

Capítulo V

LA NUEVA IDENTIDAD DEL GÉNERO FEMENINO EN LOS DEBATES DE LA TELEVISIÓN

Rita Radl Philipp

Universidade de Santiago de Compostela

INTRODUCCIÓN

Tratar el tema específico de la nueva identidad del género femenino en los debates de la Televisión, significa suscitar una problemática fundamental para cualquier proceso de cambio económico y social que afecta al colectivo de las mujeres. Todo proceso de cambio en la estructura social afecta ineludiblemente a las mujeres y a los varones y a los aspectos organizativos que están vinculados a su condición de género. En este sentido es obvio que el proceso de asunción de los roles de género, a su vez interrelacionado con los dos ámbitos constituyentes de la experiencia social en nuestra sociedad, que son, por un lado el ámbito doméstico privado, y por otro, el ámbito laboral público, se refleja a nivel de las identidades de género que son definidas socialmente e interpretadas interpersonalmente. Para la dinámica del proceso referido son fundamentales y determinantes las estructuras sociales de las interacciones y comunicaciones que en nuestras sociedades incluyen como formas especiales los medios de comunicación de masas, de los cuales forma parte como uno de los medios más importantes la Televisión. Por este motivo, me ocuparé en el presente contexto de analizar la nueva identidad del género femenino en los programas de debates políticos y sociales de la Televisión en España, ofreciendo los datos más sobresalientes del proyecto de investigación titulado: "Análisis sociológico de la imagen de la mujer en la televisión: Los programas de

debates políticos y sociales”, dirigido por la que suscribe y subvencionado por el Ministerio de Asuntos Sociales (Instituto de la Mujer)¹.

Comenzaré con unas reflexiones epistemológico-metodológicas escuetas, que pretenden delimitar el estudio a nivel metateórico, por cuyo motivo partiré de la definición social del rol del género femenino y su vínculo con los ámbitos constituyentes de la experiencia social en nuestra sociedad, a saber el ámbito doméstico privado y el ámbito laboral público. Nuestro interés especial reside en interrelacionar la definición social de los roles de género y la nueva identidad femenina con el tema de las mujeres en los medios de comunicación, en general, y con los programas de debates políticos y sociales en la televisión, en especial.

Acto seguido trataré los datos empíricos del estudio mencionado que se refieren a los programas de debate en la televisión pública de marzo a mayo de 1992, y los meses de noviembre de 1992 hasta marzo de 1993 en la televisión pública y privada.

I.- LA DEFINICIÓN SOCIAL DE LOS ROLES DE GÉNERO

La problemática de la definición social de los roles de género sigue estando muy especialmente vinculado a la diferenciación entre el ámbito laboral extradoméstico público y el ámbito doméstico privado, diferenciación que es fundamental para el proceso de la división social del trabajo en nuestra sociedad y para la Teoría Social Moderna.

La distinción referida subraya de modo preciso el vínculo específico del rol del género femenino con el ámbito doméstico privado, y destaca para el rol del género masculino su vinculación exclusiva con el campo laboral extradoméstico público. Desde este punto de vista se entiende claramente la orientación primaria del varón hacia el ámbito laboral y público, y la importancia primaria que tiene para la mujer su función en el ámbito doméstico.

¹Los datos presentados han sido elaborados en el seno de la investigación citada por el equipo dirigido por la que suscribe y están recogidos de forma completa en el informe: *Análisis Sociológico de la Imagen de la Mujer en la Televisión* que obra en el archivo del Instituto de la Mujer, Madrid 1993. Cabe señalar asimismo que está pendiente la publicación completa por parte de una editorial nacional.

Ahora bien, en la actualidad parece que los dos ámbitos fundamentales para nuestra organización social empiezan a tener un significado distinto para los géneros y que se está efectuando un cambio en la definición de los roles, que afecta sobre todo a la identidad de las mujeres. Así, se pone de relieve cada vez más, que el rol del género femenino no se define *explícitamente* mediante su vínculo con la producción y reproducción doméstica, sino que se define especialmente por su función en el campo laboral extradoméstico y público, y es justamente esta nueva definición del rol femenino que se manifiesta en el índice de la incorporación de la mujer en el mundo laboral extradoméstico, que además a la vez se convierte en un indicador para la igualdad de los géneros y para el proceso del cambio social que afecta a las mujeres.

En este sentido es posible hablar de un nuevo modelo del rol femenino, que se constituye sobre la base de la importancia fundamental del campo laboral extradoméstico y público para la realización de las mujeres. Da la impresión, de que esta nueva definición del rol de la mujer ha dado como resultado, que la mujer al menos en lo que respecta a la actividad laboral extradoméstica y pública haya alcanzado la misma valoración, al menos formal, que el varón, hecho este que es interpretado a menudo en el sentido de que el obstáculo número uno para una nueva situación simétrica entre mujeres y varones ha desaparecido. Profundizaremos a continuación en las consecuencias de esta afirmación para la nueva identidad del género femenino.

II. LA NUEVA IDENTIDAD DEL GÉNERO FEMENINO Y SU DEFINICIÓN SOCIAL

La citada nueva definición social del rol del género femenino destaca específicamente la función de las mujeres en el ámbito laboral extradoméstico y nos presenta un concepto de identidad del género femenino que recoge precisamente la función de las mujeres en este ámbito. Pero, ¿qué ocurre entonces con los aspectos históricamente fundamentales de la identidad femenina vinculados a la “maternidad” y a la función de las mujeres en el ámbito de la producción y reproducción doméstica?

Desde el punto de vista teórico, la discusión se ha centrado preponderantemente en la limitación de la definición del rol del género femenino al ámbito doméstico privado, lo cual explica las reivindicaciones casi exclusivas de definir el rol social de la mujer mediante su vínculo y su función en el campo laboral extra-

doméstico. Constatamos en la discusión teórica una ausencia de conceptos interactivos en torno al proceso de la definición de los roles, en general, y en torno a la definición de los roles de géneros, en especial, y pensamos que este hecho lleva a una conceptualización del rol del género femenino que asimila básicamente la definición masculina de los actos y de la vida social. Esto significa que aparece como *modelo ideal válido*², a nivel de un concepto del ser humano, el modelo de la definición del rol del varón y su vinculación exclusiva con la producción y reproducción extradoméstica.

De cara a un nuevo concepto de identidad femenina consideramos que a este modelo ideal válido subyace en realidad un modelo de referencia que clasifica de secundaria a la identidad tradicional del género femenino. El proceso de la *constitución de la identidad de los géneros* (tanto femenino como masculino) se entiende asumiendo modelos que explican el proceso referido para el género femenino claramente con un significado de *carencia* frente al varón, es decir, que el modelo biológico superior es el modelo masculino que es utilizado a nivel psicológico para explicar la constitución de la identidad de los géneros y los procesos evolutivos correspondientes. Curiosamente han sido las interpretaciones psicoanalíticas a cerca de las fases evolutivas descritas por Freud, las que han alimentado de forma decisiva estas explicaciones sobre un desarrollo de la identidad del género femenino, que se entiende en términos de carencia frente al desarrollo de la identidad del género masculino. En concreto, los mecanismos y manifestaciones en relación con el “Complejo de Edipo” y el “Complejo de Elektra”, conceptualizados de forma ahistórica, muestran el símbolo fálico como modelo superior para describir la evolución de la personalidad a lo largo de la niñez temprana. Aunque no es nuestro propósito entrar más a fondo en el problema suscitado (se tratará esta problemática en otro contexto de forma explícita), hay que mencionar simplemente el miedo traumatizante del niño de ser castrado y la envidia de la niña al pene³. Estos fenómenos no llegan a ser analizados desde el punto de vista de ser determinados por una

²En el sentido realmente Weberiano, que se considera así un constructo conceptual de la investigación social. Vid. sobre todo: Weber, M. (1978): *Ensayos sobre Metodología Sociológica*. Buenos Aires, pg. 79 ss.

³Debemos citar aquí a Freud, S. (1972 y 1974): *Obras Completas*. Biblioteca Nueva, Madrid. Sobre todo los tomos IV, VII y VIII.

estructura familiar históricamente específica (la patriarcal), sino que se comprenden como fenómenos de la naturaleza humana⁴.

Siguiendo un constructo conceptual de carencia de identidad femenina, la nueva identidad de las mujeres se iguala a la de los varones en el ámbito extradoméstico laboral y público, siendo la función social cumplida en el ámbito doméstico privado insignificante para la discusión de las relaciones de género y para esta nueva identidad femenina. Estimamos que este nuevo modelo, construido sobre un “modelo de carencia” de la identidad femenina, hace “desaparecer” en la argumentación teórica el ámbito histórica y tradicionalmente constitutivo para la identidad colectiva de las mujeres en las sociedades occidentales modernas, a saber, el ámbito doméstico privado, y le niega su importancia para la realización humana. Aún cuando desde esta perspectiva se intente una redefinición de las tareas domésticas en el sentido de convertirlas en “servicios públicos”, es preciso señalar que la nueva definición de rol del género femenino no modifica la definición y función de la mujer en el ámbito de la producción y reproducción doméstica. Consideramos que una definición del rol femenino que solamente introduce una modificación con respecto al significado del concepto de rol en el ámbito extradoméstico laboral y público, no supone sustancialmente una redefinición del rol de género, ya que el concepto referido sigue partiendo de una escisión entre los dos campos fundamentales para la realización humana, es decir el ámbito público extradoméstico, y el ámbito de la producción y reproducción doméstica. Solamente el primero es contemplado en su relevancia para las vivencias humanas.

Con vistas a un nuevo concepto de identidad femenina consideramos que es absolutamente imprescindible reivindicar la importancia básica de los aspectos tradicionalmente históricos de la identidad femenina para la realización humana en su conjunto, que han sido desplegados ante todo en el ámbito de la producción y reproducción doméstica. La así llamada “Moral del cuidado” que describe Carol Gilligan en sus trabajos empíricos sobre los estadios de la orientación moral de las personas como especialmente característico para el colectivo de las mujeres, no se opone a la

4. Vid. por ejemplo el trabajo excelente de Ferro, N. (1991): *Existe el Instinto Maternal o la Necesidad de un Mito*. Ed. Siglo XXI, Madrid, que vincula claramente en la línea de trabajos existentes en el ámbito germano y americano el modelo freudiano con la estructura histórico-social de la familia patriarcal.

“Moral de justicia”⁵, pero que es la única que tiene en cuenta la condición de sujeto, así como las consecuencias subjetivas en las acciones sociales, en contraposición a los actos que van dirigidos a personas “objetivizadas” e “instrumentalizadas”, ya que pierden justamente su condición subjetiva.

Ahora bien, tanto en la discusión teórica como en los ámbitos prácticos de nuestra vida social un concepto de identidad como el descrito no cuenta precisamente con una apreciación que le adjudique una importancia básica para la vida y experiencia humana, tanto femenina, como masculina. Más bien observamos que estas cualidades quedan reflejadas en el ámbito doméstico-privado y en la condición femenina tradicional, pero que no se toma en consideración “seria” a nivel global de la organización social de la vida.

III. EL NUEVO ROL DE LA MUJER EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN: HIPÓTESIS CENTRAL

Tal y como expusimos, pensamos que para la transmisión de la identidad femenina en los Medios de Comunicación la constelación anteriormente descrita será determinante, es decir, que se mantiene el nuevo Rol del Género femenino vinculado a la actividad laboral extradoméstica y pública como un tópico para la mujer, pero al mismo tiempo se manifiesta una imagen exclusiva de la mujer en relación con su función en el ámbito doméstico, aún cuando realiza un trabajo extradoméstico. La definición del rol del género masculino no se ve afectada por las cualidades humanas que requiere la organización de la producción y reproducción doméstica. No obstante, estimamos que una cifra como la de un 30% aproximadamente de mujeres que participan, de hecho, activamente en el mundo extradoméstico laboral en España, tendría que reflejarse en las imágenes y funciones de las mujeres que son transmitidas en los medios constructores de la realidad social con unas repercusiones cruciales, en las sociedades contemporáneas que son los medios de comunicación en general, y los programas de debates políticos y sociales en la Televisión, en especial. Por este motivo nos sirve la incorporación de la mujer en el campo extra-

⁵Vid. especialmente Gilligan, C. (1982): *In a different voice*. University Press, Cambridge-Harvard. Y los trabajos recientes de la autora, por ejemplo: Gilligan, C. (1991): *Moralischeorientierung und Moralische Entwicklung*, en: Nunner-Winkler, G. (eds.) (1991): *Weibliche Moral. Die Kontroverse um eine geschlechtsspezifische Ethik*. Págs. 79-100, ed. Campus, Frankfurt.

doméstico y público como un indicador para la definición social del rol de la mujer, aún considerando que nunca puede ser utilizado como parámetro único y exclusivo para precisar el grado de cambio social experimentado por el rol del género femenino.

Al mismo tiempo nos inclinamos a pensar que es altamente probable que los medios de comunicación configuren los roles de género, y en especial el rol del género femenino, con su estructura preponderantemente práctica y de utilidad social, dicho de modo más conciso, nos crean asimismo una imagen de la mujer vinculada especialmente a su función tradicional en el ámbito doméstico, ya que éste sigue siendo prioritario para la definición social del rol femenino, tal y como hemos dicho, también cuando la mujer realiza una función en la esfera laboral extradoméstica. Así cabe señalar, que los muy diversos estudios sobre la mujer en los medios de comunicación llegan una y otra vez a la conclusión de que persisten los estereotipos tradicionales sobre el rol femenino en el sentido de que la mujer es presentada en su función doméstica, maternal y “servidora” para el varón. Además sobresale claramente que su presencia en los medios de comunicación es escasa en comparación con la presencia del varón. Puesto que los citados trabajos se ocupan fundamentalmente de la prensa escrita, de la publicidad y de las noticias (por ejemplo podemos citar los trabajos de Fagoaga (1985), Gallego (1990), Perinats (1980), Domínguez Juan (1988), etc.)⁶, nos parecía especialmente interesante efectuar un análisis exhaustivo de un tipo de comunicación televisiva singular como son los programas de discusiones y debates en la televisión.

Estimamos que por la conceptualización propia de los programas citados, estos se distinguen por su nivel de racionalidad de otros programas o mensajes comunicativos. Los programas de debate tratan a nivel de expertos y profesionales temas políticos, sociales y culturales de actualidad. Nuestro interés particular consistía en analizar la imagen de la mujer ofrecida en este tipo de programas, sobre todo teniendo en cuenta, que por una parte existe un 30% de la población activa femenina que participa en el mundo profesional y político, y por otra, en lo referido al ámbito de la educación superior, tenemos desde el año 1986 una ligera mayo-

⁶Vid. sobre todo: Fagoaga, C. y Scanella, P. (1986): *Umbral de Presencia de las Mujeres en la Prensa Española*. Instituto de la Mujer, Madrid; Gallego, J. (1990): *Mujeres de Papel*. Ed. Icaria, Barcelona; Perinats, A. y Marrades, M. (1980): *Mujer: Prensa y sociedad en España. 1800-1939*. CIS, Madrid; Domínguez Juan, M. (1988): *Representación de la Mujer en las Revistas Femeninas*. Universidad Complutense, Madrid.

ría femenina de estudiantes y licenciados (y por tanto profesionales) españoles que desde entonces va en aumento. Intentamos comprobar si este fenómeno se traduce efectivamente en los programas de debate y discusiones televisivos a nivel de la presencia de profesionales expertas.

En suma, a modo de *hipótesis central*, de la cual se deducen las categorías singulares de nuestra investigación, diríamos que los medios de comunicación nos ofrecen una *definición del rol del género femenino*, y por consiguiente una identidad femenina, que con respecto al vínculo y a la función de la mujer con el ámbito laboral-extradoméstico-público *no llegan a dar una imagen que se corresponde con la realidad*, por cuyo motivo la definición del rol del género femenino en los mismos en general, y en los programas de debate y discusiones en especial, cumplen una *función ideológica* para mantener en la conciencia de las personas una *identidad femenina vinculada principalmente al ámbito de la producción y reproducción doméstica*, con lo cual llegan a impedir de hecho una reorganización social y una redefinición efectiva de los roles de género en su conjunto. Pensamos que también los “*programas serios*” de la televisión siguen dando una imagen de la mujer que *no se corresponde con la realidad* a nivel de la presencia y ausencia *de la mujer en el campo laboral extradoméstico público*, por cuyo motivo afirmamos una *función ideológicamente regresiva* de estos programas televisivos respecto a la realidad social existente, afirmación que compartimos con C. Fagoaga, que por ella es aplicada a los medios de comunicación escritos.

IV. EL CASO DE LOS PROGRAMAS DE DEBATE EN LA TELEVISIÓN EN ESPAÑA.

El propósito principal en el marco de nuestro estudio empírico era efectuar un trabajo exhaustivo sobre un tipo de medio comunicativo que por una parte no había sido estudiado, y por otra, que difiere por su alto nivel de racionalidad y de “objetividad” de otros mensajes comunicativos. Los programas de debate y discusión política y social tratan a nivel de expertos y profesionales temas políticos, sociales y culturales (“serios”) de actualidad y cuentan asimismo con una implantación en los países de nuestro contorno, lo cual a nuestro juicio resalta su importancia.

Decidimos realizar el trabajo en dos fases. Para la primera fase, que recogió los programas emitidos en marzo, abril y mayo de 1992 (3 meses), quisimos escoger todos los programas de debates políticos y sociales que contaran con una presentadora (o presentador) e invitados “expertos” en la televisión pública (TV 1 y

TV2) y la autonómica (TVG). En la Televisión Gallega no se emitió ningún programa que se ajustara a nuestra idea, por lo cual no pudo ser incluido ninguno. En la T.V.1 y T.V.2 los programas elegidos fueron los siguientes:

- A DEBATE (T.V.E. 1)
- PUNTO DE VISTA (T.V.E. 1)
- PUNTO Y APARTE (T.V.E. 1)
- A TRAVÉS DEL ESPEJO (T.V.E. 2)

En la segunda fase de nuestro proyecto de investigación analizamos, a parte de los programas de debate de la televisión pública, aquellos emitidos en las cadenas privadas. Esta segunda fase se refiere a los meses de noviembre, diciembre, enero y febrero de 1992/93, recogiendo tres meses de emisión por cada programa, y constaba de los siguientes programas:

- DEBATE ABIERTO (Antena 3 T.V.)
- A TRAVÉS DEL ESPEJO (T.V.E. 2)
- LA CLAVE (Antena 3 T.V.)
- O PÉNDULO (T.V.G.)
- PUNTO DE VISTA (T.V.E. 1)
- QUEREMOS SABER Antena 3 T.V.)

En lo que concierne a los aspectos metodológicos cabe señalar, que efectuamos grabaciones de todos los programas en video y elaboramos unos primeros parámetros para el análisis cuantitativo y cualitativo de los programas. Estos parámetros han sido contrastados posteriormente con los contenidos de los programas de la primera fase de investigación y finalmente quedaron constituidos así:

- A) COMPOSICIÓN, SEGÚN GENEROS, DE LOS INVITADOS
- B) TEMAS TRATADOS⁷
- C) CORRELACIÓN ENTRE EL GÉNERO DE LOS INVITADOS Y TEMAS TRATADOS.

⁷Parámetro B codificado como sigue:

B) 1.- EDUCACIÓN Y CULTURA (ARTE, LITERATURA Y CINE) / 2.- SALUD, BIENESTAR SOCIAL Y ECOLOGÍA. / 3.- POLÍTICA NACIONAL E INTERNACIONAL. / 4.- DEPORTE. / 5.- RELIGIÓN. / 6.- CIENCIA Y TECNOLOGÍA

D) PROFESIÓN Y/O CARGO POLÍTICO DE LOS INVITADOS⁸
E) CORRELACIÓN ENTRE EL GÉNERO Y LA PROFESIÓN Y/O CARGO DE LOS INVITADOS.

F) FRECUENCIA DE LAS INTERVENCIONES DE LOS INVITADOS SEGÚN GÉNEROS

G) DIRECCIÓN Y PRESENTACIÓN DEL PROGRAMA SEGÚN GÉNEROS

H) CORRELACIÓN ENTRE EL GÉNERO DE LOS INVITADOS Y LA DIRECCIÓN Y PRESENTACIÓN DEL PROGRAMA SEGÚN GÉNEROS.

I) COMPOSICIÓN SEGÚN GÉNEROS DEL EQUIPO TÉCNICO

2. Análisis de los datos

Procederemos a continuación a la presentación de los datos más sobresalientes que corresponden a la primera y segunda fase de nuestro proyecto de investigación. La diferenciación entre los programas pertenecientes a las dos fases de investigación se explica por el interés de averiguar si hay, o no, tendencias significativas en el primer y segundo período por nosotros analizados y entre las cadenas privadas y públicas. Anticipando muy escuetamente el umbral de los datos obtenidos, cabe señalar, que llama especialmente la atención *el alto grado de subrepresentación femenina entre los invitados expertos* en todos los programas de debate que formaban parte del trabajo científico cuyos datos ofrecemos aquí. Globalmente obtuvimos una media de un 14,38% de presencia femenina en el conjunto del análisis cometido. De la cifra apuntada se deduce asimismo una subrepresentación y una correlación altamente negativa para el género femenino en todos los demás parámetros de investigación empleados.

⁸Parámetro D codificado como sigue:

D) 1.- CARGOS DIRECTIVOS Y SUPERIORES DE LA ADMINISTRACIÓN, EDUCACIÓN, POLÍTICA Y EMPRESA. /2.- CATEGORÍAS PROFESIONALES SUPERIORES DE LA ADMINISTRACIÓN, EDUCACIÓN, POLÍTICA Y EMPRESA. /3.- PROFESIONALES MEDIOS Y TÉCNICOS DE LA ADMINISTRACIÓN, EDUCACIÓN, POLÍTICA Y EMPRESA. /4.- CARGOS ALTOS Y MEDIOS DE MOVIMIENTOS POLÍTICOS, SOCIALES Y RELIGIOSOS. /5.- MIEMBROS DE MOVIMIENTOS POLÍTICOS, SOCIALES Y RELIGIOSOS. /6.- PROFESIONES VINCULADAS AL MUNDO ARTÍSTICO Y DEL DEPORTE. /7.- OTROS.

La primera tabla recoge los datos del parámetro A que corresponden a la primera fase de nuestro trabajo.

TABLA1 (1ª Fase)

PARÁMETRO A		N	%
A DEBATE	Mujeres	2	4,55
	Varones	42	95,45
PUNTO DE VISTA	Mujeres	5	15,15
	Varones	28	84,85
PUNTO Y APARTE A TRAVÉS DEL ESPEJO	Mujeres	2	11,1
	Varones	16	88,9
A TRAVÉS DEL ESPEJO	Mujeres	13	19,7
	Varones	53	80,3

Vemos que la participación de mujeres expertas alcanza en el programa A Través del Espejo con un 19,7% el índice más alto. Por el contrario, el programa A Debate cuenta con un 4,55% de invitadas, cifra esta, que supone en realidad una “ausencia” de mujeres en este programa. La media de las mujeres participantes en la primera fase se sitúa solamente en un 13,66%. Este índice se ve escasamente superado en la segunda fase de nuestro estudio, (Tabla 2), en la cual la presencia femenina alcanza una media del 14,75%.

TABLA 2 (2ª Fase)

PARÁMETRO A		N	%
DEBATE ABIERTO	Mujeres	4	18,18
	Varones	18	81,82
A TRAVÉS DEL ESPEJO	Mujeres	8	17,03
	Varones	39	82,97
LA CLAVE	Mujeres	11	13,58
	Varones	70	86,42
O PÉNDULO	Mujeres	10	18,52
	Varones	44	81,48
PUNTO DE VISTA	Mujeres	2	4,26
	Varones	45	95,74
QUEREMOS SABER	Mujeres	10	18,52
	Varones	44	81,48

El mayor índice de presencia femenina, con un 18,18%, aparece en el programa “Debate Abierto”, que emite una cadena privada. La casi “inexistencia” de mujeres entre el colectivo de los invitados expertos (un 4,26%) pertenece al espacio “Punto de Vista” de la T.V.E. 1, que es un ente público. Aunque en esta segunda fase la menor presencia femenina, con una media del 13,27%, corresponde realmente a la televisión pública (Programas: Punto de Vista /T.V.E. 1/, A Través del Espejo /T.V.E. 2/ y O Péndulo /T.V.G./), pensamos que esta diferencia, aún siendo digna de mención, no supone una diferencia especialmente significativa que nos prohíba hablar de una tendencia similar tanto en la televisión pública como en la privada. Sin embargo, es digno de mención que las cadenas privadas obtienen una media del 16,76% de participación femenina que supone una diferencia positiva del 3,49% a favor de las cadenas privadas.

TABLA 3 (1ª y 2ª Fase)

PARÁMETRO A	FASE 1ª		FASE 2ª	
	N	%	N	%
MUJERES	22	13,66	45	14,75
VARONES	139	86,34	260	85,25
TOTAL	161	100	305	100

La diferencia citada en la composición según géneros de los invitados entre la Televisión pública y privada es mayor que la que corresponde a la simple composición según géneros comparando los datos de la primera y segunda fase de nuestro proyecto de investigación. Aquí apreciamos una diferencia de un 1,09% que significa una mayor representación femenina en la segunda fase según se desprende de la tabla 3. Sin embargo, nos parece muy difícil derivar de esta pequeña diferencia una tendencia significativa de aumento en la participación de las mujeres, ya que aún así estamos muy lejos de acercarnos a la función real de la mujer española, cuya actividad laboral se sitúa aproximadamente en un 30%, y cuyo índice como universitaria supera al de los estudiantes y licenciados varones en España desde 1986.

Refiriéndonos ahora al parámetro C, que recoge la correlación según géneros con los temas tratados, sobresale, tal y como se deduce de las tablas 4 y 5, que el grupo temático 1 (Educación y Cultura (Arte, Literatura y Cine)) y el grupo temático 2 (Salud, Bienestar Social y Ecología) nos muestra la mayor participación femenina en la primera fase, y que en la segunda fase la mayor presencia de mujeres la encontramos con un 25,29% y un 11,32% en los grupos temáticos codificados como 2 y 3 (Política Nacional e Internacional) respectivamente. Observamos

que las mujeres pasan a participar de un 1,85% en la primera fase a un 11,32% en la segunda, en el grupo temático codificado como 3, y su presencia disminuye significativamente en el grupo temático codificado como 1 (Educación y Cultura (Arte, Literatura y Cine)) en el cual, pasa del 31,03% en la primera fase al 8% en la segunda.

TABLA 4 (1ª Fase)

PARÁMETRO C	Total invitados	Mujeres		Varones	
		N	%	N	%
1	29	9	31,03	20	68,97
2	24	7	29,16	17	70,84
3	54	1	1,85	53	98,15
4	15	1	6,67	14	93,33
5	26	2	7,69	24	92,31
6	13	2	15,38	11	84,61

TABLA 5 (2ª Fase)

PARAMETRO C	Total invitados	Mujeres		Varones	
		N	%	N	%
1	25	2	8	23	92
2	87	22	25,29	65	74,71
3	159	18	11,32	141	88,68
4	6	0	0	6	100
5	29	3	10,34	26	89,66
6	0	0	0	0	0

Dirigiendo ahora nuestra atención a las distintas categorías profesionales (parámetro E), hay que subrayar que las mujeres están representadas desde un 4,76% en la categoría 3 hasta un 46,67% en la categoría 5 en la 1ª Fase, categoría esta última que incluye miembros de movimientos políticos, sociales y religiosos, o sea, fundamentalmente miembros de organizaciones de base. En las categorías profesionales más altas (1 y 2), hallamos un 8,33% y un 7,45% de mujeres respectivamente, que significa una presencia femenina bastante escasa.

Con respecto a la segunda fase destaca el aumento de mujeres en las categorías profesionales 3 (“Profesionales Medios y Técnicos de la Administración, Educación, Política y Empresa”), 4 (“Cargos Altos y Medios de Movimientos Políticos, Sociales y Religiosos”) y 7 (“Otros”). En la categoría 7, que hemos de

considerar más bien una categoría profesional no cualificada, llegamos a tener un 71,43% de mujeres. Asimismo constatamos un pequeño aumento de mujeres en las categorías profesionales altas 1 y 2 que se sitúa entre el 1% y el 3%.

TABLA 6 (1ª y 2ª Fase)

Parámetro E	Mujeres		Varones		Mujeres		Varones	
	N	%	N	%	N	%	N	%
1	3	8,33	33	91,67	5	9,43	48	90,57
2	2	7,41	25	92,59	9	10	81	90
3	1	4,76	20	95,24	10	12,82	68	87,18
4	3	7,69	37	92,31	9	16,36	46	83,64
5	7	46,67	8	53,33	6	31,58	13	68,92
6	4	23,53	13	76,47	1	25	3	75
7	2	40	3	60	5	71,43	2	28,57

El parámetro F, que abarca las frecuencias de las intervenciones de los invitados según géneros, ha sido hallado solamente para los programas en los cuales intervinieron varias invitadas e invitados a la vez por razones de significancia comparativa.

TABLA 7

Parámetro E	Int. totales		Int. espontánea		Int. mediad.		Programa	Fase
	Mujeres	Varones	Mujeres	Varones	Mujeres	Varones		
N	10	256	5	132	5	124	A Debate	1ª
%	3,76	96,24	3,65	96,35	3,88	96,12		
N	116	446	74	316	42	130	A través	1ª
%	20,65	79,35	18,98	81,02	24,42	75,58	del espejo	

TABLA 8

Parámetro E	Int. totales		Int. espontánea		Int. mediad.		Programa	Fase
	Mujeres	Varones	Mujeres	Varones	Mujeres	Varones		
N	63	207	42	109	21	98	Debate	2ª
%	23,33	76,67	27,82	72,18	17,65	82,35	Abierto	
N	62	213	28	82	34	131	A través	2ª
%	22,55	77,45	25,46	74,54	20,60	79,40	del espejo	
N	107	626	56	429	51	197	La Clave	2ª
%	14,6	85,49	11,55	88,45	20,56	79,44		
N	46	291	16	178	30	113	O Péndulo	2ª
%	13,65	86,35	8,25	91,75	20,98	79,02		
N	128	831	58	224	70	607	Queremos	2ª
%	13,35	86,65	20,57	79,43	10,34	89,66	Saber	

Tenemos que hacer especial hincapié, en que los datos en el caso de algunos programas nos agrandan aún más las cifras de la *subrepresentación femenina* según apreciamos en las tablas 7 y 8. Así, tenemos por ejemplo en el programa A Debate, primera fase, un 3,76% de mujeres frente a un 4,55% de mujeres en el parámetro A, y en el programa O Péndulo, segunda fase, un 13,65% de mujeres en relación a un 18,52% de mujeres que se refieren al parámetro A. En otros programas sobresale una *diferencia positiva* para el colectivo de las mujeres en comparación con el parámetro A. El programa A Través del Espejo nos muestra en la primera fase un 20,65%, y en la segunda fase un 22,55% de mujeres concerniente al parámetro F, y un 19,7% de mujeres en la primera fase y un 17,03% en la segunda para el parámetro A. Asimismo el programa Debate Abierto de la segunda fase, cuenta con un índice de 23,33% de intervenciones de mujeres, frente a un 18,18% de mujeres correspondientes al parámetro A.

TABLA 9

Parámetro F	Int. totales		Int. espontánea		Int. mediad.		Parámetro A		Parámetro A (Fase)
	Mujeres	Varones	Mujeres	Varones	Mujeres	Varones	Mujeres	Varones	
N	10	256	5	132	5	124	2	42	A Debate
%	3,76	96,24	3,65	96,35	3,88	96,12	4,55	95,45	(1 ^a)
N	116	446	74	316	42	130	13	53	A través
%	20,65	79,35	18,98	81,02	24,42	75,58	19,7	80,3	del espejo (1 ^a)

TABLA 10

Parámetro F	Int. totales		Int. espontánea		Int. mediad.		Parámetro A		Parámetro A (Fase)
	Mujeres	Varones	Mujeres	Varones	Mujeres	Varones	Mujeres	Varones	
N	63	207	42	109	21	98	4	18	Debate
%	23,33	76,67	27,82	72,18	17,65	82,35	18,18	81,82	abierto [2 ^a]
N	62	213	28	82	34	131	8	39	A través
%	22,55	77,45	25,46	74,54	20,60	79,40	17,03	82,97	del esp. [2 ^a]
N	107	626	56	429	51	197	11	70	La Clave
%	14,6	85,49	11,55	88,45	20,56	79,44	13,58	86,42	(2 ^a)
N	46	291	16	178	30	113	10	44	O Péndulo
%	13,65	86,35	8,25	91,75	20,98	79,02	18,52	81,48	(2 ^a)
N	128	831	58	224	70	607	10	44	Queremos
%	13,35	86,65	20,57	79,43	10,34	89,66	18,52	81,48	saber (2 ^a)

Llaman notablemente la atención las diferencias encontradas en las intervenciones mediadas y espontáneas. Así, se evidencia una diferencia bastante positiva en todas las intervenciones mediadas en interrelación con las cifras del parámetro A, es decir, a base de las preguntas de la presentadora/presentador en los programas:

A Través del Espejo (1ª Fase), O Péndulo (2ª Fase) y La Clave (2ª Fase). En el caso de : Queremos Saber (2ª Fase), Debate Abierto (2ª Fase) y A Través del Espejo (2ª Fase), la diferencia en las intervenciones mediadas aumenta negativamente.

En suma, hemos de constatar para el conjunto del análisis realizado una *correlación positiva*, aunque no de forma absoluta, *para el colectivo femenino en las intervenciones totales*, puesto que la muestran 4 programas en comparación con 3 programas que indican una diferencia negativa en el parámetro F.

Ahora bien, los datos que consideramos realmente con un grado de significancia especialmente alto son los que se refieren a los parámetros G y H, es decir, la correlación entre la dirección/presentación del programa y la presencia según géneros de los invitados (Tablas 11 y 12). En la *primera fase* encontramos una *tendencia de correlación positiva*, aunque no en términos absolutos, *con la mayor presencia femenina en el único programa dirigido por una mujer*, que es A Través del Espejo, que se sitúa en el 19,7%. Es más, esta cifra representa la cifra más alta de invitadas en el conjunto de todos los programas analizados de la primera y segunda fase. Pero justamente esta tendencia de correlación positiva *desaparece en la segunda fase* de investigación en relación con el mismo programa y con la misma directora. No sabemos porqué cambia esta tendencia. El retroceso de la presencia femenina en el mismo programa entre la primera y la segunda fase es del 2,67%. Pensamos que este dato relativiza bastante el pequeño aumento de mujeres entre las personas invitadas en la segunda fase de investigación, así que no nos parece muy acertado hablar de una tendencia de cambio positivo en torno al rol de la mujer en este tipo de programas, aunque es evidente que el aumento es del 1,09%. (Parámetro A media primera fase: 13,66% de mujeres y media segunda fase: 14,75%, tabla 3).

TABLA 11

Parámetro G	Dirección	Presentación
A Debate	VARON	VARON
Punto de vista (1ª fase)	VARON	VARON
Punto y aparte	VARON	VARON
A través del espejo (1ª fase)	MUJER	MUJER
Debate abierto	VARON	VARON
A través del espejo (2ª fase)	MUJER	MUJER
La Clave	VARON	VARON
O Péndulo	VARON	VARON
Punto de vista	VARON	VARON
Queremos saber	VARON	MUJER

TABLA 12 (1ª y 2ª Fase)

Parámetro H	Dirección Presentación	Mujeres		Varones	
		N	%	N	%
A Debate (1ª fase)	VARON	2	4,55	42	95,45
Punto de vista (1ª fase)	VARON	5	15,15	28	84,85
Punto y aparte (1ª fase)	VARON	2	11,1	16	88,9
A través del esp. (1º fase)	MUJER	13	19,7	53	80,3
Debate abierto (2ª fase)	VARON	4	18,18	18	81,82
A través del esp. (2º fase)	MUJER	8	17,03	39	82,97
La Clave (2º fase)	VARON	11	13,58	70	86,42
O Péndulo (2º fase)	VARON	10	18,52	44	81,48
Punto de vista (2ª fase)	VARON	2	4,26	45	95,74
Queremos saber (2ª fase)*	VARON	10	18,52	44	81,48

*"Queremos saber" es el único programa en el que la Dirección y Presentación está a cargo de un varón y una mujer respectivamente.

De todos modos resulta interesante hallar el porcentaje correspondiente a la *dirección/presentación de los programas* según géneros. Así, tenemos en la 1ª fase, entre cuatro programas, un programa dirigido por una mujer, que supone el 25% de *dirección femenina* y el 75% de *masculina*. En la 2ª fase esta relación disminuye, ya que la *dirección femenina* solamente representa el 16,66%. En el conjunto de nuestra investigación, esta cifra se sitúa en un 20%; de 10 programas analizados 2 están dirigidos por mujeres y 8 por varones.

En lo que atañe a la composición según géneros de los Equipos Técnicos (parámetro I), destaca un dominio masculino claro que se convierte en específico, ya que en los puestos técnicos superiores el dominio masculino es aún mayor. La relación nos aporta 135 varones frente a 55 mujeres, que supone un 71,05% de varones y un 28,95% de mujeres referida a la totalidad de los equipos técnicos de los programas analizados. Sin embargo, apreciamos aquí una relación acorde con la participación laboral femenina real en nuestra sociedad.

V. CONCLUSIONES

Ante la totalidad de los datos de nuestra investigación, que analizamos aquí de forma muy breve, únicamente nos queda poner especial énfasis en que la *participación de las mujeres* como expertas en los programas de debates políticos y sociales en la televisión pública y privada es tan escasa, *no llega ni al 15%*, que se ve claramente *confirmada la hipótesis central de nuestro trabajo*. Los programas

investigados del medio de comunicación social sin duda más importante en las sociedades modernas, ofrecen una definición del rol del género femenino, y por lo tanto, una identidad del género femenino que con respecto a la función de la mujer en el ámbito extradoméstico-laboral público *no llegan a dar una imagen que se corresponda con la realidad*. Recordando que la incorporación laboral de la mujer se sitúa en un 30% en la actualidad española, y que el índice de universitarias licenciadas y estudiantes supera ligeramente desde 1986 al de los varones, resulta difícil afirmar otra cosa que, efectivamente, *la televisión como medio de comunicación de masas cumple claramente una función ideológicamente regresiva para con la "nueva identidad" de género de la mujer*. Logra mantener en la conciencia una identidad femenina vinculada principalmente al ámbito de la producción y reproducción doméstica, y refleja para las mujeres, en última instancia, una *función social subordinada a la del varón*. De esta forma la televisión, con los programas que nos incumben aquí, influye claramente a nivel ideológico en aspectos de la organización social que concierne a los roles de género en la sociedad. No pensamos siquiera que debería cumplir un papel impulsor de una identidad de género distinta de la *función social real del rol femenino*, pero sí estimamos que debería ajustarse, al menos, a una *"reproducción"* correcta en los aspectos más sobresalientes del rol de la mujer.

En definitiva, teniendo presente la representación femenina en los programas "serios" de la televisión en el conjunto de nuestro estudio (14,38%), se desprende una *subrepresentación de la mujer en todas las categorías de investigación*, por cuyo motivo es acertado hablar de una función ideológica, ya que se está dando una imagen del rol social de la mujer que *no se corresponde con la realidad* y que actúa claramente como elemento estabilizador referente a la estructura social.

En suma, ante este panorama se nos hace difícil creer que el ligero aumento constatado en la segunda fase de investigación en torno a la composición de las invitadas expertas, que se sitúa en un 1,09%, pueda significar realmente un cambio en el medio televisivo investigado para los roles de género en general, y para el rol del género femenino en especial. Esta idea se ve apoyada por el hecho de que la tendencia positiva hallada en la primera fase de investigación, de una correlación positiva entre el género femenino de la dirección y el índice más favorable en la composición según géneros de los participantes en uno de los programas de debate, se neutraliza o desaparece, en la segunda fase, ya que el mismo programa llega a ser el segundo programa que menos mujeres tiene entre sus invitados (Programa A Través del Espejo). Ahora bien, a pesar de todo pensamos que el proceso específi-

co del cambio social que afecta a los roles de género, *seguirá lentamente un camino de avance, aunque sigan permaneciendo los elementos ideológicos que intentan impedirlo*, pero asimismo estamos convencidos de que este camino *no* va a consistir en una *simple "igualdad"* de la mujer con el varón, y por consiguiente, en una asunción de la identidad tradicional del varón por parte de las mujeres, sino que *va a incorporar necesariamente elementos históricos de la identidad colectiva femenina*. En el proceso interactivo que afecta al proceso de la definición de los roles de género se incorporarán *estos elementos*, tanto en las definiciones del rol del género femenino, como del género masculino y finalmente *formarán parte de las identidades de género femenino y masculino*. Los mencionados elementos históricos de las identidades del colectivo de las mujeres, o los aspectos más sobresalientes de la "Moral del cuidado" destacados por C. Gilligan como especialmente característicos para el grupo del género femenino, se consideran *absolutamente imprescindibles para la vida y realización humana* en su totalidad, y por ello, afecta a nivel específico a mujeres y varones y a su respectiva disposición psíquica.

BIBLIOGRAFÍA

- Amorós, C. (1985): *Hacia una Crítica de la Razón Patriarcal*. Ed. Anthropos. Barcelona.
- Balaguer Callejón, L. (1985): *La mujer en los medios de comunicación*. Málaga.
- Becker-Schmidt, R. (1989): *Geschlechtertrennung - Geschlechterdifferenz*. Bonn.
- Bleier, R. (1988): *Feminist Approachs to Science*. Pergamon Press, New York.
- Domínguez Juan, M. (1988): *Representación de la mujer en las Revistas femeninas*, Universidad Complutense de Madrid.
- Fagoaga, C. y Scanella, P. (1986): *Umbral de Presencia de las Mujeres en la Prensa Española*. Instituto de la Mujer, Madrid.
- Ferro, N. (1991): *Existe el Instinto Maternal o la Necesidad de un Mito*. Ed. Siglo XXI, Madrid.
- Fraser, N. (1989): *Unruly Practices*. Minnesota.
- Freud, S. (1972 y 1974): *Obras Completas*. Biblioteca Nueva, Madrid. Sobre todo los tomos IV, VII y VIII.
- Gallego, J. (1990): *Mujeres de Papel*. Ed. Icaria, Barcelona.
- García de León, M^a A. (1991): *Las Mujeres Políticas españolas*. Ed. Comunidad de Madrid.
- Gilligan, C. (1982): *In a different voice*. University Press, Cambridge-Harvard.
- Gilligan, C (1991): "Moralische Orientierung und MoralischeEntwicklung", en: Nunner - Winkler, G. ed. : *Weibliche Moral: die Kontroverse um eine geschlechtsspezifische Ethik*. Ed. Campus, Frankfurt.
- Grässel, Ulrike. (1991): *Sprachverhalten und Geschlecht*, Centaurus, Pfaffenweiler.
- Habermas, J. (1984): *Ciencia y Técnica como Ideología*, Técno, Madrid.
- Instituto de la Mujer (1987): *Situación Social de la Mujer en España*. Madrid.
- Irigaray, L. (1992): *Yo, Tú, Nosotras*. Ed. Cátedra. Valencia.
- Izquierdo, M^a J. (1993): *El Proceso de Constitución de la Identidad de Género en función del Sexo*, en: Radl Philipp, R. M^a y García Negro, M^a C. (1993): *A Muller e a súa Imaxe*. Ed. Universidade de Santiago de Compostela.
- Jiménez Morell, J. (1992): *La Prensa Femenina en España (desde sus orígenes y 1868)*. Ed. La Torre, Madrid.

- Lichtblau, K. (eds.). (1992): *Feministische Vernunftkritik*. Frankfurt.
- Nunner-Winkler, G. (eds.) (1991): *Weibliche Moral: Die Kontroverse um eine geschlechtsspezifische Ethik*. Ed. Campus, Frankfurt.
- Nunner-Winkler, G. (1991): " Gibt es eine weibliche Moral, en: Nunner-Winkler, G. o.c. págs 147-161.
- Perinats, A. y Marrades, M. (1980): *Mujer: Prensa y sociedad en España. 1800-1939*. Ed. CIS, Madrid.
- Radl Philipp, R. (1993): *La nueva definición del Rol femenino*, en: Radl Philipp, R. y García Negro M^a C. (1993): *A Muller e a súa imaxe*, Ed. Universidade de Santiago de Compostela.
- Radl Philipp, R. (1993): *Unha perspectiva crítica en torno o novo rol da muller*, en: PERSPECTIVAS FILOSÓFICAS, N^o 2 Narón, A Coruña.
- Tubert, S. (1991): *Mujeres sin Sombra. Maternidad y Tecnología*. Ed. Siglo XXI, Madrid.
- Weber, M. (1978): *Ensayos de Metodología Sociológica*. Buenos Aires.