la OIT (la Organización Internacional de Trabajo) todavía hoy en la Unión Europea, las mujeres ciudadanas de Europa, cobran unos salarios entre un 25% y un 50% más bajos que los de los hombres por hacer el mismo trabajo.

Nuestra Asociación de Dones Periodistas está elaborando, para el próximo Congreso un estudio-trabajo sobre como son tratadas las mujeres en los medios de comunicación ; en este caso concreto sólo nos hemos fijado(el trabajo es enorme por lo que os invito a hacer algo semejante en otros ámbitos de los media) en un sólo día de mediados de septiembre- habiendo hecho un vaciado completo de todos los periódicos de la jornada. El resultado es desalentador. Un sólo día y únicamente en la prensa escrita. Insisto, pues, en la necesidad de agruparnos para ejercer, a manera de lobby, una presión constante y eficaz para romper barreras y marginaciones todavía existentes y

muy marcadas en los medios de comunicación. Nosotras estamos satisfechas de habernos constituido en Associació, a pesar de que nos queda mucho camino por recorrer y muchas iniciativas para poner en marcha.

Juntamente con la Associació, formamos parte con mujeres periodistas de Alemania, Italia y Grecia de la RED DE MUJERES PERIODISTAS EUROPEAS, iniciativa creada a través de la Unidad Mujeres de la Dirección general X, para potenciar la información que la UE general específicamente cómo mujeres y en un término más amplio cómo ciudadanas europeas en pleno derecho. En estos momentos, nuestra Asociación hace de coordinadora de la Red española está formada por nuestra Associació, y por profesionales de Madrid, Baleares, las Canarias y Asturias, deseamos que en la RED os integraraís todas aquellas que lo deseís, ya sea a nivel particular, como asociación. La RED está abierta a todas. El único requisito indispensable son las ganas de trabajar para expandir la idea de Europa, especialmente entre las mujeres, y todas aquellas disposiciones que desde la UE posibilitan el acceso de la mujer al mundo laboral y profesional en igualdad de condiciones.

Por último me gustaría que hiciéramos nuestra frase MIRAR EL MUNDO CON OJOS DE MUJER porque a partir de esta visión común, podemos - y debemos - como profesionales de los medios de comunicación expandir, propagar y difundir cómo es el mundo a través de una mirada mucho más tierna, más real, más pragmática, y por supuesto, en muchas ocasiones, mucho más profesional.