

MUJERES PROFESORAS Y TV: UNA MIRADA CRÍTICA

Trinidad Núñez Domínguez y Felicidad Loscertales Abril

Universidad de Sevilla

El trabajo que presentamos forma parte de un Proyecto de bastante envergadura que ha estudiado «¿Cómo se ven las mujeres en TV?» (Proyecto I+D) en el que se han analizado los informativos no diarios de las cadenas públicas. Y quisimos ahondar valorando lo que las propias mujeres «consumidoras» de televisión ven. Específicamente nos interesó conocer qué piensan, qué sienten y qué expresan las mujeres profesoras. Para la obtención y el análisis de los datos hemos optado por la aplicación de Grupos de Discusión. Esta técnica metodológica nos ha permitido obtener datos interesantísimos sobre lo que piensan y sienten las mujeres profesoras acerca de la imagen social de la mujer en TV.

The present work is part of a wide research which subject is studied how do the women to see to herself in Tv? (Project I+D) through the news report no daily in public networks. We were want to go deeply into the hers view so women «consumers». Specifically we were interesting to know what´s think, what´s feeling, and what´s opinion the teachers women. For the recollection and data analyses were used the focus group. This technique we´re permit to get interest data about the feelings and thought of the teachers women about the social image of the woman in tv.

Descriptores: Mujeres, Profesoras, Televisión, Grupos de Discusión.

1. Introducción.

La perspectiva teórica de la Psicología Social ofrece el amplio marco del concepto de identidad, el núcleo básico que va a proporcionar fundamento a la personalidad y a la noción de sí mismo. La imagen social es el centro de nuestro estudio y es, también, uno de los soportes de esa identidad.

El trabajo que presentamos forma parte de un Proyecto de bastante envergadura que ha estudiado «¿Cómo se ven las mujeres en TV?» (Proyecto I+D) analizando los informativos no diarios de las cadenas públicas: Informe Semanal, Documentos TV, Los Reporteros y Línea 900. Y quisimos ahondar valorando lo que las propias mujeres «consumidoras» de televisión ven sobre las mujeres. Específicamente nos interesó conocer qué piensan, qué sienten y qué expresan las mujeres profesoras sobre el tratamiento de la mujer en TV.

Existen muchas teorías y estudios sobre estos temas de las mujeres, muy especialmente desde posiciones feministas y se puede afirmar que en todas hay unas bases en que el acuerdo es total: en la sociedad, en la que existen personas de distintos sexos determinados por la biología, y se configuran como construcción cultural diferentes géneros, la situación es de desigualdad, de diferencia y de injusticia. Las elaboraciones sociales han diseñado para cada uno de los sexos, imágenes, funciones, roles y posiciones muy determinadas en los que uno de ellos resulta notoriamente desfavorecido. Podríamos decir que el estudio de esta circunstancia es el denominado «factor de género» en los estudios de orientación feminista («construcción social de sexe» o «gender issues», «women studies»). En castellano, hasta hace pocos años, eran todavía escasos los trabajos integradores que abarquen aspectos conceptuales, históricos, procesuales y metodológicos sobre el estudio de género, aunque muy recientemente se han abierto nuevas y ricas líneas de investigación que están dando abundantes frutos (Arber y Ginn, 1996; Barberá, 1998; Basow, 1986; Calero y otros, 1996; Deaux, 1985; Flecha, 1996; Loscertales, 1994; Vázquez, 1986, etc).

Otro campo de interés que ya se acerca más a nuestro tema de trabajo son los estudios realizados sobre la imagen de las mujeres que ofrecen los medios de comunicación, ya que su papel en el mundo actual es innegable en la formación, transmisión e, incluso, amplificación de estereotipos sociales. A este respecto se ha revisado una amplia cantidad de referencias (que han ido aumentando desde los primeros estudios de los años 60) cuyas aportaciones siguen vigentes, en

gran medida, incluso si se consideran las investigaciones iniciales (Abril, 1994; Baena, 1988; Loscertales y González, 1995; Loscertales, 1995; Sebastián y otros, 1985; etc.).

2. Objetivos.

Los objetivos que nos planteamos fueron los siguientes:

- Delimitar los programas que suelen ver las mujeres profesoras.
- Detectar qué imagen tienen del rol actual de la mujer y de los problemas que conlleva ese rol.
- Conocer cuál es la imagen que la TV destaca de la mujer.
- Promover el análisis sobre lo que las mujeres consideran que muestra la TV sobre ellas.
- Solicitar una toma de postura crítica.

3. Metodología.

La revisión de la literatura nos ha proporcionado información suficiente sobre la aplicación de diversas técnicas para encarar la obtención y el análisis de los datos. Entre ellas, hemos optado por la aplicación de Grupos de Discusión (Krueger, 1991; Vera y Vila, 1989; Cabero y Loscertales, 1998; Núñez, 1998; etc.).

El Grupo de Discusión, como se sabe, es una técnica analítica y de introducción a las opiniones sociales, que permite captar las representaciones ideológicas, los valores, las normas, necesidades, intereses o preocupaciones de las personas que forman parte de una organización o comunidad. Y en ese sentido, la microsituación (el Grupo de Discusión) es una representación controlada de la macrosituación social.

El Grupo de Discusión está estructurado como un tipo especial de grupo en cuanto a sus objetivos, tamaño, composición y procedimientos y sus rasgos definitorios se pueden resumir en tres grandes apartados:

- Son un grupo homogéneo de personas en una interacción social
- Su objetivo es recoger datos cualitativos a partir de una discusión controlada
- Representan una estrategia cualitativa de recogida de datos simultáneamente inductiva y naturalista.

Diseñamos nuestro trabajo en torno a cuatro estudios equivalentes a cuatro sesiones mantenidas con mujeres. En concreto, hemos tenido presente las siguientes variables al formalizar los Grupos:

- Grupo nº 1. Mujeres sin trabajo profesional y sin estudios universitarios

- Grupo nº 2. Mujeres con trabajo profesional y sin estudios universitarios
- Grupo nº 3. Mujeres con trabajo profesional y con estudios universitarios
- Grupo nº 4. Mujeres sin trabajo profesional y con estudios universitarios

La franja de edades de todas las participantes ha oscilado entre los 30 y los 60 años. Y precisamente el Grupo nº 3 fue un Grupo de mujeres profesoras: de Primaria y de Secundaria. Ocho mujeres en total.

Aunque no existe un modo único y estandarizado de llevar a cabo el análisis de datos, sí que es posible distinguir una serie de tareas y operaciones básicas. De manera que partiendo de la recogida de la información, se realiza una reducción de datos y se hace una transformación de los mismos para posteriormente llevar a unas conclusiones.

El análisis cualitativo, para nosotros, debe contar con tres características esenciales: Práctico, sistemático y verificable.

Para el análisis de los resultados hemos elegido el programa informático Hyper Research (Hesse-Biber y otros, 1991-1994). Un programa que nos ha permitido la organización, el almacenamiento y el análisis de los materiales codificados. Una vez estructurado y después de transcribir textualmente todo el material (que inicialmente se grabó en casete), extrajimos una serie de categorías cuya misión principal era la de facilitar la reducción de datos y la transformación de los datos cualitativos en cuantitativos.

Por lo tanto, el primer paso dado es la elaboración de un sistema categorial, que constituye una importante herramienta conceptual en el proceso de análisis de datos cualitativos, haciendo posible clasificar los fragmentos de texto que son cubiertos por un mismo tópico.

Para obtener una categorización definitiva, utilizamos un estudio Delphos, necesitando la colaboración de cinco personas. Cada una de ellas verificó una categoría previa, a la que añadió, matizó o modificó algún elemento. Igualmente se tuvieron en cuenta las apreciaciones de Gil (1994): Exhaustividad de las categorías (cualquier unidad debe ser ubicada en una de las categorías) y único principio clasificatorio (las categorías deben estar elaboradas desde un único criterio de ordenación y clasificación). A estas apreciaciones añadimos las aportadas por Mucchielli (1984): objetividad (las categorías deben resultar inteligibles para distintos codificadores) y pertinencia (deben resultar relevantes en relación a los objetivos del estudio). Con ello obtuvimos la categorización final, que exponemos a continuación.

CATEGORÍAS	CÓDIGOS	SUBCATEGORÍAS
1. IMAGEN GENERAL DE LA MUJER VISTA POR LA TV	TM	
	TMN	1.1. Mujer normal
	TMD	1.2. Mujer "10"
	TMR	1.3. Mujer "maruja"
	TMC	1.4. Mujer de "coro"
	TMP	1.5. Mujer profesional
2. PRESENCIA DE LA MUJER EN LOS DIFERENTES TIPOS DE PROGRAMAS	TP	
	TPE	2.1. En programas de Entretenimiento
	TPI	2.2. En programas Informativos
	TPD	2.3. En programas de Debate

3. ELEMENTOS QUE DETERMINAN LA IMAGEN DE LA MUJER EN TV	ED	
	EDC	3.1. Contextos en los que aparece
	EDF	3.2. Aspecto físico
	EDP	3.3. Paralenguaje
	EDT	3.4. Tipo dde programa
	EDM	3.5. La mujer en otros medios
4. ESTILOS Y CALIDAD DE VIDA	CV	
	CVFA	4.1. Vida familiar
	CVS	4.2. Vida en solitario
	CVI	4.3. Vida infeliz
	CVF	4.4. Vida feliz
5. IMAGEN SOCIAL DE LA MUJER	IS	
	ISE	5.1. Espontaneidad
	ISV	5.2. Valentía
	ISM	5.3. Madurez
6. VALORACIÓN + DE PROGRAMAS	V+	
	VD+	6.1. Dirigidos por mujeres
	VPR+	6.2. Presentados por mujeres
	VP+	6.3. Donde participan mujeres
7. VALORACIÓN - DE PROGRAMAS	V-	
	VD-	7.1. Dirigidos por mujeres
	VPR-	7.2. Presentados por mujeres
	VP-	7.3. Donde participan mujeres
8. DEMANDAS	D	
	DN	8.1. Programas no sexistas
	DT	8.2. Programas no estereotipados
	DO	8.3. Otros

Tabla 1. Categorización final de la investigación.

4. Resultados y discusión.

Estas mujeres (las mujeres profesoras) centran su debate en la presencia de la mujer en televisión, en contraposición a la presencia del hombre. A este código se le dedica el 25,34% del total.

CÓDIGO	PORCENTAJE
IMAGEN GENERAL DE LA MUJER	11,94
PRESENCIA EN LOS DIFERENTES TIPOS DE PROGRAMAS	25,34
ELEMENTOS QUE DETERMINAN LA IMAGEN DE LA MUJER EN TV	14,92
ESTILOS Y CALIDAD DE VIDA	17,91
IMAGEN SOCIAL	1,49
VALORACIÓN + DE PROGRAMAS	7,46
VALORACIÓN - DE PROGRAMAS	14,92
DEMANDAS	5,97

Tabla 2. Porcentaje de los resultados según su pertenencia a un código concreto de las mujeres profesoras.

Consideran que según los diferentes tipos de programas, hay más presencia de mujeres o de hombres. Específicamente, manifiestan que las mujeres participan más en programas de entretenimiento y los hombres en programas de debate. No en todos los grupos de discusión con mujeres que hemos realizado encontramos este dato. No todos los grupos han expresado tan abiertamente su queja ante el hecho (para ellas claro) de que se cuente menos con las mujeres que con los hombres para participar en debates y que se «relegue» a la mujer a los programas de entretenimiento (a los que éstas, por otro lado, se prestan).

Otras mujeres (sin estudios y sin trabajo remunerado; con estudios y sin trabajo remunerado) han puesto más énfasis en la valoración de programas o en los elementos que determinan la imagen de la mujer en televisión.

No obstante, el tema de la valoración de programas está presente. A él se le concede el 22,38% del total (14,92% para la valoración negativa y 7,46% para la positiva). En concreto, se expresa que las presentadoras lo hacen muy bien, son buenas profesionales pero se valora negativamente aquellos programas donde participan las mujeres o valoran negativamente a esas mujeres que participan.

Otra cuestión digna de ser subrayada está relacionada con el contundente resultado sobre los estilos y calidad de vida. Cuando a las profesoras se les pregunta sobre ¿qué estilo de vida refleja TV sobre las mujeres?. Nuestras participantes manifiestan que la TV subraya un estilo de vida absolutamente infeliz (81,81% del total). Este dato queda resaltado al obtenerse, además, que a la vida feliz se le dedica el 0% de referencias. Las profesoras destacan que las mujeres reflejadas en TV son infelices y se la presenta y se las «usa» precisamente porque lo son.

CÓDIGO	PORCENTAJE
ESTILOS Y CALIDAD DE VIDA	9,09
VIDA FAMILIAR	9,09
VIDA EN SOLITARIO	0
VIDA FELIZ	0
VIDA INFELIZ	81,81
	99,99

Tabla 3. Porcentaje de resultados según su pertenencia a un código de las mujeres no profesoras.

Así pues, comparadas con otros grupos de mujeres, las profesoras son las que más tiempo dedican a reflexionar sobre la «infelicidad» reflejada en la televisión. Por ejemplo, las mujeres que no tienen trabajo remunerado y que no tienen estudios universitarios y que han participado en nuestros grupos de discusión, han dedicado un 55,55% a este código. Aunque las que se expresan con menos contundencia son las que no tienen trabajo remunerado pero sí estudios universitarios. Éstas mujeres dedican al código Estilos y calidad de vida (vida infeliz) el 37,5%.

Por otro lado, la cuestión que menos debate suscita está relacionada con los valores que la mujer presenta o defiende en televisión. Las profesoras reflexionan menos sobre este asunto. Aunque si bien es cierto que nuestras participantes no hacen apenas referencia a los valores que las mujeres defienden (o representan) a través de la TV, cuando se habla de ello se destaca la madurez de la propia mujer para enfrentarse a «sus» problemas (maltrato, etc.).

En definitiva, las profesoras lo que sienten y expresan es que la imagen que la TV refleja sobre las mujeres tiene las siguientes notas características:

- Las mujeres están más presentes en programas de entretenimiento mientras que los hombres tienen más presencia en los programas de debate.
- Las mujeres «hablan» de su infelicidad.
- Las mujeres no utilizan la TV para defender valores.
- Las mujeres que trabajan en TV, dirigiendo o presentando programas, son buenas profesionales.
- Las profesoras piden que haya menos programas estereotipados.

Referencias bibliográficas.

ABRIL, N. (1994). Participación de las mujeres en los medios de comunicación de Euskadi, **Informe 9**, Vitoria/Instituto Vasco de la Mujer.

AMORÓS, C. (1985). **Hacia una crítica de la razón patriarcal**. Barcelona. Antrophos.

ARBER, S. Y GINN, J. (1996). **Relación entre género y envejecimiento**. Madrid. Narcea.

ARIAS, M.A. (1987). La mujer española y la cultura, **Revista de análisis e investigaciones culturales**, **30**, 23-31.

BAENA, E. (1993). **Las cigarreras sevillanas. Un mito en declive**. Málaga. Atenea.

BARBERÁ, E. (1998). **Psicología del género**. Barcelona. Ariel.

BASOW, S. (1986). **Gender stereotypes: Traditions and alternatives**. Belmont C.A. Brooks/Cole.

CABERO, J. Y LOSCERTALES, F. (1998). **¿Cómo nos ven los demás? La imagen del profesorado y de la enseñanza en los medios de comunicación social**. Sevilla. Secretariado de Publicaciones de la Universidad de Sevilla.

CALERO, M^a Y OTROS (1996). **El modelo femenino: ¿una alternativa al modelo patriarcal?**. Málaga. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Málaga.

DEAUX, K. (1985). Sex and gender, **Annual Review all Psychology**, **36**, 49-81.

FLECHA, C. (1996). **Las primeras universitarias españolas**. Madrid. Narcea.

GIL, J. (1994). **Análisis de datos cualitativos. Aplicaciones a la investigación educativa**. Barcelona. PPU.

KRUEGER, R.A. (1991). **El grupo de discusión**. Madrid. Pirámide.

LOSCERTALES, F. (1994). **El rol de la mujer en la sociedad actual: perspectivas y problemas**, INFAD, Universidad de León.

LOSCERTALES, F. (1995). La imagen de la mujer en los M.C.M. Un tema de actualidad en un espejo actual, en **Psicología Evolutiva en la Educación**, F. LARA (comp.). Burgos. Universidad de Burgos.

LOSCERTALES, F. Y GONZÁLEZ, R. (1995). La imagen de la mujer en la publicidad. Un estudio en Canal Sur TV, en **Psicología Social de la Educación y la Cultura, Ocio y Turismo**. M.T. VEGA y TABERNERO, C. (edt.). Eudema. Salamanca.

MUCCHIELLI, R. (1984). **L'analyse de contenu**. París. ESF.

NÚÑEZ, T. (1998). **La imagen social del profesorado no universitario. Un estudio de tres emisores de rol: la prensa, la LOGSE y el propio colectivo profesional**. Tesis Doctoral inédita. Universidad de Sevilla.

SEBASTIÁN, J. Y OTROS (1985). Análisis de los estereotipos sexuales en la publicidad impresa, **Rev. de psicología General y Aplicada**, **40**, 1115-1135.

VÁZQUEZ, M. (1986). Las investigaciones sobre la situación social de la mujer, **Cuadernos de Ciencias Políticas y Sociología**, **18**, 57-62.

VERA VILA, J. (1988). **El profesor principiante. Las dificultades de los profesores en los primeros años de trabajo en la enseñanza**. Valencia. Promolibro.