

INVESTIGACIONES EN MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL RELACIONADOS CON LA MUJER *

Luego de la Décima Asamblea General y Conferencia Científica de la Asociación Internacional para la Investigación de Medios Masivos de Comunicación, celebrada en la Universidad de Leicester, Inglaterra, del 30 de agosto al 4 de septiembre de 1976, el profesor James D. Halloran, Presidente de la Asociación Internacional, convocó una reunión de la UNESCO con objeto de examinar a fondo el tema de la Mujer en los Medios Masivos de Comunicación y hacer recomendaciones para investigaciones futuras. A la reunión asistieron 20 investigadores de medios masivos de comunicación de 12 países, todos los cuales habían asistido a la Conferencia de la AIMMC (IAMCR).

El tema general de la Conferencia de la IAMCR fue "Medios masivos de comunicación y visión del hombre acerca de la sociedad". No sorprendió que algunos participantes en la reunión de Mujeres y Medios mostraran su desaprobación ante el título de "Visión del hombre...", porque les parecía que científicos sociales e investigadores de medios masivos de comunicación, particularmente quienes decían estar interesados en la mujer y los medios, debían aportar algo más que suscribir simplemente un título o etiqueta tan sexista. Pero por insatisfactoria y

*Ponencia presentada por la delegación de la UNESCO de París, en el Seminario "Medios de Comunicación e Imagen de la Mujer" (Santo Domingo, 1-5 agosto 1977), organizado por la Comisión Interamericana de Mujeres (CIM) y el Gobierno Dominicano.

desafortunada que fuera la elección del título, la etiqueta no fue más que eso, según se hizo evidente en el curso de las sesiones. Un taller especial de trabajo de la Conferencia dedicó toda una sesión a los Medios Masivos y la Mujer, y el trabajo de ese grupo sirvió de etapa preliminar, útil para la reunión de la UNESCO. Como podía esperarse, los miembros de las dos reuniones coincidieron.

Esta fue una de las ventajas que provinieron de la estrecha relación entre ambas reuniones. Quizás lo más importante fue permitir que el tópico de Medios y Mujer se colocara en el contexto sociológico adecuadamente más amplio de la conferencia científica, lo cual permitiría reflejar un enfoque integral científico social propio para el estudio de los problemas de la relación medios y sociedad.

En la Conferencia de la IAMCR sobre "Medios Masivos y Visión del Hombre acerca de la Sociedad", las cuatro sesiones principales cubrieron todos los aspectos del proceso de la comunicación. Se presentaron y discutieron ampliamente trabajos acerca de una gran variedad de temas, incluyendo la historia y el desarrollo de las instituciones de medios, los factores económicos, políticos, tecnológicos, institucionales y profesionales que inciden en el proceso de producción; los diferentes enfoques en cuanto a análisis de contenido, la influencia de los medios, la relación socialización y medios, el flujo internacional de noticias y de otros materiales de los medios, los medios en relación al desarrollo, los medios y el entendimiento internacional. Fuera de las sesiones principales, varios grupos más reducidos y talleres se centraron con mayor detenimiento en aspectos específicos de los temas antes mencionados. Además se efectuaron reuniones sobre aspectos teóricos y metodológicos.

Es importante llamar la atención sobre esta conferencia anterior a la reunión de la UNESCO. En primer lugar, porque la esencia de la conferencia, como se deja ver por los temas antes aludidos, podría considerarse como marco dentro del cual debía discutirse el tema Mujer y Medios (o cualquier otro tópico escogido: medios y razas, medios y violencia). La experiencia de los participantes en la reunión de la UNESCO, tanto en general como la inmediata antes de reunirse, aseguró que los temas serían tratados debidamente desde un punto de vista sociológico. Los temas específicos, los problemas sociales o las instituciones, no se pueden estudiar convenientemente si se los aísla. Son parte esencial del sistema social dentro del cual se han desarrollado y en el cual se manifiestan o definen en la actualidad.

Evidentemente desde el comienzo de la reunión, muchos criticaban la manera peculiar, fragmentada y no teórica como se había realizado la investigación en esta área y en otras afines, en el pasado. Algunos manifestaron desagrado por la forma como la UNESCO y los grupos científicos habían desaprovechado el Año Internacional de la Mujer como base o estímulo para el desarrollo de la

investigación tan necesaria en esa área. Otros dijeron que los puntos de referencia puestos por la UNESCO para esta reunión eran un ejemplo más de enfoque inadecuado.

Los puntos de referencia eran muy sencillos, quizás demasiado sencillos. Planteaban una discusión sobre la presentación de las mujeres en los medios masivos, que debía incluir:

- 1) Página de la mujer en la prensa;
- 2) programas femeninos de radio y televisión;
- 3) revistas y diarios femeninos;
- 4) noticias relativas a las mujeres.

Además, se pedía que el informe de la reunión "esbozara los problemas" y sugiriera zonas de investigación posterior.

Pareció, en general, que en sí no había nada malo en los temas, tal como se enumeraban (y no hace falta decir que todos ellos se discutieron con gran detalle). Sin embargo era opinión general que no llegaban bastante lejos, y que tratar tales temas como puntos de agenda en forma separada sería un enfoque equivocado. No sería científico y podría llevar a proposiciones individuales y no integradas, tan común en la investigación de los medios masivos de comunicación, pero muy limitados como contribución al desarrollo del conocimiento o a la solución de problemas sociales.

Los hombres y las mujeres que asistían a la reunión venían de distintas partes del mundo, de diferentes disciplinas (psicología, sociología, ciencias políticas, educación, economía). Pero claro que tenían intereses distintos (unos estaban allí por su interés en el movimiento femenino; otros, debido a su interés en los medios); diferentes posiciones ideológicas, diferentes prioridades de investigación y diferentes preferencias metodológicas y teóricas.

A pesar de estas diferencias, había casi una aceptación unánime de la necesidad de lo que un miembro denominó "nueva estrategia de investigación científica", la cual, partiendo de las ciencias sociales afines, intentaría no tratar de la mujer, de los medios, o de las mujeres y los medios, aisladamente, es decir, aislados del sistema social del que forman parte.

Oímos hablar a algunos miembros sobre la condición y el papel de la mujer en su sociedad; y a otros, de las características que rodean las operaciones de los medios y las prácticas de comunicación en general. Uno que otro hizo referencia a investigaciones (admitiendo gran diversidad en cuanto a calidad y validez) que trataban sobre la imagen de la mujer y los medios y sobre temas afines, o acerca del papel de la mujer en los medios (empleo, profesionalismo, etc.).

En todos estos casos era evidente e inevitable, por cierto, que los problemas así esbozados reflejaran diversos sistemas sociales de los que eran parte esencial. La posición de la mujer en los Estados Unidos es distinta de la posición en la URSS; las operaciones de los medios en Holanda, Nigeria y Yugoslavia muestran diferencias claras interesantes. Los medios seleccionan entre lo que está sucediendo en la sociedad, y emiten una versión de ello a quienes están viviendo en esa sociedad. Entre otras cosas, esas versiones representan importantes diferencias nacionales y culturales. A veces, algunas de las contribuciones tendían a lo nacionalista, lo divagatorio y lo anecdótico. En ocasiones eran explícitas o implícitas las posiciones ideológicas. Pero un tema subyacente era claro a través de toda la reunión y la investigación: que para ser útil debía llevarse a cabo dentro de un adecuado contexto histórico, cultural, económico y político. Además se convino también en que debían hacerse, donde fuere posible, estudios comparativos y transculturales.

Se aceptó en general, que confinar los estudios al contenido de los medios (análisis de contenido) o al uso que el público hace de ellos y sus reacciones a ese contenido, aunque necesarios, no era suficiente. La comunicación de masas es esencialmente un proceso social, como alguien dijo: "con un comienzo, un medio y un fin". Por qué entonces ignorar los comienzos. Esta podría ser la parte más importante del proceso. Cualquiera investigación que se recomiende debe incluir estudios del proceso de producción de los diversos factores que inciden en el mismo. El papel de la mujer en las instituciones de medios y los factores que rigen su empleo, así como su ingreso en las profesiones, debería figurar destacadamente en tales estudios.

Toda una gama de tópicos y de temas se ventiló en la reunión. Como sucede con frecuencia en estas ocasiones, lo ofrecido sobre algunos temas y por algunos participantes era más pertinente, más profundo, más significativo y más elaborado que lo aportado por otros. Además de los puntos señalados, se incluyeron los siguientes: importancia relativa del entretenimiento y de las noticias ("el drama es la televisión más política"); tratamiento del movimiento feminista por los medios de comunicación en diferentes países; tratamiento de otros temas y problemas (p. ej. igual salario, planificación familiar, aborto); estereotipos de actuación por sexos desde una temprana edad, particularmente en los libros y revistas para niños; tratamiento de la mujer por los medios, en contraste con los valores generales de las noticias; grado, si lo hubiera, en que dicha posición ha mejorado en años recientes; papel de los medios para despertar y desarrollar tomas de conciencia; ideas pesimistas y optimistas con respecto a desarrollos en la tecnología de las comunicaciones y transmisiones radiales locales; posibilidades "pro-sociales" de los medios, y su uso deliberado en tal sentido; comparación de los méritos de los cambios aparentes y los cambios estructurales; "contaminación cultural" y manera como las mujeres son presentadas por los medios de comunicación

en países en desarrollo, como resultado de la importación y exportación de programas de radio, televisión, revistas; la mujer en la sociedad de consumo; carga de prejuicios urbanos y occidentales de la mayor parte de las investigaciones, y consecuencias cuando se pretende aplicar resultados de las investigaciones a zonas no occidentales ni rurales.

Fue discutida plenamente toda la problemática de la estructura, organización, financiamiento e ideología de la investigación —“preguntas que no se han hecho y que son más importantes que muchas de las que han sido formuladas”—. Se señaló que la investigación es un trabajo costoso y que el financiamiento necesario era más fácil encontrarlo para la investigación “segura” o “aséptica” que para la investigación crítica, que plantea preguntas que pudieran significar un reto al sistema establecido. Gran parte de las investigaciones llevadas a cabo hasta ahora reflejaban estas condiciones.

Así como hubo acuerdo en esto, también lo hubo en la convicción de que la investigación era un elemento necesario, aunque no suficiente, para la formulación de políticas inteligentes de comunicación y de reformas sociales. En conjunto, los investigadores que tomaron parte en la reunión tenían una orientación hacia problemas sociales en su trabajo. Ciertamente que no estaban dispuestos a limitar su actuación a un servicio o cargo meramente administrativo con las instituciones de medios de comunicación de oficinas estatales. Pero, por supuesto, tenían ideas distintas sobre la política social y sobre la clase de sociedad en que querían vivir.

En fin, sea que se trate de la mujer, de los medios de comunicación o de la relación ente ambos, o de cualquier otro problema social al respecto, lo que en realidad importaba eran las ideas y convicciones sobre la clase de sociedad en que se quiere vivir. Por eso la unanimidad a que se aludía antes, ya no se mantenía completamente cuando la discusión pasaba a proponer alternativas de soluciones posibles, acciones para el futuro. Aun los que compartían lo que podría considerarse como un mismo punto de vista ideológico, al analizar y criticar el pasado y el presente, no siempre estaban de acuerdo cuando miraban al futuro más en términos de investigación que en términos de políticas sociales y soluciones políticas. Podría decirse que era una orientación muy propia de los investigadores. Quizás. Pero hay que recordar que precisamente así como los medios de comunicación reflejaban valores del sistema, así también la investigación. Se deben buscar índices de valores en los proyectos de investigación propuestos. Quizás las especulaciones sobre las funciones de la investigación en este contexto quedaban fuera de los puntos de referencia de la reunión. Contentémonos con llamar la atención sobre el asunto y sobre las posibilidades interesantes de ello para la agenda de futuras reuniones.

Como se trataba de una reunión de investigadores, obviamente se invirtió

mucho tiempo en una evaluación crítica de las investigaciones efectuadas en el pasado y en indicar lo que debería hacerse en el futuro. Dos relatos resumieron estas discusiones compuestas de dos partes a su vez, aunque había muchos puntos de coincidencia en ambas.

La sección sobre la investigación futura se compone de orientaciones generales. Estas representan indicaciones o directivas que brotan de las diversas contribuciones e intercambios de ideas. En este caso tendieron a ser más bien de carácter general. Pero la reunión fue unánime en llamar a la acción. Muchos miembros habían perdido demasiado tiempo en el pasado haciendo listas de prioridades y programas de acción, habiéndose detenido la acción tan pronto como había terminado la planificación general. Se consideró absolutamente esencial que brotara alguna propuesta de investigación concreta que llevara un proyecto de investigación, y por eso se formuló en esa reunión un proyecto bajo dos formas, una, simplificada y otra detallada (El apéndice A contiene el proyecto simplificado).

La formulación de proyectos de investigación detallados naturalmente es un trabajo esencial para el investigador de medios de comunicación masiva. Desgraciadamente no es algo que siempre realicen con éxito. La tarea de formular un proyecto sirve también para descubrir a quienes sabiendo poco acerca de la investigación, son muy altisonantes al indicar qué investigaciones han de realizarse.

El proyecto detallado es un buen ejemplo de proyecto de investigación del tipo necesario para obtener apoyo financiero. Obviamente está diseñado de acuerdo con la situación de un país determinado, pero puede adaptarse con facilidad a otros países y así suministrar el estudio comparativo transcultural propuesto a lo largo de la reunión (se omite este proyecto).

UNA EVALUACION DE LOS ESTUDIOS SOBRE LA MUJER EN LOS MEDIOS DE MASAS

1.—Las bases teóricas de los estudios efectuados en el pasado no han sido organizadas. Es probable que en muchos casos no estuvieren informados por ninguna posición teórica. Sin ubicar claramente el estudio dentro de una teoría general de la mujer en la sociedad y los medios de comunicación en la sociedad, los resultados están destinados a ser partes sueltas y a encontrarse fragmentados.

2.—La investigación hecha rara vez ha tomado en cuenta las perspectivas históricas y del desarrollo.

3.—Se ha dado demasiado énfasis al análisis de contenidos, análisis que por

sí mismo dice muy poco. Debe haber más investigación sobre la manera como se produce el contenido y la manera como se usa el contenido.

4.—Los análisis de contenido rara vez se refieren a la estructura social. Con frecuencia es un trabajo aislado sin relación con ninguna posición teórica. Las categorías del análisis rara vez van más allá de una dicotomía varón y mujer.

5.—El centrar la atención en la imagen de la mujer en el contenido de los medios de comunicación ha significado que se preste poca atención a la imagen del hombre de grupos disminuídos.

6.—El énfasis en "la imagen de la mujer" ha apartado nuestra atención de factores más importantes que incluyen la forma de producción y la relación entre medios de comunicación y sociedad.

7.—Se ha prestado poca atención al examen de las estructuras de los medios de comunicación, y raras veces se han hecho distinciones entre cambios aparentes y cambios estructurales.

8.—La investigación muy pocas veces ha estado relacionada con la acción social y recomendaciones políticas.

9.—No se ha prestado suficiente atención al análisis transcultural y comparativo.

POSIBILIDADES FUTURAS DE INVESTIGACION SOBRE LA MUJER Y LAS COMUNICACIONES MASIVAS

1.—Análisis de contenido e investigaciones afines. Este trabajo debe fundarse en:

a) Una comprensión clara de la relación entre medios de comunicación y sociedad, y el papel de la mujer en la sociedad. La investigación sobre la mujer y los medios debe brotar de esta perspectiva más amplia. Los problemas han de verse, en lo conceptual y operacional, desde esta perspectiva más amplia y no meramente desde el punto de vista "de la mujer". Por ejemplo, la imagen de la mujer podría referirse a la composición de la fuerza de trabajo, la importancia de la estratificación social, etc.

b) Una comparación de la imagen de la mujer dada por los medios de comunicación de los distintos países industrializados. Las hipótesis podrán incluir:

(b.1) La relación entre las condiciones que actualmente rigen el empleo de las mujeres, y las diferentes formas de reflejarse en los medios.

(b.2) La relación entre las tasas de empleo femenino en las industrias de los medios de comunicación en los distintos países, y la imagen de la mujer a través de los medios en esos países.

c) Una comparación del modo como las imágenes de los medios de comunicación difieren de las experiencias objetivas de la vida de las mujeres de distintas clases sociales. Este trabajo podría extenderse hasta incluir un estudio de la imagen del trabajo, del consumo de bienes, etc., en programas hechos específicamente para audiencias femeninas.

d) Un estudio transcultural de formatos específicos de medios de comunicación populares entre las mujeres (tales como telenovelas o revistas románticas), con énfasis especial en los valores que transmiten y la relación de tales valores con los modelos de desarrollo de cada país.

e) Análisis de contenidos de carácter histórico: deben hacerse estudios en contextos específicos acerca de los cambios en la imagen de la mujer a través de los tiempos. Estos deben compararse con los cambios en las condiciones objetivas de las mujeres en tales contextos.

2.—Investigación institucionalmente orientada.

a) La historia y el desarrollo de las políticas de radiodifusión y de periodismo (explícitas y latentes) con respecto a la imagen de la mujer.

b) El empleo de las mujeres en los medios. Lo que sigue debiera formar una base para diversos proyectos:

(b.1) Estudio de las condiciones de trabajo y salarios de la mujer en la industria de los medios de comunicación. Comparación entre hombre-mujer.

(b.2) Estudio sobre participación de la mujer en sindicatos y otras acciones organizadas.

(b.3) Estudio de los orígenes sociales y la integración o socialización a nivel profesional de la mujer profesional en los medios de comunicación.

(b.4) Estudio de las facilidades educativas para el entrenamiento de mujeres en el área de medios de comunicación.

c) Investigación de la organización.

(c.1) Estudio de quienes tomen las decisiones que dirigen la producción del contenido de los medios de comunicación para determinar cómo se desarrolla la imagen de la mujer.

(c.2) Estudio en profundidad del proceso de producción de "programas especiales de mujeres", desde la concepción de la idea hasta la presentación final, con objeto de determinar los motivos y las limitaciones de la organización que influyen y modelan la imagen de la mujer.

3.—La investigación sobre los medios como una variable dependiente dentro de mayores estudios del cambio social.

a) Estudio de períodos históricos de cambio agudo en la composición de la fuerza de trabajo (u otros aspectos de la vida social), y la relación entre esos cambios y la imagen de la mujer en los medios de comunicación.

b) Proyecto de extensión de la comunicación y la comunidad (siete países).

(b.1) Entrevistas a dos grupos (obreros y élites) en ciudades industrializadas para detectar lo que piensan diferentes grupos acerca de la situación y el papel de la mujer, y el rol que tuvieron los medios de comunicación en ésto.

(b.2) La relación de esas imágenes con la realidad.

4.—Las mujeres y los medios en los países en desarrollo.

a) Estudio de los valores descritos en el contenido de los medios diseñados para las mujeres en los países en desarrollo y consumidos por las mismas.

b) Estudio del acceso a los medios de comunicación y el "consumo" de ellos por mujeres rurales y urbanas, con referencia especial a: i) el uso de los medios de comunicación tradicionales, ii) los factores que rigen el acceso a los nuevos medios.

c) Estudios transculturales acerca de la manera como el "tipo ideal" de mujer es presentado por los medios de comunicación.

d) Estudio de la relación entre las políticas de las organizaciones de los medios y las políticas del gobierno sobre temas de las mujeres.

5.—Un examen de cómo los gobiernos y las instituciones de medios son conscientes del potencial de los medios para aumentar la conciencia social sobre temas de las mujeres.

ANEXO A

El propósito de esta investigación es examinar la acción recíproca entre la variable posición social de la mujer (específicamente en lo que se refiere a empleo y vida familiar) y su manifestación cultural a través de los medios de comunicación. El empleo y la vida familiar han sido escogidos como foco principal del problema del papel cambiante y el así mismo variable status de la mujer, porque la creciente integración de la mujer casada al trabajo (incluyendo aquellas que tienen niños pequeños) entraña contradicciones entre dos clases de normas sociales.

Por un lado, todos los miembros adultos de una sociedad democrática, sin importar el sexo, tienen derecho a gozar de igualdad de oportunidades en la vida pública, incluyendo la de los empleos. Al mismo tiempo, la diferenciación de papeles y funciones sociales en la vida familiar deja entrever que la función central y suprema de la mujer es un papel privado y doméstico: el de ser esposa y madre.

La incongruencia entre estas dos normas sociales puede conducir a un gran conflicto y tensión personales, así como a indisposición social. La pregunta es cómo los medios de comunicación social abordan este tema y los problemas sociales que engendra. La parte que juegan los medios de comunicación en relación con el papel y el status de la mujer, particularmente en lo que se refiere a trabajo retribuido, y en la vida familiar, es un asunto de mucho interés e importancia en todo el mundo. Aunque esta investigación enfoca el problema particular de un país, podría ser ampliada y modificada de modo que abarque países de diferentes estructuras político-sociales y económicas, en diferentes etapas del desarrollo y con diferentes patrones de contenido y consumo de los medios de comunicación.

La incorporación de una perspectiva cultural a través de cierto número de estudios acerca de la interrelación entre los medios de comunicación y la posición social de la mujer, añadiría profundidad y diversidad al análisis y ofrecería riqueza en datos empíricos aplicables a la solución del problema más general so-

bre cómo el cambio social está relacionado y se manifiesta a través de un cambio cultural.

En este siglo han ocurrido cambios considerables en la posición económica, social y política de la mujer. Uno de los cambios más notables es el aumento del número de mujeres en empleos retribuidos y el acrecentamiento fijo del número de mujeres casadas empleadas. La mayoría de las mujeres están empleadas en industrias que han crecido proporcionalmente más rápido que otros sectores económicos. Estas industrias en principio empleaban a mujeres solteras; luego, según descendió la edad matrimonial, empleaban a mujeres casadas pero viejas, y finalmente emplean a mujeres casadas jóvenes con niños de edad pre-escolar. Este desarrollo ha tenido lugar, en mayor o menor grado, en todos los países occidentales.

Los cambios efectuados en los patrones de empleo han sido acompañados por un descenso en la mortalidad infantil y en el tamaño de la familia. Estos cambios han sido posibles en parte por cambios paralelos en los patrones familiares, incluso matrimonios a edad temprana. Ha habido cambios también en la estructura familiar, como lo es el cambio de una familia de tres generaciones en la que las mujeres solamente se dedicaban al cuidado de los niños y a los quehaceres hogareños, al de una familia de dos generaciones en la que existe igualdad entre esposo y esposa.

No obstante, como dijera Hannah Gavron en *The Captive Wife* (1966), "La naturaleza del papel de la mujer está cambiando y la situación presente es de conflicto y tensión". Un aspecto de la tensión que presenta interés para los sociólogos recientemente es la concentración de mujeres en empleos mal repartidos, y la desigualdad general de oportunidad y pago para las mujeres. Esto puede atribuirse al efecto combinado de la discriminación social en contra de la mujer en los empleos, y a las barreras psicológicas para la promoción profesional de las mujeres.

Los problemas de los estereotipos y socialización del papel del sexo y el papel de la tensión, es un foro importante en la rápida y creciente literatura sociológica acerca de la mujer, especialmente en los E.U.A. Esta investigación enfatiza que las creencias estereotipadas acerca del papel de la mujer y su capacidad reflejan y perpetúan la inferior posición social de la mujer.

Desde la década pasada, los derechos de la mujer, su posición y status social han venido a ser temas de considerable interés público y de debate en muchos países. El activismo femenino ha resurgido en muchas esferas incluyendo las políticas, empleos y organización comunal. Un aspecto de la militancia femenina ha sido dirigir su atención al papel de los medios de comunicación en la perpe-

tuación difusora de estereotipos tradicionales femeninos, los cuales a su vez han contribuido a perpetuar su inferior status social.

De ahí que el asunto de la posición social de la mujer haya venido a ser recientemente un tema de debate público y de controversia, y que los sociólogos y los grupos pro liberación de la mujer les hayan atribuido un papel importante a los medios de comunicación social, en el sentido de propiciar y sostener imágenes populares de la mujer. No obstante, dicha proposición ha recibido poco examen sistemático.

La meta de esta investigación en el país o países seleccionados es examinar el papel que juegan los medios de comunicación en relación con el papel y el status de la mujer. La investigación enfocará la producción, contenido y audiencia de la TV (incluyendo programas informativos, anuncios y entretenimiento), pero se prestará atención también a la transmisión radial, a los periódicos y a las revistas femeninas.

Se investigarán tres problemas principales: a) Historia y desarrollo de la política radial hacia la mujer: su dedicación al manejo y producción, la creación de programas especiales para mujereses y la influencia de restricciones estructurales, normas ocupacionales y procesos de trabajo de un día para otro en instituciones de radio y televisión relacionadas con la mujer.

b) Las imágenes de la mujer diseminadas por la televisión y otros medios de comunicación: Las condiciones en que la mujer es presentada en programas reales y de ficción, incluyendo programas infantiles y publicidad, y los tipos principales de contenido en programas de televisión para mujeres, en comparación con el contenido de los programas radiales, periódicos y las revistas femeninas.

c) El impacto de la TV en la audiencia de una comunidad después de lanzar ideas sobre estilos de vida, valores y normas relacionadas con la posición social de la mujer: El uso diferente de varios tipos de contenido comunicativo según observadores femeninos; las funciones ofrecidas por tal conducta comunicativa, y alcance que los diferentes medios de comunicación ofrecen con ideas útiles y significativos sistemas e imágenes relativos a la cambiante posición social de la mujer, según observadores masculinos y femeninos de diferentes clases sociales, edad, ocupación y experiencias.

METODO

Las respuestas a estos problemas serán ofrecidas a través de varios tipos de datos. La historia y desarrollo de la política radial en torno a la mujer se deriva

de fuentes impresas, material de misoras conservado en los archivos y entrevistas a individuos sobresalientes.

Una investigación sistemática a la producción total de la transmisión televisada en el país por una semana, y repetida en tres intervalos mensuales, generará datos para una tipología general del contenido de la TV que tiene que ver con la mujer.

Esto será complementado y enriquecido por una investigación continua de programas particularmente relevantes de la TV.

La producción radial será sujeta a un análisis de contenido menos completo, abarcando una muestra de programas relevantes, en el mismo período de tiempo. También se tendrá en cuenta un análisis de contenido de la prensa escrita incluyendo las páginas femeninas y otro material sobresaliente, en una muestra nacional y local de periódicos y de revistas femeninas.

Una encuesta a familias representativas, incluyendo aquellas con madres y esposas que trabajan, proporcionará datos en relación a sus actitudes y opiniones sobre el papel y el status de la mujer.

A esto seguirán entrevistas profundas con muestras más pequeñas de entrevistados escogidos, y por discusiones de grupo en diferentes trabajos y lugares de ocio.

Los resultados de esta investigación proveerán un análisis comprensible de todo el proceso de transmisión televisada desde la producción hasta el consumo, y su impacto dentro del contexto de fuerzas sociales más amplias.

CONCLUSION

Este proyecto de investigación ayudará a arrojar luz en el papel de la TV y otros medios de comunicación en relación con la sociología de la mujer, así como en el problema más general de la socialización de adultos y las funciones de los medios de comunicación como agentes socializadores.

Desde este punto de vista sigue la tradición de trabajos corrientes y previos del "Centro de Comunicación de Masas" de Leicester donde ha sido investigado el papel de los medios de comunicación, en relación con importantes asuntos sociales, tales como violencia y delincuencia, relaciones raciales, relaciones industriales y problemas juveniles. Su enfoque en asuntos del papel y estratificación

sexual añadirá una más amplia dimensión de aspectos de estructura y proceso social (notablemente estratificación de edad y sexo) que han sido investigados extensivamente en relación con el papel de los medios de comunicación.

De acuerdo con tradiciones de investigación, este trabajo arrojará nueva luz en la operación del proceso de comunicación de masas en la sociedad, examinando la producción, difusión y consumo del contenido informacional y de entretenimiento de la TV, y su impacto al lado del otro material de comunicación, dentro de contextos apropiados en la vida ordinaria de una comunidad.