

Una transición pendiente. La preocupación de las diputadas ante la representación femenina en la publicidad televisiva (1982-1989)

Pablo Berdón¹

Recibido el: 23 de marzo de 2021. / Aceptado: 19 de noviembre de 2021

Resumen. Con la entrada en vigor del Estatuto de la Radio y la Televisión de 1980 las mujeres aumentaron su presencia en TVE, sin embargo, los programas y, sobre todo, las piezas publicitarias continuaban mostrando una representación de la mujer más acorde al régimen anterior. Este artículo realiza un examen crítico de la normativa encargada de su protección en la publicidad de TVE a través de documentación inédita del consejo de administración de RTVE y analiza las principales reclamaciones de las diputadas en la comisión de control parlamentario de RTVE en este sentido. Los resultados muestran cómo las mujeres de este órgano protagonizaron las protestas contra este tipo de anuncios lesivos a su imagen y solicitaron una mayor profundidad en la normativa para fomentar la igualdad entre sexos.

Palabras clave: Mujer; Publicidad; TVE; Feminismo; Parlamentarismo.

[En] A pending transition. Women deputies against the female representation in television advertising (1982-1989)

Abstract. Women increased their presence on TVE with the entry into force of the 1980 Radio and Television Statute, however, the programs and the advertising continued to show a representation of women more in line with the previous regime. This article carries out a critical analysis of the current regulations in charge of the protection of women in TVE advertising. To accomplish this, unpublished documentation from the RTVE board of directors has been reviewed. Also, the main complaints of the deputies in the RTVE control commission have been analyzed. The results show how the women of this committee were at the forefront of the protests against this type of advertising, which is harmful to their image, and called for stricter regulations to promote equality between the sexes.

Keywords: Women, Advertising, TVE, Feminism, Parliamentarism.

Sumario: 1. Introducción. 1.1. La llegada del estatuto de 1980. 1.2. La publicidad televisiva y la mujer en la televisión democrática. 2. Método. 3. Resultados. 3.1. Las diputadas en la comisión de control de RTVE. 3.2. Debates con sensibilidad de género en la comisión de control de RTVE. 4. Conclusiones. Bibliografía.

Cómo citar: Berdón, P. (2022) Una transición pendiente. La preocupación de las diputadas ante la representación femenina en la publicidad televisiva (1982-1989), *Historia y comunicación social* 27(1), 19-30.

1. Introducción

1.1. La llegada del estatuto de 1980

Desde los últimos años del franquismo, la opinión pública en España comenzó a criticar, ya fuera a través de obras publicadas (Vázquez Montalbán, 1973) como desde monográficos de cabeceras como *Cuadernos para el diálogo* (Berdón-Prieto y García-Gil, 2020), el papel de una televisión controlada por el régimen² que no reflejaba los cambios que ya se estaban dando en el modo de vida de los españoles. Este clima contrario a que el gobierno utilizara el medio televisivo como vector ideológico aumentó con el restablecimiento de la

¹ Universidad de Valladolid.
Email: pablo.berdon@uva.es
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5279-4426>

² A finales del franquismo, los órganos directivos de Radiotelevisión Española estaban formados por un Consejo Rector y un director general que dependían, como servicio público centralizado, de la Dirección General de Radiodifusión y Televisión la cual, a su vez, estaba subordinada al Ministerio de Información y Turismo. El propio ministro presidía el Consejo Rector del organismo radiotelevisivo (Fernández y Santana, 2000:94).

democracia en el mandato de Adolfo Suárez. Tras el fracaso del Consejo Rector Provisional³ (Pérez Ornia, 1988: 157-164) y los escándalos televisivos de José María Carcasona (*El País*, 8/6/1978) y de la auditoría de Hacienda de 1978 y 1979 (*El País*, 18/1/1981), José Luis Villar Palasí redactó un anteproyecto de ley de Estatuto de la Radio y la Televisión (*El País*, 5/7/1979) que llegó a buen puerto tras una ardua negociación con el PSOE (Sinova, 1983:46).

A través de su punto cuarto, entre otras cuestiones relacionadas con la orientación de sus contenidos, Televisión Española debía respetar los valores recogidos en el artículo catorce de la Constitución Española (LERT 4/1980, de 10 de enero) en el que se encontraba la igualdad por razón de sexo (CE 1978, de 29 de diciembre). Con el fin de profundizar en el cumplimiento de este epígrafe, la propia ley dotó a uno de sus órganos gestores, el consejo de administración, de la competencia para fijar los principios básicos y las líneas generales de la programación y para dictar las normas reguladoras con respecto a la emisión de publicidad.

La fiscalización de la actividad radiotelevisiva recayó en un cuerpo parlamentario formado por diputados de distinto signo: la comisión de control de RTVE. Para ello, el nuevo órgano contaría con el instrumento de la comparecencia de los órganos de gobierno radiotelevisivos con el objeto de contestar a preguntas anteriormente planteadas o dar informes sobre cuestiones requeridas (López Cepeda, 2013).

Sin embargo, sus carencias reglamentarias, al ser concebido como un órgano meramente informativo sin capacidad legislativa ni ejecutiva, impidieron que se realizara correctamente la función para la que se creó. Además, por la volatilidad de la dirección general de RTVE en la etapa de UCD⁴ y un vacío normativo que provocaba que las sesiones fueran caóticas, inoperantes y que, incluso, no fueran recogidas por la taquigrafía del Congreso, no puede hablarse de un funcionamiento eficiente de este órgano hasta la llegada al Palacio de la Moncloa de Felipe González en 1982. Juristas de la época como Francisco González Navarro ya alertaron de que la capacidad de realizar la tarea encomendada a este órgano iba a ser «relativa» y que su naturaleza obedecía a una necesidad de los políticos de «mirarse en el espejo de la opinión pública» (1982: 175). Trabajadores del propio ente durante esos años también consideran que esta comisión, además del resto del articulado del estatuto, se creó en base a las «conveniencias [políticas] del momento» (Munsó Cabús, 2001: 162). Pese a esto, su actividad regular permitió dar una mayor visibilidad a debates político-televisivos que nunca habían obtenido tanta relevancia y llevar a la agenda política los problemas de TVE, entre los que destacaba la imagen de la mujer.

1.1. La publicidad televisiva y la mujer en la televisión democrática

Uno de los grandes encargos del estatuto al consejo de administración fue la redacción y entrada en vigor de una normativa para controlar la admisión de publicidad en las distintas sociedades de RTVE. A diferencia de los principios sobre la programación, los cuales se cerraron en 1981 (RTVE, 1981), en la cuestión de los anuncios hubo más cautela. Las Normas de Admisión de Publicidad en las Sociedades dependientes del Ente no se aprobaron hasta el 7 de septiembre de 1983 en sesión ordinaria del consejo de administración (Ente público RTVE en liquidación, 1983: 8). Este nuevo entorno legal llegó para sustituir al Estatuto de la Publicidad de 1964, una norma franquista en la cual no se hacía alusión a la protección de la imagen de la mujer:

«No será lícita la publicidad que por su fin, por su objeto o por su forma ofenda las instituciones fundamentales de la nación, lesione los derechos de la personalidad, atente al buen gusto o al decoro social o sea contraria a las Leyes, a la moral o a las buenas costumbres» (LEP 61/1964, de 11 de junio).

En el nuevo reglamento de 1983, en cambio, se incluyó una mayor sensibilidad hacia la representación femenina en línea con el nuevo periodo constitucional. Desde su texto introductorio, el código ya indicaba su impresión hacia las mujeres, las cuales «frecuentemente se ven reducidas a un mero objeto erótico por los contenidos publicitarios» (RDGMCS 1984, de 31 de enero). Más adelante, el artículo 16 de la citada ley se dedicaba en exclusiva a ellas:

«No se admitirán aquellos anuncios en los que se discrimine a la persona humana, reduciéndola a un papel de sumisión, pasividad o inferioridad respecto al otro sexo, a mero objeto erótico o a cualquier otra situación degradante para la condición humana» (*Ibid.*).

Esta sentencia, pese ser un avance más en los términos que ya marcaba el artículo 14 de la Carta Magna, dejaba ciertas dudas en cuanto a su repercusión. Según algunos investigadores, la sumisión de la mujer con respecto al hombre no debería solo valorarse cuando existiera un acto explícito (Morales, 1992: 172).

Otro aspecto que quedaba libre de interpretación fue la consideración de la mujer como objeto erótico. Y es que uno de los recursos publicitarios más utilizados es la persuasión, la cual no puede entenderse sin la

³ Órgano radiotelevisivo surgido a partir de los Pactos de la Moncloa de 1977 (RD 2807/1977, de 2 de noviembre).

⁴ Tres nombres distintos ocuparon la dirección general veinte meses: Fernando Castedo, Carlos Robles Piquer y Eugenio Nasarre.

utilización del erotismo, algo que continuaría en los *spots* destinados a la mujer, por ejemplo, en el sector de la estética.

Básicamente, este reglamento pretendía actuar contra la utilización de los estereotipos⁵, un problema que ya se advirtió años antes de la llegada de esta ley (Marmorì, 1977: 9-10) por el impacto negativo que había tenido durante el franquismo (Pujante, 2014: 85-102). La utilización de clichés forma parte de la estrategia publicitaria y es inherente a este tipo de comunicación (Berganza y del Hoyo, 2006: 162) ya que sitúa al espectador-consumidor en la situación de la trama del *spot* y permite que se vea reflejado con el producto, lo que produce una mayor identificación con la marca. En cambio, en el plano social, la propagación de estos estereotipos de género podría perjudicar al desarrollo de una sociedad paritaria (Garrido, 2003: 43) ya que no promueven nuevas situaciones, sino que inciden en las ya asumidas por el imaginario colectivo.

Para poner en funcionamiento los mandatorios del nuevo entorno legal publicitario de 1983, el consejo de administración decidió crear un órgano colegiado de tipo ejecutivo cuya función fuera vigilar el correcto cumplimiento de las normas publicitarias en TVE: la Comisión de Consulta y Verificación de la Publicidad en TVE (Ente público RTVE en liquidación, 1983: 10). Sus miembros provenían de varios estamentos de la administración, así como de asociaciones relacionadas con el negocio televisivo. Uno de los vocales era designado por el Ministerio de Cultura, el cual nombró como su representante a la directora general del Instituto de la Mujer, Carlota Bustelo (Congreso de los Diputados, 1985: 10161) y, años más tarde, a su representante jurídica, Carmen de Trias García (Congreso de los Diputados, 1987a: 3218).

Pese a que estos reglamentos suponían un paso adelante a la hora de la defensa de los derechos de la mujer frente a la dependencia económica de la publicidad televisiva en RTVE⁶, la Asociación Española de Anunciantes y la Asociación Española de Agencias de Publicidad se mostraron en contra de esta regulación por considerarla que afectaba a su libertad comercial y de creación. Tras varias querellas, ambas organizaciones consiguieron que el Tribunal Supremo ordenara la suspensión de la normativa en mayo de 1987 y de la Comisión de Consulta y Verificación a finales de 1988 (Gómez Montero, 1988: 633-636).

Tras el vacío legal, los diputados miembros de la comisión de control parlamentario preguntaron cuál era el procedimiento que seguiría ahora RTVE para regular la emisión de publicidad. La directora general, Pilar Miró, expuso que, pese a la derrota judicial y a la espera de una nueva ley, la inclusión de anuncios en RTVE seguía fiscalizada por la normativa anterior, es decir, por el Estatuto de la Publicidad de 1964 y el Estatuto de la Radio y la Televisión de 1980 (Congreso de los Diputados, 1988a: 5508-5509), lo que suponía un retroceso para la inclusión de publicidad responsable en cuestiones de género.

Meses más tarde, en mayo de 1988, el *Boletín Oficial del Estado* volvía a publicar unas normas básicas para la admisión de publicidad en TVE (RDGMCS 1988, de 10 de mayo), esta vez influidas por una la Ley General de Publicidad (LGP 34/1988, de 11 de noviembre) que fue planteada y redactada de forma paralela a las directrices de RTVE. Pese al cambio legal, el párrafo dedicado a la publicidad y la mujer no sufrió ninguna modificación.

1.2. Estado de la cuestión

El interés académico por la representación de género en la publicidad televisiva se remonta a la década de los años 70 en Estados Unidos. En estos primeros estudios ya estuvieron presentes los análisis de los estereotipos. Marijean Suelzle realizó una investigación sobre los mejores trabajos en los que se encontraba presencia femenina con el fin de identificar las causas por las que mujeres y hombres no optaban a los mismos empleos. Observó que el sistema comercial y publicitario estaba profundizando en estereotipos de género como la debilidad o la falta de cualificación femenina que convertían al entorno profesional en un «círculo vicioso» (1970: 58).

Tras esta alerta de Suelzle, llegaron un gran número de investigaciones que se interesaron por la imagen de las mujeres en la publicidad en términos generales (Kelly, Burke y Solomon, 1977; Lundstrom y Sciglimpaglia, 1977) o centradas en el medio televisivo (Dominick y Rauch, 1972; Courtney y Whipple, 1974; Marecek et al, 1978; Schneider y Schenider, 1979). Leslie Zebrowitz McArthur y Beth Gabrielle Resko crearon una plantilla de análisis de contenido para estudiar los roles de género en la publicidad televisiva que ha pervivido hasta el siglo XXI (1975).

En el panorama español no llegaron grandes investigaciones en este sentido hasta finales de los años ochenta. Alfonso Méndiz Noguero profundizó en *Anuncios: Semanario de publicidad y marketing* acerca de la imagen de la mujer en la publicidad televisiva (1987). Este estudio contrastaba con otros contenidos de esta revista en los que se celebraba la suspensión judicial de las normas de admisión de publicidad al considerarlas una herramienta de censura (*Anuncios*, 28/12/1987-10/01/1988). A partir de la siguiente década, desde el Instituto

⁵ Elementos conceptuales que estructuran la realidad y forman parte de nuestro sistema de categorización cognitiva, ayudándonos a interpretar los estímulos perceptivos previamente seleccionados y organizados (Genis, 2005).

⁶ A partir de 1983, la publicidad ganó cada vez más importancia en el mantenimiento de RTVE puesto que el gobierno de Felipe González decidió eliminar la subvención anual de 7.000 millones de pesetas que se otorgaba al ente (Tijeras, 2005:75).

de la Mujer y otras organizaciones públicas comenzaron a publicarse investigaciones (Peña-Marín y Fabretti, 1990; Bermejo, 1994; Instituto de la mujer, 2000 y 2001) además de otros estudios particulares (Gallego, 1990; Rey Fuentes, 1994; Bernárdez, 2000; Sánchez Aranda, 2002).

No obstante, el objeto principal de este artículo tiene un matiz más histórico-político que las anteriores investigaciones y no pretende profundizar en los aspectos más sociológicos o publicitarios de la perspectiva de género sino en conocer cómo las propias diputadas miembros de la comisión de control de RTVE hicieron pública, a través de este órgano, la problemática persistente de la imagen femenina a través de la publicidad televisiva. Se muestra necesario destacar la obra de Mir (1998) puesto que relaciona la transición política con el cambio en los valores morales españoles en referencia a la conceptualización de género (en este caso del hombre). Desde el punto de vista de la comisión de control de RTVE como fuente de estudio sí que conviene tener en cuenta diversos trabajos (Gómez Montano, 2005; Martín-Quevedo, Antona y Navarro, 2020; Berdón Prieto y Martín Jiménez, 2020; Berdón Prieto y García-Gil, 2020).

2. Método

La comisión de control es el único órgano oficial que permitió a la soberanía nacional, mediante los diputados, dejar patente su posicionamiento con las cuestiones de la pequeña pantalla. De forma indirecta, esto provocó que un grupo que tradicionalmente había sido desplazado a un segundo plano pudiera comentar y pedir explicaciones a la alta dirección de RTVE sobre sus inquietudes: las mujeres.

Para analizar en profundidad qué temas interesaron a las diputadas miembros de la comisión de control es esencial acudir a la fuente primaria: los diarios de sesiones desde el comienzo de la segunda legislatura en diciembre de 1982 hasta la llegada de la etapa de la *neotelevisión* en España, coincidiendo con el nacimiento de la televisión privada en enero de 1990 (Roel, 2006: 102). El elemento de la comisión que permite cuantificar y clasificar los intereses de las vocales de una forma más tangible son las preguntas realizadas. Por ello, se ha realizado un análisis pormenorizado de las 1.098 preguntas que realizaron la totalidad de los miembros en la comisión de control de RTVE entre el 13 de febrero de 1983 (fecha de la primera reunión de la comisión en la segunda legislatura) y el 27 de junio de 1989 (última cita antes de la llegada de Antena 3, Tele5 y Canal +).

Además de clasificar las preguntas según su fecha, su emisor y receptor se han catalogado teniendo en cuenta las temáticas que abordaban. Ante la diversidad de estas, se ha decidido agrupar en cinco grandes grupos: económicas y de funcionamiento del ente, falta de independencia, programación y producciones, nuevos canales de televisión y otros (Tabla 1).

Grupo temático	Temas	Nº de preguntas	Hombres (%)	Mujeres (%)
Económicas y de funcionamiento del ente	Contratos con sociedades	49	77,55	22,45
	Financiación	157	82,80	17,20
	Publicidad	53	73,58	26,42
	Técnica y de cobertura	101	89,10	10,90
Falta de independencia	Aplicación del Estatuto	25	88,00	12,00
	Ceses, dimisiones y nombramientos	89	94,38	5,62
	Corrupción	13	92,30	7,70
	Enfrentamientos políticos	7	85,71	14,29
	Estatuto del directivo	1	100,00	0,00
	Funcionamiento del consejo de admin.	14	100,00	0,00
	Independencia de TVE	87	98,85	1,15
	Miembros del consejo de administración	1	100,00	0,00
	Equipo directivo	5	60,00	40,00
	Prensa	15	100,00	0,00
	Minorías y acceso de partidos	92	93,47	6,53
	Responsabilidad de la dirección general	39	92,30	7,70
	Vetos y censura previa	26	96,15	3,85

Programación y producciones	Programación	178	83,14	16,86
	Audiencia	32	68,75	31,25
	Cine	13	76,92	23,08
	Internacional	19	89,47	10,53
	Producción propia	23	78,26	21,74
Nuevos canales de televisión		50	68	32
Otros	Meteorología	1	100	0
	Teletexto	3	33,33	66,66
	No relacionado con el ente	5	100	0

Tabla 1. Frecuencia de preguntas de realizadas en la comisión de control de RTVE (1982-1989) según temática y sexo.
Fuente: elaboración propia

Por otro lado, para conocer en profundidad qué debates se dieron en este órgano en torno a la imagen y la representación de las mujeres en TVE y, en concreto, acerca de la publicidad, se han analizado todas las preguntas de los miembros de la comisión. De esta forma se ha podido diferenciar entre las cuestiones comprometidas con la igualdad entre hombres y mujeres y las que no, así como los debates que surgieron en relación con esa temática.

2. Resultados

2.1. Las diputadas en la comisión de control de RTVE

La etapa de estudio está integrada por dos legislaturas, cada una con una distribución parlamentaria diversa, lo cual se vio reflejado en los miembros que formaron parte de este órgano de control parlamentario. En la conocida como segunda legislatura 58 diputados (Congreso de los Diputados, 2021a) formaron parte de la comisión en algún momento mientras que en la tercera el número descendió hasta los 50 (Congreso de los Diputados, 2021b). De los 108 diputados miembros de todo el estudio, tanto solo un 16,67 % fueron mujeres. No hubo un cambio significativo entre una y otra legislatura, mientras que de 1982 a 1986 las mujeres eran el 18,97 % del total de nombres, en la tercera se vio un descenso de casi cinco puntos (14 %).

Diputada	Partido político	2ª legislatura	3ª legislatura
Fernández Labrador, Pilar	Coalición Popular (CP)	-	X
García Botín, Elena	Coalición Popular (CP)	-	X
Llorca Villaplana, Carmen	Coalición Popular (CP)	X	-
Salarrullana De Verda, Pilar	Coalición Popular (CP)	-	X
Tocino Biscarolasaga, Isabel	Coalición Popular (CP)	-	X
Ugalde Ruiz de Assin, Isabel	Coalición Popular (CP)	-	X
Villalobos Talero, Celia	Coalición Popular (CP)	-	X
Villacian Peñalosa, María Mercedes	Partido Nacionalista Vasco (PNV)	X	-
Balletbó Puig, Ana	PSOE	X	X
Berruezo Albéniz, María Reyes	PSOE	X	-
Cruañes Molina, Asunción	PSOE	-	X
Cunillera i Mestres, Teresa	PSOE	X	-
García Arias, Ludivina	PSOE	X	-
García-Moreno Texeira, Carmela	PSOE	X	-
Pelayo Duque, María Dolores	PSOE	-	X
Pla Pastor, Adela	PSOE	X	X
Sánchez López, María Dolores	PSOE	X	-
Solano Carreras, Carmen	PSOE	X	-
Vázquez Meléndez, Elena	PSOE	X	-

Tabla 2. Listado de diputadas miembros de la comisión de control de RTVE según la legislatura de participación.
Fuente: elaboración propia

Lo que sí que varió fue la distribución de estas pioneras entre los distintos partidos a lo largo de las dos legislaturas (Tabla 2). Mientras que en la legislatura de José María Calviño al frente de RTVE el PSOE contaba con nueve mujeres en este órgano, en los años de Pilar Miró y Luis Solana, es decir, en la legislatura tercera, fueron tan solo cuatro. En el caso de la agrupación Coalición Popular la variación fue inversa: pasó de contar tan solo con Carmen Llorca en la etapa Calviño a nombrar a seis diputadas a partir de 1986. El caso de Carmen Llorca resulta más notorio puesto que se convirtió en la presidenta de la comisión de control y, como tal, no pudo ejercer su labor de control mediante preguntas. En los primeros años de este estudio, el Partido Nacionalista Vasco también contó con una mujer en la comisión de control a partir de 1984. Mercedes Villacián Peñalosa ejerció en la comisión hasta que dimitió en 1986 para enrolarse junto al exlehendakari, Carlos Garaikoetxea, en su nuevo proyecto político: Eusko Alkartasuna (Certificaciones 1986, de 23 de octubre).

En cuanto al número bruto de preguntas, los datos arrojan cierta correspondencia con el número de diputadas miembros. En total, las mujeres de la comisión de control realizaron 154 preguntas, es decir, un 14,03 % del total, lo cual marca una actividad ligeramente inferior si se tiene en cuenta su peso en este órgano (16,67 %). Estos datos se mantienen similares en las dos legislaturas. En la segunda, las diputadas realizaron el 16,95 % del total de preguntas mientras que, en la tercera, el 11,23 %. Los datos cuantitativos tienen cierta lógica si se tiene en cuenta la normativa del órgano. Según estas reglas, las preguntas entraban a formar parte del orden del día teniendo en cuenta la proporcionalidad y la prioridad de los diputados que no hubieran participado con anterioridad (RSP 1983, de 14 de diciembre).

Con relación a las temáticas generales que tanto diputados como diputadas seleccionaron para sus preguntas parlamentarias se pueden observar ciertas diferencias de mayor notoriedad (Gráfico 1). Mientras que los vocales se enfocaron mayoritariamente en las cuestiones políticas relacionadas con la falta de independencia de RTVE y en segundo término con las preguntas de carácter económico y de gestión interna, las diputadas se preocuparon en mayor medida por los problemas internos del ente y el mensaje televisivo, es decir, la programación y las producciones. También se observa en las mujeres un mayor interés por las televisiones autonómicas y los futuros canales privados en términos relativos, puesto que plantearon el 32 % de las preguntas totales incluidas en este grupo siendo menos de una quinta parte de los miembros totales.

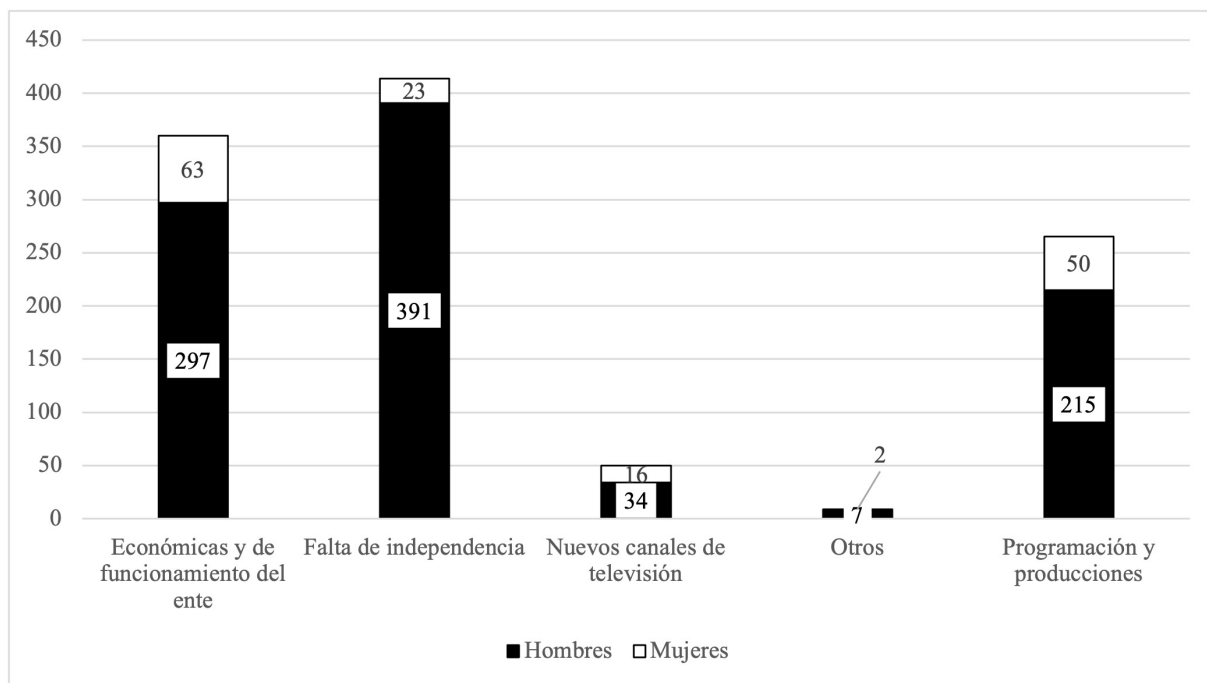


Gráfico 1. Distribución de preguntas en temáticas generales en función del sexo del emisor. Fuente: elaboración propia

Entrando en profundidad en los temas concretos que más interesaron a los escaños femeninos y masculinos (Tabla 1), la programación televisiva fue la parcela de mayor importancia tanto para ellos con 148 preguntas como para ellas con 30. Las preguntas de las diputadas sobre el contenido emitido mantienen, además, una proporción similar a la de su presencia en la comisión con un 16,86 % de todas. En segundo lugar, los diputados de ambos sexos se decantaron por las interrogaciones financieras. De las 157 preguntas totales, el 17,20 % fueron realizadas por mujeres, de nuevo, dentro de los baremos de representación en el órgano. Sin embargo, las preferencias divergen en relación con la tercera categoría preferida según sexos. Los varones se decantaron por las preguntas relacionadas con la técnica (90) mientras que las mujeres optaron por un tema que afectaba directamente a su propia imagen: la publicidad. El 26,42 % de las 53 preguntas que se realizaron sobre la

principal vía de financiación de RTVE llegaron desde registros femeninos, lo que sí supone un mayor interés. De forma anecdótica, las únicas interpelaciones que tuvieron un mayor peso en el lado femenino que en el masculino fueron las dedicadas a la implantación del teletexto ya que dos de las tres relacionadas con este tema vino bajo firma de mujer.

Pese a encontrar cierta sincronía entre hombres y mujeres (salvo en las cuestiones publicitarias) las similitudes no fueron tales si se analizan las diferencias entre las preguntas de las mujeres de los distintos partidos (Gráfico 2). Las mujeres del partido que gobernó durante todo el estudio, el PSOE, se decantaron mayoritariamente por preguntas económicas y de funcionamiento interno del ente en un 47,27 % de las ocasiones que participaron, siguiendo con las relacionadas con la programación. El resto de las categorías: falta de independencia, nuevos canales de televisión y otros no llegó a ocupar ni el 21 %. En cambio, las integrantes de la coalición de Manuel Fraga prefirieron en primer término aquellas que planteaban dudas sobre la programación y, en segundo lugar, las económicas. Mercedes Villacián, como parece lógico al ser parte del PNV, mostró un gran interés por las cuestiones relacionadas con los canales de televisión autonómicos.

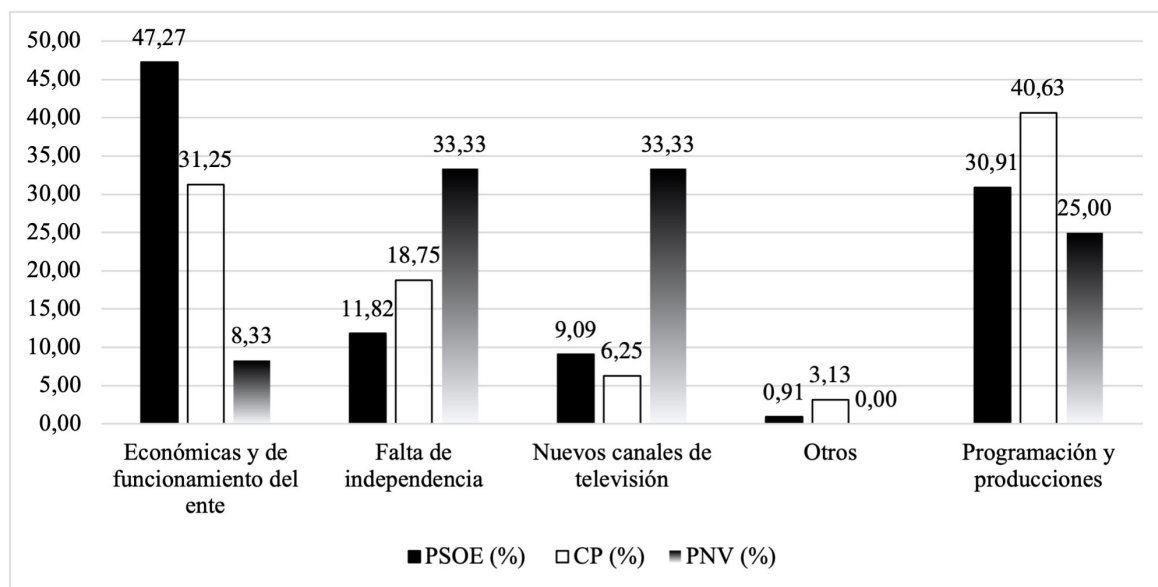


Gráfico 2. Preferencias temáticas de las diputadas de cada uno de los grupos políticos con representación de mujeres en la comisión de control de RTVE (1982-1989). Fuente: elaboración propia

En cuanto a los nombres propios, Ana Ballebó Puig es la diputada que mayor actividad realizó en la comisión muy por encima del resto de sus compañeras. En total planteó 54 preguntas a los distintos directores generales y miembros del consejo de administración, lo que supone que ella sola cuenta con el 35,06 % de todas las emitidas por mujeres en este órgano. La estrecha relación de Ballebó Puig con la televisión se observa en su carrera parlamentaria ya que perteneció a este órgano de control parlamentario de forma ininterrumpida hasta el año 2000, año en el que entró a formar parte del consejo de administración de RTVE. Además, trabajó entre 1973 y 1979 en el centro de TVE en Miramar impulsando la utilización de la lengua catalana en los programas del circuito regional (López-Galiacho, 2000: 79).

El segundo nombre destacado de esta lista es Elena García Botín. La diputada de Coalición Popular intervino en 14 ocasiones para realizar preguntas. Además de ser miembro de este órgano, también demostró su interés por la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres puesto que fue vocal de una comisión mixta creada a principios de 1988 para tratar estas cuestiones.

Además de María Mercedes Villacián, de la que ya se ha hablado anteriormente, Pilar Salarrullana de Verda fue otra figura notable en esta comisión realizando también doce preguntas, las mismas que la diputada vasca. La representante de la Democracia Cristiana⁷ fue también miembro de la comisión mixta para la igualdad de oportunidades entre sexos. Fuera del ámbito parlamentario estuvo involucrada con la Fundación Concepción Arenal para la defensa de los derechos de la mujer.

Pese a que estas diputadas estuvieron muy involucradas con la paridad durante sus carreras parlamentarias, es cierto también que sus preguntas en esta comisión durante el periodo de monopolio televisivo de RTVE no mostraron una excesiva sensibilidad de género, entendida como «una comprensión de los roles y desigualdades de género que fomenta la igualdad de participación y distribución equitativa y justa de los beneficios» (Programa

⁷ Pese a que la Democracia Cristiana abandonó Coalición Popular tras las elecciones generales de 1986, se ha incluido a Pilar Salarrullana de Verda en el grupo de Coalición Popular durante todo el estudio para no afectar a los datos generales del estudio.

de las Naciones Unidas para el Desarrollo, 2015: 8). Tras la búsqueda de esta característica a lo largo de todas las cuestiones que recogieron los diarios de sesiones de este estudio, tan solo se ha encontrado en un 0,73 % del total, no obstante, siempre ha sido en interrogativas presentadas por diputadas. Esto supone que en un 5,19 % del total de las preguntas realizadas por mujeres se puso de manifiesto la discriminación por cuestiones de sexo en TVE. Además, de todas las preguntas con esta sensibilidad de género, el 66,67 % estuvieron relacionados con la publicidad.

2.2. Debates con sensibilidad de género en la comisión de control de RTVE

El papel de la mujer en la publicidad fue uno de los temas calientes en la lucha por la igualdad de género y, por tanto, una de las puntas de lanza de las diputadas encargadas del control político de RTVE. Con motivo de la aprobación de las normas de admisión de publicidad en 1983, Mariano Muñoz Bouzo, secretario del consejo de administración, acudió a la comisión de control de RTVE para explicarlas de forma pormenorizada. En el interrogatorio de los diputados, Ballebó le preguntó por las medidas que iban a establecerse para que no se dieran situaciones que perjudicaran a la imagen de la mujer. Muñoz Bouzo expuso que precisamente esta cuestión había sido «una de las mayores preocupaciones del consejo a la hora de redactar estas normas» y, tras enunciar la norma dieciséis que hacía referencia a ello, apuntilló diciendo que, aunque fuera un enunciado genérico, la intención era la de proteger a la mujer (Congreso de los Diputados, 1983: 2642).

La nueva ley de admisión publicitaria en TVE entró en vigor en enero de 1984, sin embargo, la diputada Ludivina García Arias consideraba que no se estaba aplicando. No solo con relación a la defensa de la mujer sino también en cuanto a la protección de la infancia. El director general de RTVE, José María Calviño, explicó que era cierto que todavía no se había profundizado en su puesta en marcha, pero que se debía a que había compromisos de publicidad adquiridos hasta el mes de junio de 1984. No obstante, quiso tranquilizar a la diputada poniendo en valor el trabajo que iba a llevar a cabo la recién creada comisión de verificación y consulta ya que formaban parte de ella todos los «colectivos significativos afectados por la publicidad», entre los que se encontraban las mujeres (Congreso de los Diputados, 1984: 6060).

Unos meses después, ya con la normativa y la comisión publicitaria a pleno funcionamiento, Carmela García-Moreno lanzó un guante a José María Calviño en relación con el papel que este órgano colegiado estaba teniendo en lo referente a la no discriminación por cuestiones sexuales. El director general explicó que el espíritu principal de esta nueva ley y de su ese órgano era el de proteger a la infancia y a la mujer y relataba que Carlota Bustelo había conseguido rechazar un 30 % de los anuncios que llegaban por considerar cierta cosificación del cuerpo femenino. Sin embargo, Calviño también recordó a la diputada que la mentalidad impuesta en la sociedad por el régimen anterior no podía cambiar de la noche a la mañana sino con un proceso «largo y dilatado». La diputada del PSOE argumentó que con esa pregunta tan solo quería concienciar y sensibilizar a la mujer sobre el grado machismo que aún se mantenía latente en la sociedad (Congreso de los Diputados, 1985:10161).

Pese a la invocación de ese cambio progresivo de la sociedad española hacia cotas más plurales, había voces que opinaban que el trabajo de la comisión de verificación no estaba siendo eficiente. Pilar Salarrullana de Verda planteó en la comisión de control lo siguiente:

«(...) A la publicidad que da Televisión Española le interesa, por encima de todo, que la sociedad no altere sus premisas en cuanto a la mujer, porque ella es el más oscuro objeto de deseo publicitario, y porque lo que le interesa es que no tenga suficiente formación cultural para evadirse de ese bombardeo que le viene continuamente. A la publicidad le interesa que la mujer esté en casa, a la publicidad le interesa que la mujer no trabaje fuera y a la publicidad le interesa que la mujer sea lo más inculta posible para que no pueda defenderse de lo que ellos dicen» (Congreso de los Diputados, 1987a: 3218).

Tras estas acusaciones, la diputada pidió a la directora general, Pilar Miró, que revisara también la ética y el fondo de los anuncios porque se estaba emitiendo una imagen femenina que no correspondía con la realidad. Miró, resignada, se posicionó a favor de las palabras de Salarrullana de Verda y dijo que a ella tampoco le gustaba la publicidad en términos generales porque tergiversa a la persona humana, pero que ella no podía incidir en las normas existentes. La demócratacristiana no solo se preocupó por el tono de la publicidad con respecto a la mujer, en otras reuniones de la comisión de control también hizo hincapié en el problema de la publicidad sobre loterías y juegos de azar (Congreso de los Diputados, 1988b: 8138).

Como ya se ha comentado unas líneas atrás, otro gran colectivo hacia el que se sentía indefensión con respecto al mensaje publicitario era el de la infancia y la juventud. Según Asunción Cruañes Molina, del PSOE, a finales de 1987 estaba a punto de publicarse una directiva europea que protegía los derechos de este grupo frente a los mensajes publicitarios, para evitar que se utilizaran argumentos sexistas, sexuales y pornográficos en las piezas persuasivas. Ante esta nueva incorporación por parte del ordenamiento internacional, la diputada se preguntó si RTVE iba a adaptar sus anuncios. Pilar Miró tomó nota del mensaje y garantizó a Cruañes Molina que así sería cuando ese reglamento entrara en vigor (Congreso de los Diputados, 1987b: 7619).

El cambio feminista en la mentalidad española parecía que no llegaba en las primeras legislaturas socialistas, por eso, el día 25 de junio de 1987 se aprobó una proposición no de ley para la creación de una comisión mixta Congreso-Senado que tratara temas de discriminación a la mujer. Asunción Cruañes Molina consideraba que TVE debía estar muy atenta a lo que se dijera en ese órgano porque era una de las plataformas que más podía aportar en el cambio o permanencia de roles sociales. Miró consideró que, en esta ocasión, además de la mujer también había otros grupos que eran ridiculizados a través de la publicidad como los hombres o los niños. La diputada prefirió no confrontar con una compañera de partido como Pilar Miró, pero le recordó que:

«En este país, en el que la realidad social está bastante lejos de las leyes, creo que entre todos (esta comisión de control y el ente público) debemos hacer lo posible para que desde este sitio, donde se influye tanto, vayamos influyendo nosotras, pero en sentido contrario» (Congreso de los Diputados, 1987c: 5514).

Tanto Cruañes Molina como otras compañeras de la comisión de control consideraron que la publicidad televisiva suponía un potente freno a sus deseos de igualdad entre sexos y creyeron, tal y como ilustra el párrafo anterior, que era necesario un cambio de postura hacia un feminismo militante en el que fueran las mujeres las que, a través de la pequeña pantalla y gracias a su poder de socialización, llevaran a las familias, colegios y trabajos una realidad que ya se había conseguido dar a nivel legislativo. Solo ante ese cambio se conseguiría ir modificando los estereotipos y roles persistentes en la comunicación publicitaria.

3. Conclusiones

Televisión Española vivió un cambio normativo radical con la aparición del Estatuto de la Radio y la Televisión de 1980. Este medio, que nació en pleno franquismo y que siempre había estado controlado por el poder ejecutivo, tuvo que reformular su política de programación con el fin de permeabilizar los valores que caracterizaban a los sistemas democráticos. Para ello, este estatuto y las normas que emanaron de él se basaron en los derechos fundamentales recogidos en la Constitución de 1978. Sin embargo, había una gran parte del contenido emitido por TVE que era más difícil de controlar por los gestores televisivos: la publicidad. Además, gracias al espíritu comercial que siempre tuvo Televisión Española, esta actividad se volvió esencial para su supervivencia a partir de 1983, momento en el cual el gobierno decidió dejar de subvencionar la «televisión de todos».

TVE intentó, no obstante, poner freno al impacto publicitario en la sociedad mediante normativas que planteaban la necesidad de defender a diversos colectivos afectados por las técnicas de persuasión publicitarias y su uso de los estereotipos, entre los que destacaba la mujer. No en vano, el representante del gobierno en la comisión de verificación publicitaria siempre fue un miembro del Instituto de la Mujer.

Estos reglamentos y decisiones políticas, sin embargo, se limitaron a exponer marcos generales sin profundizar en cómo y cuándo los contenidos publicitarios afectaban negativamente a la mujer, lo que dejó demasiado margen a la subjetividad de los encargados de aprobar o suspender la emisión de los anuncios. Es cierto que hasta los últimos años de la década no se publicaron grandes investigaciones nacionales que ahondaran en ello y que, por tanto, sirvieran de modelo a seguir, sin embargo, a principios de los años 70, Suelzle ya alertó desde Estados Unidos de la peligrosidad del uso de estereotipos.

Pese a que estas normas no permitieran una interpretación muy restrictiva, los anunciantes y agencias de publicidad consideraban que estas regulaciones afectaban directamente a su capacidad persuasiva y así se lo hicieron saber a los jueces, los cuáles les dieron la razón.

Frente a este panorama, el papel de la comisión de control de RTVE era esencial porque representaba la opinión de la soberanía nacional. Sus miembros masculinos no mostraron ningún interés por la representación femenina en televisión, sin embargo, sus compañeras sí que se inquietaron por una situación que afectaba a la llegada de una sociedad igualitaria. Precisamente, el objetivo de esta investigación persigue conocer los pormenores de la actividad de las diputadas en este órgano en relación con el maltrato a la imagen televisiva de las mujeres. En este sentido, el interés de las legisladoras por este tema se mostró solo en unas breves ocasiones, pero casi siempre lo relacionaron directamente con el contenido de tipo publicitario. Las representantes femeninas en este órgano fueron minoritarias y, además, por el reglamento de la cámara y la dinámica de sus partidos, tampoco se les permitió realizar una actividad demasiado prolífica.

Los anuncios televisivos fueron, según las diputadas, el gran freno televisivo a un cambio social que, aunque había llegado a las leyes, no terminaba de insertarse en la sociedad. La utilización de estereotipos y roles tradicionales y la falta de una normativa estricta fue el gran caballo de batalla para las vocales mientras que los directivos de la cadena se sentían atados de pies y manos para cambiar la situación. En estas reclamaciones llama la atención la transversalidad política. La derecha y la izquierda intervinieron con los mismos matices, incluso las representantes de partidos conservadores se posicionaron en términos de mayor beligerancia al tener un papel de oposición contra la Dirección General de RTVE. Estas mujeres, además, no se limitaron a hacer frente a las desigualdades de género desde este órgano político-televisivo sino que también impulsaron

y participaron en organizaciones de corte feminista y promovieron otras comisiones parlamentarias dedicadas en exclusiva a la discriminación de género.

En definitiva, la imagen de la mujer en Televisión Española antes de la llegada de las cadenas privadas continuó muy condicionada por desarrollarse en una sociedad que había sido educada en los valores tradicionales impuestos durante el franquismo. En ese entorno, TVE, pese a estar dominada por un gobierno progresista durante estos años, no contrarrestó el poder de su principal financiador a favor de posturas feministas, sino que se situó de perfil ante un cambio que, según sus propias palabras, debía llegar de forma muy progresiva y escalonada. Las responsables políticas encargadas de controlar el medio políticamente también se vieron insertas en un sistema de partidos que dejaba poca libertad a sus propias reclamaciones pese a que se identificara al sistema de mercado publicitario como el gran culpable de una imagen desactualizada. La inutilidad de la comisión de control parlamentario de RTVE para tomar decisiones ejecutivas y el poco peso de estas cuestiones en los grandes debates sobre política televisiva provocó que, durante esta década, no se hicieran grandes avances en materia de protección de la mujer y televisión.

Sería conveniente continuar esta investigación en años posteriores, en los cuales la competencia televisiva y el mercado publicitario cobraron un protagonismo aún mayor. Un contexto que, *a priori*, no beneficia a la sensibilidad de género.

Bibliografía

Anuncios, 28/12/87-10/1/88

Berdón Prieto, P. y García-Gil, S. (2020). «La tele socialista desde el Centro: UCD y CDS en la comisión de control de RTVE y su presentación en *ABC* y *El País* (1982-1986)». En: *Memoria y Civilización*, n.º 23. pp.1-22. DOI: <https://doi.org/10.15581/001.23.002>

Berdón Prieto, P. y Martín Jiménez, V. (2020). «La televisión pública española a examen: la injerencia de la política en TVE a través del control parlamentario (1982-1986)». En: *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, n.º 26 (3). pp. 875-889. DOI: <https://doi.org/10.5209/esmp.66167>

Berganza, M.R. y del Hoyo, M. (2006). «La mujer y el hombre en la publicidad televisiva: imágenes y estereotipos». En: *Zer*, n.º 21. pp. 161-175. DOI: <https://doi.org/10.1387/zer.3730>

Bermejo, A. (Coord.) (1994). *El imaginario social y simbólico de la mujer en los medios de comunicación de masas: el caso concreto de la publicidad*. Madrid: Servicio de Documentación y Publicaciones de la Comunidad Autónoma de Madrid.

Bernárdez, A. (2000). Cuerpos imaginarios: ¿exhibición o encubrimiento de las mujeres en la publicidad? En: *Cuadernos de información y comunicación*, n.º 5. pp. 67-78.

Certificaciones comprensivas de las candidaturas presentadas ante las Juntas Electorales de los Territorios Históricos de Álava, Vizcaya y Guipúzcoa. *Boletín Oficial del País Vasco*, Vitoria, España, 23 de octubre de 1986. pp. 5264-5265.

Congreso de los Diputados (1983). *Diario de sesiones del Congreso de los Diputados. Comisión de control parlamentario de RTVE*. Madrid, España, 26 de octubre de 1983.

Congreso de los Diputados (1984). *Diario de sesiones del Congreso de los Diputados. Comisión de control parlamentario de RTVE*. Madrid, España, 26 de junio de 1984.

Congreso de los Diputados (1985). *Diario de sesiones del Congreso de los Diputados. Comisión de control parlamentario de RTVE*. Madrid, España, 26 de junio de 1985.

Congreso de los Diputados (1987a). *Diario de sesiones del Congreso de los Diputados. Comisión de control parlamentario de RTVE*. Madrid, España, 3 de marzo de 1987.

Congreso de los Diputados (1987b). *Diario de sesiones del Congreso de los Diputados. Comisión de control parlamentario de RTVE*. Madrid, España, 11 de diciembre de 1987.

Congreso de los Diputados (1988a). *Diario de sesiones del Congreso de los Diputados. Comisión de control parlamentario de RTVE*. Madrid, España, 29 de junio de 1988.

Congreso de los Diputados (1988b). *Diario de sesiones del Congreso de los Diputados. Comisión de control parlamentario de RTVE*. Madrid, España, 23 de febrero de 1988.

Congreso de los Diputados (2021a). *Composición de la Comisión de Control Parlamentario sobre RTVE: II legislatura (1982-1986)*. [Página web]. Disponible en: <https://cutt.ly/djhJuaA>

Congreso de los Diputados (2021b). *Composición de la Comisión de Control Parlamentario sobre RTVE: III legislatura (1986-1989)*. [Página web]. Disponible en: <https://cutt.ly/vjhJpi2>

Constitución Española, *Boletín Oficial del Estado*, Madrid, España, 29 de diciembre de 1978. pp. 29313-29424.

Courtney, A. E. y Whipple, T. W. (1974). «Women in TV Commercials» En: *Journal of Communication*, n.º 24(2). pp. 110-118.

Dominick, J.R. y Rauch G.E. (1972). «The Image of Women in Network TV Commercials». En: *Journal of Broadcasting*, n.º 16. pp. 259-265.

El País, 18/1/1981.

El País, 5/7/1979.

El País, 8/6/1978.

Ente Público RTVE en liquidación. *Informe de Acuerdos del Consejo de Administración de RTVE en 1983*. Inédito.

Fernández, I. y Santana, F. (2000). *Estado y medio de comunicación en la España democrática*. Madrid: Alianza.

Gallego, J. (1990). *Mujeres de papel. De Hola a Vogue: la prensa femenina en la actualidad*. Barcelona: Icaria

Garrido, M. (2003). «Conflicto y violencia de género en el discurso publicitario». En: *Cuadernos del CAC*, nº 17. pp. 41-48.

Genís, M. (2005). *Esterotipos en publicidad*. Tesis doctoral. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.

Gómez Montano, A. (2005). *Independencia editorial y pluralismo en el servicio de radiodifusión europeo: reforma de RTVE*. Tesis doctoral. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.

Gómez Montero, J. (1988). «El Tribunal Supremo anula las normas de admisión de publicidad en RTVE». En: *Actas de Derecho Industrial y Derechos de Autor*; nº 12. pp. 633-636.

González Navarro, F. (1982). *Televisión pública y televisión privada*. Madrid: Civitas. p. 175.

Instituto De La Mujer (2000 y 2001). *Observatorio de la Publicidad*. Madrid.

Kelly, J.P., Burke, M. y Solomon, P. J. (1977). «Male and Female Responses To Womens' Roles in Advertising». En: *American Academy of Advertising Spring Conference*.

Ley 34/1998, de 11 de noviembre, General de Publicidad. *Boletín Oficial de Estado*, Madrid, España, 15 de noviembre de 1988. pp. 32464-32467.

Ley 4/1980, de 10 de enero, de Estatuto de la Radio y la Televisión. *Boletín Oficial del Estado*, Madrid, España, 12 de enero de 1980. pp. 844-848.

Ley 61/1964, de 11 de junio, por la que se aprueba el Estatuto de la Publicidad. *Boletín Oficial de Estado*, Madrid, España, 15 de junio de 1964. pp. 7804-7808.

López Cepeda, A.M. (2013). «El control parlamentario de la radio televisión pública en España: características, funcionamiento y eficacia». En: *Revista Comunicação Midiática*, nº 8 (3). pp. 272-294.

López-Galiacho, J.L. (2000). *El oligopolio catalán en los medios de comunicación españoles*. Tesis doctoral. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.

Lundstrom, W.J. y Sciglimpaglia, D. (1977). «Sex Role Portrayals in Advertising». En: *Journal of Marketing*, nº41. pp. 72-79.

Marecek, J., Piliavin, J.A., Fitzsimmons, E., Krogh, E.C., Leader, E. y Trudell, B. (1978). «Women as TV Experts: The Voice of Authority?». En: *Journal of Communicattion*, nº 28(1). pp. 159-168.

Marmori, G. (1977). *Iconografía femenina y publicidad*. Barcelona: Gustavo Gili.

Martín-Quevedo, J., Antona Jimeno, T. y Navarro Sierra, N. (2020). «Contradicciones y veleidades en el debate parlamentario sobre la Televisión pública en España (1990-2010)». En: *Estudios sobre el mensaje periodístico*, nº23 (2). pp. 645-654. DOI: <https://doi.org/10.5209/esmp.67467>

McArthur, L. Z. y Resko, B. G. (1975). «The Portrayal of Men and Women in American Television Commercials». En: *The Journal of Social Psychology*, nº 97 (2). pp. 209-220.

Méndiz Noguero, A. (1987). «La imagen de la mujer en la publicidad televisiva». En: *Anuncios: Semanario de publicidad y marketing*, nº 318. pp. 32-37.

Mir, F. (1998). «Del macho al hombre. La transición a través de la publicidad». En: *Ajoblanco*, nº12. pp. 20-29.

Morales, C. (1992). *La regulación normativa de la emisión de publicidad por Televisión Española*. Tesis doctoral. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.

Munsó Cabús, J. (2001). *La OTRA CARA de la Televisión: 45 años de historia y política audiovisual*. Barcelona: Flor del Viento.

Peña-Marín, C. y Fabretti, C. (1990). *La mujer en la publicidad*. Madrid: Ministerio de Asuntos Sociales, Instituto de la Mujer.

Pérez Ornia, J.R. (1988). *La televisión y los socialistas: actividades del PSOE respecto a TVE durante la transición (1976-1981)*. Tesis doctoral. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (2015). *Guía de herramienta en sensibilidad de género para las comunicaciones nacionales*. Renk Matbaasi: Turquía.

Pujante, P. (2014) «Mujer en la publicidad televisiva franquista de los 60: caso Soberano». En: *Grafica. Documentos de diseños gráfico*, nº3. pp. 85-102.

Real Decreto 2809/1977, de 2 de noviembre, por el que se crea el Consejo Rector Provisional de Radiotelevisión Española. *Boletín Oficial del Estado*, Madrid, España, 14 de noviembre de 1977. pp. 24798-24799.

Resolución de 14 de diciembre de 1983, de la Presidencia sobre aplicación de las normas reglamentarias en el funcionamiento de la Comisión de Control Parlamentario de RTVE. *Boletín Oficial de las Cortes Generales. Congreso de los Diputados*, Madrid, España, 23 de diciembre de 1983. p. 160.

Resolución de 10 de mayo de 1988, de la Dirección General de Medios de Comunicación Social, por la que se hacen públicas las normas de admisión de publicidad, aprobadas por el Consejo de Administración del Ente Público Radiotelevisión Española. *Boletín Oficial del Estado*, Madrid, España, 20 de mayo de 1988. pp. 15330-15331

Resolución de 31 de enero de 1984, de la Dirección General de Medios de Comunicación Social, por la que se hacen públicas las «Normas de admisión de publicidad», aprobadas por el Consejo de Administración del Ente Público Radiotelevisión Española, *Boletín Oficial del Estado*, Madrid, España, 2 de febrero de 1984. pp. 2716-2719.

- Rey Fuentes, J. (1994). *El hombre fingido: la representación de la masculinidad en el discurso publicitario*. Sevilla: Editorial Fundamentos.
- Roel, M. (2006). «La televisión en la democracia española (1982-2005): Dinámicas de los modelos de gestión de contenidos». En: Arroyo, M. y Roel, M. *Los medios de comunicación en la democracia (1982-2005): prensa, radio y televisión. Internet y Grupos de comunicación*. Madrid: Fragua. p. 102.
- RTVE (1981). *Principios básicos y líneas generales de programación*. Madrid: Servicio de publicaciones de RTVE.
- Sánchez Aranda, J. J. (2002). «La publicidad y el enfoque de la imagen femenina». En: *Comunicación y Sociedad*, nº 16. pp. 67-92.
- Schneider, K.C. y Schneider, S.B. (1979). «Trends in Sex Roles in Television Commercial». En: *Journal of Marketing*, nº 43(3). pp. 79-84.
- Sinova, J. (1983). *La gran mentira: el tinglado de la televisión al descubierto*. Barcelona: Planeta.
- Suelzle, M. (1970). «Women in labor». En: *Trans-action*. pp. 50-58.
- Tijeras, R. (2005). *Las guerras del Pirulí: el negocio de la televisión pública en la España democrática*. Barcelona: Arena Abierta.
- Vázquez Montalbán, M. (1973). *El libro gris de la televisión española*. Madrid: Ediciones 99.