

# MATERIALES DE TRABAJO **17**

## **Territorios de comunicación**

**Recorridos de investigación para  
abordar un campo heterogéneo**

Natalia Raimondo Anselmino  
María Cecilia Reviglio  
(Editoras)



Quito - Ecuador  
2013

## **Territorios de comunicación**

Recorridos de investigación para abordar un campo heterogéneo

Primera Edición

© Natalia Raimondo Anselmino  
María Cecilia Reviglio  
(Editoras)  
300 ejemplares - Febrero 2013

ISBN: 978-9978-55-104-2  
Código de barras: 978-9978-55-104-2  
Registro derecho autoral: 040707

Portada y Diagramación  
Diego Acevedo

Impresión  
Editorial "Quipus", CIESPAL  
Quito-Ecuador

Los textos que se publican son de exclusiva responsabilidad de su autor.

# Índice

<b>Prefacio</b>	7
<i>Natalia Raimondo Anselmino y María Cecilia Reviglio (editoras)</i>	
<b>Capítulo 1</b>	13
Tradiciones, límites y tensiones en las nuevas tramas del estudio de la comunicación <i>Susana Frutos</i>	
<b>Capítulo 2</b>	27
Jóvenes, competencias discursivas y universidad. Apostillas a una tesis doctoral <i>María Cecilia Reviglio</i>	
<b>Capítulo 3</b>	49
Un análisis sociosemiótico de la prensa online: investigar el presente en transición <i>Natalia Raimondo Anselmino</i>	
<b>Capítulo 4</b>	73
Análisis crítico del androcentrismo en el discurso informativo <i>Florencia Laura Rovetto</i>	
<b>Capítulo 5</b>	101
Humor, o la delimitación teórica de una práctica inasible <i>Lautaro Cossia</i>	

<b>Capítulo 6</b>	127
Al interior de una prisión: del secreto a la conducta en el umbral <i>Mauricio Manchado</i>	
<b>Capítulo 7</b>	149
Circuitos culturales y memorias sociales como entrada al problema de la rurbanidad <i>Claudia Kenbel</i>	
<b>Capítulo 8</b>	173
Los usos de textos impresos y digitales en la universidad. Relato de un proceso <i>Soledad Ayala</i>	
<b>Capítulo 9</b>	191
De la explosión a la implosión socio-técnica. Usos y apropiaciones de las TIC en ciberlocales <i>Sebastián Ramiro Castro Rojas</i>	
<b>Capítulo 10</b>	215
Del trabajador al empleable. Los espacios de ofertas laborales en la prensa y sitios web <i>Andrea Calamari</i>	
<b>Los autores</b>	233

## Capítulo 4

# Análisis crítico del androcentrismo en el discurso informativo

Florencia Laura Rovetto

### Presentación

La invitación a compartir los principales resultados de la tesis realizada en el marco del Programa de Doctorado en Periodismo y Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB) dio lugar a revisar todo el recorrido de investigación iniciado en el año 2000 y el particular acercamiento al área temática abordada que, a su vez, traza la línea de trabajo desarrollada en la actualidad.

La construcción del camino de la investigación es ante todo un itinerario conformado por las inquietudes personales, el compromiso político, las relaciones académicas y las condiciones históricas e institucionales que forman parte del contexto de realización. La posibilidad de visualizar y expresar estas condiciones forma parte de este trabajo que se propone difundir los principales resultados de una producción doctoral particular.

La tesis, titulada *La representación del trabajo de las mujeres en la prensa: Análisis comparativo y cualitativo de la información*

de actualidad,<sup>38</sup> fue realizada con la dirección de la doctora Núria Simelio Solà en el marco del equipo Feminario Mujeres y Cultura de Masas, adscrito al Departamento de Periodismo de la UAB.<sup>39</sup> Aclarar el encuadre institucional implica considerar que un trabajo de investigación, además de estar impregnado de motivaciones personales, es también parte de una construcción colectiva. En este sentido, trabajar en el marco del equipo ha sido la mejor manera de atenuar los efectos negativos que muchas veces produce la soledad en la investigación.<sup>40</sup>

En la tesis mencionada, analizamos dos diarios españoles de información general en el contexto de la promulgación de la *Ley Orgánica para la Igualdad Efectiva entre Mujeres y Hombres* (en adelante, LOIEMH),<sup>41</sup> con el objetivo de evaluar el enfoque y tratamiento que los ejemplares seleccionados realizan del trabajo de las mujeres.

De esta manera, abordamos el análisis de los medios de comunicación desde las perspectivas del discurso de género y de la diferencia sexual, ya que estas ofrecen propuestas que enriquecen la discusión abierta sobre el tema y permiten comprender la manera en

---

38 La tesis completa está disponible en el servicio de publicación digital de la UAB: <http://www.tdx.cat/handle/10803/4217> [Recuperada: 20 de julio de 2012].

39 Dicho equipo de investigación fue creado en 1987, y estuvo dirigido por la doctora Amparo Moreno Sardà hasta 2007. Actualmente, continúa trabajando bajo la dirección de la doctora Simelio Solà. La trayectoria del mismo, así como sus líneas de investigación y docencia, y los proyectos actuales pueden consultarse en la web institucional <https://masters.oaid.uab.es/feminari>.

40 El trabajo solitario en la investigación aparece comentado por Segato (2012): “En la academia te presionan para pensar en soledad. Yo me rebelo a esto y digo que si hubiera tenido que ser joven en esta época no hubiera podido pensar hasta donde lo hice ni relacionarme de forma satisfactoria con los temas porque hay mucha presión para que el pensamiento genere producción, no para conversar como lo estamos haciendo acá” (s/p.).

41 En dicha ley (Loiemh, 2007) se establecen criterios normativos que nos interesan aquí, tal como los que se señalan en el Título II sobre las políticas públicas para la igualdad; en el Título III sobre igualdad y medios de comunicación; en el Título IV sobre el derecho al trabajo en igualdad de oportunidades; en el Título V sobre el principio de igualdad en el empleo público.

que los medios *funcionan como ambientes* (McLuhan, 1973) donde se representan los cambios sociales y culturales contemporáneos y se articulan los procesos de producción de sentido como elementos constitutivos de la sociedad. A partir de ahí, planteamos un análisis que incorpora el estudio de los textos periodísticos al contexto de producción en los que tienen lugar los procesos de cambio social que interpelan el binarismo sexual como principio jerárquico y organizador de las relaciones sociales, al mismo tiempo que se visibiliza la dicotómica ideología de la división sexo-genérica de la sociedad.

De acuerdo con esto, la producción discursiva de los diarios de actualidad puede ser comprendida como representación cartográfica de la realidad que supone una determinada conceptualización (explícita o implícita) sobre las relaciones entre hombres y mujeres, así como sobre las maneras de definir, comprender e intervenir en torno a las diferencias sexuales y genéricas en cada momento.<sup>42</sup> Desde esta perspectiva, la noción de discurso entendida como función social, práctica de significación y visibilidad, implica siempre relaciones de poder, lo que hace de la producción de sentido una *disputa ideológica* que, en este caso, estaría determinando la participación de las mujeres como protagonistas de la realidad social con capacidad de acción y toma de decisiones (Moreno, 1998).

Preguntarnos por la representación del trabajo de las mujeres a partir de su masiva incorporación al mercado laboral,<sup>43</sup> como una de

---

42 De acuerdo con lo planteado por Moreno Sardà (1998), en lugar de tomar cada ejemplar de un periódico como una colección de temas, los hemos abordado como un conjunto de explicaciones que trazan una *representación cartográfica* de lo que acontece en la realidad social, donde observar cómo se construyen modelos femeninos y masculinos que articulan distintas divisiones sociales que afectan al sexo, la edad, la clase social, la etnia y otras variables, que reciben un tratamiento idealizado, positivo y negativo, que incita a la identificación de las posibilidades de integración o de marginación social.

43 Según los datos de la Encuesta de Población Activa (EPA), a mediados de la década del 80 España contaba con algo más de cuatro millones de mujeres en el mercado laboral. Esta cifra se duplica al observar las estadísticas de población activa en los años 2006 y 2007 (Instituto de la Mujer, 2008).

las transformaciones sociales más significativas producidas en las últimas décadas en España, y situar el análisis en el contexto de reglamentación normativa del *principio de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres*, nos permitió complejizar los modos de interpretar los *efectos ideológicos* (Hall, 1981) de las representaciones sociales de roles, identidades y relaciones de género a partir de una revisión conceptual que entrecruza las preocupaciones por el análisis crítico del discurso mediático con la teoría de género, diversidad sexual y feminista.

## **Antecedentes de la investigación**

Aquí se expone el recorrido personal y académico interesado en el estudio de las representaciones sociales en los medios de comunicación. Este camino se inicia al final de la Licenciatura en Comunicación Social de la Universidad Nacional de Rosario (Argentina), cuando comencé a percibir conscientemente el profundo alejamiento existente entre el campo de estudios de la comunicación y sus alcances teóricos y metodológicos -que parecían haber perdido la profundidad ideológica y el poder de las creencias que orientan las búsquedas del *sentido* de la comunicación- de aquello que constituía mis preocupaciones académicas y políticas en el contexto de los años 90, que hacían necesario replantear los “términos del compromiso y el sentido de la utopía” (Fuentes Navarro, 1999)<sup>44</sup>.

Por diversas circunstancias elegí la UAB para iniciar mi formación de posgrado en el año 2000. Este cambio de escenario me proporcionó nuevas perspectivas de investigación a partir de las propuestas académicas del programa de Doctorado en Periodismo y Ciencias de la Comunicación. Allí encontré elementos para relacionar las teorías con las preocupaciones prácticas en el campo de la comunicación

---

44 Al respecto de las articulaciones entre política e investigación en la década del 90, Fuentes Navarro (1999), citando a Martín Barbero, plantea la existencia de una combinación entre “optimismo tecnológico y escepticismo político” (p. 56), que en Latinoamérica ha confundido el estudio de las demandas sociales con las del mercado.

social desde los estudios feministas (estudios de las mujeres o estudios de género), con los que no había tenido ningún contacto hasta ese momento, por estar completamente ausente de la currícula de mis estudios de grado. Ciertamente, durante mi formación de grado había ignorado que “los estudios de mujeres conforman un movimiento transdisciplinario e interdisciplinario, intelectual y educativo, que viene alterando de manera irreversible lo que sabemos, lo que creemos saber y la manera como pensamos” (Stimpson, 1999: 129).

Y esta nueva experiencia cognitiva me hizo reflexionar sobre todo lo aprendido desde los paradigmas dominantes en comunicación, y sobre todo lo que había quedado excluido en mi formación de licenciatura. Por tanto, al iniciar la carrera de investigadora se me presentaron nuevos objetos de estudio que entrañaban, a su vez, nuevos desafíos que hacían inevitable reflexionar sobre lo conocido hasta el momento.

Antes de generar sus propios datos e ideas tiene que negar primero las teorías y las prácticas, ideología e instrumentos dominantes. Al hacerlo, los estudios de mujeres refutan el carácter predominante del conocimiento: su ethos, sus instituciones y sus paradigmas. Todo desafío a un paradigma predominante entraña dos actividades que se refuerzan mutuamente. La primera desmitifica el paradigma: la segunda demuestra cuánto de la realidad que el paradigma había prometido explicar yace fuera de las fronteras del paradigma (Stimpson, 1999: 130).

De este modo, podía pensar en una perspectiva teórica y ética autoconsciente para dar testimonio de las realidades estudiadas partiendo de la propia historia y la experiencia, a medida que construía un sentido maduro de la vida. Ciertamente, este cuerpo teórico me permitía repensar el saber académico tradicional y observar sus lagunas, analizar la percepción androcéntrica y el sistema de valores dominante en la disciplina de la comunicación para comprender cómo se construye un relato sesgado de la realidad, que da cuenta de una parte de la población, y por tanto, de una parte de la historia.

A partir de este enfoque, no pude obviar reconocer que el interés de analizar las *representaciones del trabajo de las mujeres en la prensa española* estaba determinado por la multiplicidad de condicionantes particulares relacionados con ser mujer, inmigrante, estudiante y trabajadora, que fueron el punto de partida y jalaban mi deseo de *entender los fenómenos sociales a partir de la propia experiencia vital*.

Me encontraba realizando los cursos de doctorado cuando conocí los planteamientos teóricos y metodológicos de la doctora Moreno Sardà y su equipo de investigación sobre la crítica al androcentrismo del discurso académico y de los medios de comunicación. Sus trabajos propiciaron mi colaboración en el diseño, experimentación y aplicación de herramientas prácticas para evaluar y hacer informaciones. Este acercamiento al análisis de las prácticas periodísticas desde la *crítica al androcentrismo del discurso académico e informativo* (Moreno, 1998) me proporcionaba pistas para comprender mejor la relación que se establece entre sociedad, medios de comunicación y construcción de conocimiento.

Durante la etapa de cursado del doctorado participé en diversas investigaciones del equipo Feminario, centradas en poner de manifiesto las rutinas androcéntricas presentes en la construcción de informaciones en diferentes medios escritos españoles y latinoamericanos: boletines municipales, prensa diaria, prensa del corazón y prensa popular. Algunos de los resultados de estos trabajos revelaron que las diferencias en la representación simbólica de mujeres y hombres en los medios de comunicación responden a hábitos de pensamiento androcéntricos que afectan el enfoque y el tratamiento de la realidad social.

El análisis de *la representación de mujeres y hombres en la prensa* (Moreno Sardà, Lopez, Abril y Alonso, 2004; Simelio Solà, 2006) confirmó los planteos previos de Moreno Sardà (1998) sobre la persistencia de una *mirada informativa androcéntrica*, restrictiva y anquilosada, que ha expulsado a mujeres y hombres como protagonistas del debate público, y develaron la falta de

sensibilidad de los medios de comunicación para dar cuenta de las transformaciones sociales que han protagonizado las mujeres, especialmente en las últimas décadas. Hay dos constataciones que podríamos, a esta altura de nuestras investigaciones, denominarlas como aportes cardinales para los estudios de la relación entre medios de comunicación, producción de mensajes y representación de protagonistas visibilizados en las noticias:

1. La mayoría de las noticias proporcionadas por los periódicos considerados "serios y de calidad" (como los diarios *ABC*, *El País*, *La Vanguardia* y *El Periódico*, entre otros), en lugar de orientarnos en el mundo en que vivimos y proporcionarnos datos y criterios para valorar los acontecimientos, construyen una información más opaca, más alejada de la realidad, más *deshumanizada*. En este sentido, se pudo constatar que las noticias hablan mayoritariamente de cosas no humanas: instituciones, entidades y corporaciones desde las que se ejerce el poder en distintas esferas. A su vez, los datos abstractos y las estadísticas aparecen, cada vez más, como los protagonistas activos de las noticias. Estas conclusiones nos acercaron a una redefinición de las noticias de actualidad como *la forma deshumanizada de dar cuenta de lo que le pasa a los seres humanos y a su entorno*. Sin embargo, ese conjunto de *cosas que pasan* en la realidad tienen relación con determinados *seres humanos* que son consideradas noticias. Pero, ¿quiénes son y de qué manera son enfocados esos seres humanos?
2. Pudimos concluir que los medios de comunicación manifiestan la persistencia de una *construcción simbólica androcéntrica que está en la base de las explicaciones académicas, profesionales y periodísticas* que aparecen ajenas a los cambios sociales y que no son capaces de explicar la compleja realidad social<sup>45</sup>, al

---

45 Las asimetrías y las distorsiones representacionales estereotipadas y naturalizadas en los medios de comunicación y su influencia ideológica requieren de una crítica sistemática denunciando el discurso mediático constituido como forma hegemónica. Es decir, tomando el discurso mediático como proceso social

mismo tiempo que gozan de credibilidad y validez informativa porque están legitimadas racionalmente por los profesionales y los medios que elaboran las noticias. Una legitimidad que se completa con la aportada por el público lector, tal como lo señala Bueno Abad (1996) cuando afirma que la preferencia por los medios impresos nos “indica que la prensa diaria denota, en nuestro contexto, que este medio cumple todavía una función de status y de diferenciación de rol, ya que se asocia con los intereses masculinos” (p.16). Y esta racionalidad deja afuera de los medios la capacidad de reconocer y valorar como significativas a la diversidad de mujeres que trabajan y cumplen diferentes roles en la sociedad y cuyas actuaciones repercuten sobre el conjunto de la sociedad.

A partir de estas evidencias, en el verano de 2005 comenzamos el diseño de un manual práctico de periodismo titulado: *¿De quién hablan las noticias? Guía para humanizar la información* (Moreno, Rovetto y Buitrago, 2007), en el que ejercitamos y explicamos el Test ADSH para la evaluación de la *Amplitud, Diversidad y Sensibilidad Humana*. Allí desarrollamos una herramienta metodológica destinada tanto a la investigación como a la producción de informaciones, basada en un repertorio de preguntas para evaluar *de quién hablan las noticias* y cómo la prensa de información general da cuenta día a día de las transformaciones y pervivencias sociales y políticas, a través de ejercicios prácticos aplicados a una variada muestra de periódicos españoles.

Las respuestas a cinco preguntas sencillas -*quién enfoca, a quién se enfoca, en qué actuaciones, en qué escenarios y con qué fuentes*- permiten desentrañar cuáles son las rutinas que deshumanizan la información con el propósito de explorar otros enfoques.<sup>46</sup> De esta

---

que logra la amplitud de su consenso a través de su traducción en sentido común. Al respecto, ver las nociones de hegemonía en Gramsci (1986).

<sup>46</sup> Esta propuesta conlleva un análisis crítico del discurso informativo que no se reduce solamente a analizar lo que se *dice*, sino, como señala Nati Abril (1995), también tiene en cuenta aquellos acontecimientos y actuaciones protagonizados

manera, el Test ADSh se convirtió en una herramienta práctica para aplicar en el desarrollo metodológico de la tesis doctoral, centrada en analizar los textos periodísticos y evaluar la representación del trabajo de las mujeres en las informaciones de actualidad, en el contexto de la promulgación de la LOIEMH.

A su vez, nos propusimos aportar datos cuantitativos sobre la presencia de las mujeres trabajadoras en la prensa española en un contexto de transformaciones normativas diseñadas para fortalecer políticas sociales de igualdad de oportunidades (PEIOMH, 2007)<sup>47</sup> entre mujeres y hombres, al mismo tiempo que relevar nuevos datos cualitativos sobre el tratamiento específico que reciben las mujeres como protagonistas activas en las informaciones de actualidad.

## **Delimitación del objeto de estudio. Objetivos e hipótesis de la investigación**

La presencia de las mujeres en la prensa ha sido estudiada, mayoritariamente, contrastándola con la superioridad de la presencia masculina. Sin embargo, el análisis que aquí presentamos se centró en relevar la representación de las mujeres que aparecen nombradas en los textos periodísticos que conforman la muestra seleccionada,<sup>48</sup> dejando de lado el tratamiento que en esos mismos ejemplares

---

por las mujeres que se silencian, que no se publican ni se difunden, se *omiten* o son *condenados al silencio y al ostracismo*, por no responder al denominado *interés periodístico* imperante en las redacciones.

47 En el contexto internacional, el Consejo de Europa, el Parlamento Europeo o la Comisión Europea instan a los Estados miembros a fomentar la participación de las mujeres en los medios de comunicación. Un recorrido más detallado sobre estas recomendaciones y directivas puede encontrarse en el Plan Estratégico de Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres (PEIOMH, 2007).

48 Se analizaron diarios de información general de tirada nacional publicados en los años 2006 y 2007. La muestra seleccionada quedó conformada por 42 ejemplares correspondientes a la cuarta semana de los meses de octubre de 2006, abril y octubre de 2007 de las cabeceras *ABC* y *El País* como exponentes de los *diarios de referencia dominante* más vendidos en el territorio español (Imbert y Vidal Beneyto, 1994).

reciben los hombres y otros protagonistas, y que dan cuenta del omniprotagonismo masculino en el discurso de la prensa diaria.<sup>49</sup>

A su vez, una de las razones por la que se decidió no entrar en comparaciones entre la presencia femenina y la masculina es porque esta última continúa siendo abrumadora: crónicas, reportajes, noticias y fotos son de autoría masculina y los seres nombrados en la prensa son, en su gran mayoría, hombres.

Además, como se apuntó más arriba, si bien en el presente estos estudios tienen una presencia creciente en el ámbito académico, no gozan de una gran difusión en las currículas de estudio ni en los congresos específicos de ciencias de la comunicación, manteniendo un lugar secundario y periférico al que han sido desplazados, históricamente, los estudios feministas en el campo de la educación superior; hecho que ha impedido valorar y reconocer que buena parte de la preocupación contemporánea por estas problemáticas sociales viene de la mano de las aportaciones realizadas, especialmente, a partir de la década de los sesenta, desde la teoría feminista (Sánchez y Reigada, 2007).

En este sentido, no es extraño registrar que una de las contribuciones más relevantes sobre el análisis de la presencia de las mujeres en los medios de comunicación a nivel mundial provenga de un ámbito extra académico. El Proyecto de Monitoreo Global de Medios (GMMP), llevado adelante por la Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC por sus siglas en inglés), es la investigación más extensa y rigurosa que se realiza cada cinco años desde 1995 y mide el impacto en las relaciones de género y la representación de mujeres y hombres en los medios noticiosos del mundo. Cada monitoreo viene

---

49 Entre los estudios llevados a cabo sobre los niveles de representación femenina y masculina en la prensa, además de las investigaciones ya citadas dirigidas por Moreno Sardà, podemos mencionar los estudios realizados por Fagoaga y Secanella (1984), Bueno Abad (1996), Guerra (2000 y 2001) o Gallego (2000), que relevaron y compararon los nombres propios de mujer y de varón que aparecían en la prensa.

poniendo de manifiesto la inequidad y segregación laboral en los medios de comunicación y la representación estereotipada de roles de géneros, afirmando que la realidad es mayoritariamente contada por hombres y también por mujeres que asumen una perspectiva que refuerza los valores dominantes y favorece los estereotipos y prejuicios sexistas.

Con el epígrafe *El género no es un asunto exclusivo de las mujeres*, Gallagher (2001) resume perfectamente la cuestión central que evidencian los informes de GMMP que pretenden fomentar la conciencia tanto de quienes investigan, trabajan con la información, como de quienes la consumen, para democratizar el acceso a la producción y recepción de mensajes mediáticos: “Los ciudadanos deben valorar toda la riqueza de lo masculino y femenino en un mundo que está redefiniendo los roles sociales” (p. 8) [la traducción es propia].<sup>50</sup>

Finalmente, el GMMP aporta periódicamente nuevos datos que señalan que lejos de haber registrado una reducción, el aumento de la violencia y la discriminación contra las mujeres y las niñas en los contenidos, y en particular de la pornografía y la prostitución, se ha multiplicado en las programaciones de los medios tradicionales y de las nuevas tecnologías (WACC, 2005).<sup>51</sup> Así, la responsabilidad

---

50 A su vez, para **esta autora**, los problemas de las mujeres exceden los límites de este grupo social y deben preocupar a todos los ciudadanos: “If you are white, male, a businessman or a politician or a professional or a celebrity, your chances of getting represented will be very high. If you are black, or a woman without social status, or poor, or working class or gay or powerless because you are marginal, you will always have to fight to get heard and seem. This does not mean that no one from the later groups will ever find their way into the media. But it does mean that the structure of access to the media is systematically skewed in relation to certain social categories” (Gallagher, 2001: 29).

51 El tercer GMMP, realizado en 2005, atrajo la participación de 76 países. Fue evidente cierto avance de la presencia de las mujeres en la noticia. En efecto, 21 por ciento de los sujetos de la noticia fueron mujeres. Este tres por ciento de incremento con respecto al periodo previo de cinco años fue estadísticamente significativo. Sin embargo, el hallazgo apabullante fue que las mujeres seguían prácticamente ausentes de la noticia. En la tesis contamos con los resultados del informe GMMP España 2005 para contrastarlos con los datos relevados

de los medios en la reproducción de los prejuicios y prácticas discriminatorias que contra las mujeres prevalecen en la sociedad, continúa siendo una asignatura pendiente. Por último, el GMMP propone profundizar dos tipos de acciones para conseguir una representación mediática más respetuosa de los hombres y de las mujeres. Por un lado, (*monitoring*) seguir controlando y vigilando los mensajes que se emiten y publican y, por otro, (*advocacy*) abogar por iniciativas sociales para lograr estos cambios, cuyos agentes sean los propios ciudadanos (Gallagher, 2001).

Con estos antecedentes, examinamos los textos periodísticos que conformaban nuestro corpus. El principal objetivo consistió en analizar la representación del trabajo de las mujeres. La referencia al trabajo de las mujeres comprende todas las representaciones y simbolizaciones nombradas explícitamente o no, que presentan los titulares, los textos, las imágenes y los gráficos en las informaciones.

Para lograr este objetivo se profundizó en la aplicación del Test ADSh en el análisis crítico del discurso basado en técnicas que combinan planteamientos cuantitativos y cualitativos para la recogida y el análisis de los datos, incorporando variables específicas que nos permitan analizar las actividades por las que son enfocadas las mujeres, con el fin de detectar las repercusiones de la nueva normativa legal sobre igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres en los textos periodísticos analizados. Para ello, se realizó un análisis sistemático y comparativo de dos cabeceras de información general, teniendo en cuenta las pervivencias y los cambios en la representación de los modelos femeninos de trabajo en el contexto de la promulgación de la LOIEMH.

---

en las noticias seleccionadas en nuestro estudio. Mediante la evaluación de siete periódicos de información general, el GMMP establece que en las 218 noticias recogidas se registran 705 personas, de las cuales 153 eran mujeres y 552 hombres. A su vez, respecto a las fuentes consultadas, el informe revela que los medios tomaron como expertos en el 91 por ciento de los casos a los hombres, las mujeres son consultadas como fuentes expertas en el nueve por ciento. Todos los monitoreos -por año y por país- están disponibles en: <http://www.whomakesthenews.org/>

Se partió de considerar que los distintos temas contemplados en la LOIEMH están directamente relacionados con el trabajo femenino y sus características en las sociedades actuales, donde el trabajo condiciona de forma radical la identidad y el estatus de los individuos. Por lo tanto, analizar el reflejo de tal normativa en la prensa de actualidad permitió desenmascarar tanto lo explícito como lo implícito y develar las relaciones que se establecen entre el discurso informativo y el contexto social, superando con ello los enfoques meramente descriptivos.<sup>52</sup>

Para ello se reunieron y sistematizaron los aportes teóricos y las investigaciones que contribuyeron a la elaboración de conocimientos sobre pasado y presente de la representación del trabajo femenino en la prensa escrita. Vale aclarar que la temática se abordó desde distintas perspectivas, tales como la historia contemporánea, la sociología del trabajo y los estudios sobre mujeres y medios de comunicación elaborados en los últimos 30 años, en los cuales se produjeron cambios notables que afectaron las relaciones entre mujeres y hombres.

Los cambios decisivos que se han producido en las sociedades democráticas, especialmente a lo largo del siglo XX -paso del voto restringido de los *pater familiae* al sufragio universal, acceso de las mujeres a los espacios públicos, intensificación de los procesos de globalización económica y comunicativa y la movilidad de diferentes y numerosos colectivos humanos alrededor de la Tierra-, nos obligan no solamente a revisar conceptos, sino también, repensar la manera de ver y explicar la sociedad. Unas sociedades conformadas por

---

52 En relación con los modelos sociales que se presentan en el discurso informativo de la prensa diaria, Verón (2004) señala que en el actual contexto de nuestras sociedades postindustriales mediatizadas, la prensa gráfica representa un ámbito por completo excepcional para el análisis del discurso, una especie de laboratorio para el estudio de las transformaciones socioculturales de los grupos sociales: “un campo propicio para comprobar hipótesis teóricas y poner a prueba instrumentos de descripción, [...] que implica una red de producción de discursos cuya complejidad requiere apelar a un marco conceptual de múltiples niveles, capaz de abordar tal complejidad”. (p. 193)

*ciudadanas plurales*, término que expresa mejor la gran variedad de mujeres y hombres que componen las sociedades actuales, necesitan adecuar las instituciones y el lenguaje a las nuevas realidades.

Si nos detenemos a reflexionar sobre la presencia de las mujeres en las noticias de actualidad, se destaca, fundamentalmente, su ausencia como protagonistas, algo que Tuchman (1978) ha denominado *aniquilación simbólica*.<sup>53</sup> Ciertamente, reflexionar sobre la representación femenina en el discurso periodístico de la información actual nos permitía considerar que la posición social, las expectativas y las valoraciones en torno a las mujeres, podría repercutir en la propia percepción de sí mismas que los medios contribuyen a formar.<sup>54</sup>

En este sentido, la hipótesis fundamental de la tesis partió de considerar que los diarios de información general no dan cuenta de los cambios y las transformaciones sociales que se producen en la realidad social, entre los cuales destacamos la incorporación de una gran cantidad de mujeres al mercado laboral en los últimos treinta años en España.

A su vez, elaboramos una segunda hipótesis basada en el supuesto de que el *principio de presencia o composición equilibrada* con el que la normativa orgánica de la LOIEMH trata de asegurar *una representación suficientemente significativa de mujeres y hombres en todos los ámbitos de la vida social* (LOIEMH, 2007: 9), debía haber

53 Desde el paradigma funcionalista, el autor hace referencia a la construcción de la noticia revelando que la representación de las mujeres en los medios de comunicación es desproporcionadamente inferior a su presencia en el mundo laboral y cultural. A este fenómeno lo denomina *symbolic annihilation* (que traducimos como *aniquilación simbólica*) de las mujeres, ya que ni su historia ni su actividad presente son objeto central de las noticias.

54 Aquí nos interesa analizar, particularmente, las construcciones discursivas que refuerzan percepciones en torno a las expectativas y funciones sociales de las mujeres en relación a la división *sexual* del trabajo (Pateman, 1995). La distribución del trabajo según el sexo consiste en la diferenciación sobre las actividades y espacios para unas y otros, adjudicando a las mujeres desarrollar la actividad en el ámbito doméstico considerado como reproductivo y a los hombres en el ámbito público considerando como productivo.

incidido en la redacciones periodísticas, incorporando estos enfoques en los contenidos de la agenda de información así como en el reparto de tareas de producción de los diarios analizados.

Esta segunda hipótesis contempló que la regularidad del cumplimiento de la ley en un espacio social determinado implica un tiempo normativo en que la misma “debería” aplicarse y otro, de más larga duración, en el cual su impacto puede ser realmente constatado, o no, en los distintos ámbitos sociales (aquí, la prensa diaria es entendida como un ámbito particular de producción y representación discursiva). Este tiempo, a su vez, está condicionado por las aperturas y resistencias que los distintos ámbitos de la sociedad apliquen a la ley promulgada.<sup>55</sup>

## **Resultados de la investigación**

Como ya se señaló, para evaluar la representación del trabajo de las mujeres en la prensa española en el contexto de la promulgación de la LOIEMH, articulamos aportes provenientes del análisis crítico del discurso y de los estudios feministas y realizamos un abordaje empírico basado en la aplicación de la herramienta Test ADSh que, por su ductilidad metodológica, se adecuó a las variables propuestas para obtener datos cuantitativos y cualitativos sobre el discurso informativo estudiado.

Relevamos todas las informaciones en cuyos titulares se hace referencia a la/s mujer/es en 42 ejemplares de los diarios *ABC* y *El País* durante la cuarta semana de los meses de octubre de 2006,

---

<sup>55</sup> En consonancia con esta segunda hipótesis se tomó decisiva la delimitación del período seleccionado en la muestra de ejemplares de los diarios *ABC* y *El País* analizados que se relevaron antes, durante y después de la promulgación de la LOIEMH. De esta manera, el último período analizado corresponde al mes de octubre de 2007 (siete meses después de la promulgación de la ley) en el cual el tiempo social de la repercusión de la LOIEMH ya debería estar dando muestras de su aplicación efectiva. Esta suposición también se fundamenta en el carácter global de la ley y la escala nacional de las cabeceras elegidas.

abril y octubre de 2007. En total, trabajamos con 45 variables que aplicamos a 393 unidades de análisis (en adelante, UA), distribuidas entre los diarios *ABC* y *El País*.

Las 393 UA fueron seleccionadas de un total de 6.770 noticias publicadas en los ejemplares que componen la muestra. Este primer dato nos permite apreciar que las informaciones que hacen referencia explícita a mujeres en los titulares equivale al 5,8 por ciento del total de noticias publicadas en los ejemplares de *ABC* y *El País*: 209 UA corresponden a la cabecera *ABC* (3,1 por ciento del total de noticias publicadas) y 184 UA corresponden a la cabecera de *El País* (2,7 por ciento del total de noticias publicadas). Todas las UA ocupan el 3,8 por ciento del total de superficie impresa: si bien los ejemplares de *ABC* presentan un mayor número de informaciones protagonizadas por mujeres, los ejemplares de *El País* son los que más superficie impresa les otorgan a dichas informaciones.

Si tomamos estos datos para medir el nivel de visibilidad de las mujeres en las publicaciones analizadas, podemos advertir que sus referencias como protagonistas de los titulares es significativamente escasa. Ciertamente, constatamos que el bajo nivel de visibilidad del trabajo de las mujeres en la prensa no se corresponde con una realidad social que se ha transformado incesantemente en los últimos años, y que *los diarios analizados no han sido permeables a los cambios sociales y a las modificaciones normativas más recientes que afectan a la equidad entre mujeres y hombres*. En definitiva, la significativa ausencia de noticias protagonizadas por mujeres refuerza una construcción discursiva que opaca y oculta su participación en un contexto normativo igualitarista.

Por otra parte, del análisis se desprende que los ejemplares enfocan un importante número de colectivos de mujeres. Entre los colectivos de protagonistas enfocados por los ejemplares de *ABC* se destacan muy pocas mujeres valoradas positivamente: las *empresarias españolas* que “están ganando terreno en el mundo de

los negocios” o las *mujeres políticas* que “por primera vez asumen cargos de mando en el Ministerio de Defensa, un escenario político-militar, tradicionalmente ocupado por hombres”. Por el contrario, la mayoría de los colectivos de mujeres registrados en ABC reciben un tratamiento valorado negativamente: las *víctimas de la clínica Corporación Dermoestética*, las *cifras de mujeres asesinadas a manos de sus parejas o ex parejas*, las *mujeres víctimas de ETA* o las *trabajadoras desocupadas* que elevan el índice de desempleo femenino.

Si bien en los ejemplares del diario *El País* se registran *colectivos de asociaciones feministas, artistas africanas, empresarias chinas y españolas exitosas o trabajadoras desocupadas y amas de casa*, valoradas positivamente, llama la atención la victimización que hace este matutino de colectivos de *mujeres inmigrantes en España* ya que, por un lado, enfoca a las *empresarias chinas* que se instalan exitosamente en Cataluña, y por otro, alude a los problemas de las *jornaleras rumanas* durante la cosecha de la fresa en el sur del país que son traídas por “mafias organizadas”, al igual que las *niñas marroquíes* “vendidas para casarlas en matrimonios pactados en Cataluña”.

El tratamiento que reciben algunos colectivos de mujeres nos permite afirmar que la manera de presentar el fenómeno de la inmigración asocia a las trabajadoras con la ilegalidad, los trabajos mal remunerados, la explotación y la violencia, promoviendo una visión distorsionada de la integración de mujeres extranjeras en la vida laboral española, reforzando un estereotipo de las mujeres sumisas de culturas atrasadas, “ilegales” en el país receptor y víctimas de abusos por parte de sus connacionales.

Finalmente, las referencias a colectivos de inmigrantes registradas en ambas cabeceras nos hacen reflexionar acerca de la falta de un debate profundo sobre la situación de estas mujeres en el ámbito laboral: la precariedad que soportan, la existencia de una

economía sumergida, la falta de servicios sociales específicos o la sistemática discriminación que padecen en el país de acogida, del que los periódicos no participan si no, por el contrario, contribuyen a estigmatizar, representando sus más oscuras facetas.

Por otra parte, al analizar las protagonistas que se presentan individualmente vemos que ambas cabeceras comparten un enfoque y un tratamiento androcéntrico, que privilegia a mujeres de las clases dominantes vinculadas al ejercicio del poder político y económico. Esto queda demostrado por el predominio de informaciones protagonizadas por mujeres vinculadas al mundo de la política y el espectáculo.

Pero a su vez, estas noticias aluden a acontecimientos ligados a conflictos o situaciones de vulnerabilidad y vinculados a la vida privada en un 28 por ciento. En ambas cabeceras se recurre a enfocar tres tipos de situaciones: conflictos sentimentales o legales, accidentes y enfermedades y relaciones interpersonales con familiares o parejas sentimentales. Estas referencias discursivas apelan a un concepto tradicional de familia donde los nacimientos, las celebraciones y los casamientos tienen un lugar importante, reforzando la representación de los rituales básicos de la vida. Tales designaciones, lejos de mostrar agrupamientos diversos y representar la amplitud de los valores igualitarios que propugna la LOIEMH, refuerzan ciertos estereotipos sociales vinculados a la *división sexual* del trabajo que asigna a las mujeres roles reproductivos, relacionados con la familia y la esfera privada.

Los escenarios en los que son enfocadas las protagonistas, en ambas publicaciones hacen visibles otras diferencias de tratamiento y enfoque. En algunos casos estas son enfocadas porque son reconocidas por su trabajo en los escenarios públicos (Penélope Cruz, Rosa Novell, Txell Miras, Ángela Merkel, etc.). En otros casos, son enfocadas por acciones que realizan en espacios privados y que afectan a su entorno íntimo y relaciones interpersonales (la princesa

Letizia, Kate Moss, Madonna, Simone de Beauvoir); y en algunos otros casos, son enfocadas directamente en espacios marginales, presentadas como víctimas de sus circunstancias y del contexto, sin capacidad de acción o decisión (inmigrantes jornaleras, desocupadas, una prostituta).

En ambas publicaciones, los autores hombres superan a las autoras mujeres. Estos datos nos permiten deducir que, a pesar de la creciente incorporación de mujeres periodistas en el sector, la mayoría de las informaciones seleccionadas es elaborada por hombres. Esta proporción se amplía cuando analizamos las autorías de las imágenes, tanto en los ejemplares del diario *ABC* como en los de *El País*, las autorías femeninas de las imágenes son notablemente inferiores a las masculinas.

Finalmente, el análisis minucioso del tercer período seleccionado, que corresponde al mes de octubre de 2007 (siete meses después de la promulgación de la LOIEMH) nos permitió corroborar la hipótesis de que la regularidad del cumplimiento de una ley en el espacio social requiere un tiempo normativo en el cual su impacto puede ser realmente constatado. De ahí que, en octubre de 2007, hayamos registrado al menos dos informaciones publicadas por *El País* que hacen referencia explícita a las preocupaciones actuales por lograr la equidad laboral y fortalecer la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres: una alude a que las empresarias “se reunieron para debatir sobre el ‘techo de cristal’ que dificulta a las mujeres alcanzar puestos de responsabilidad en el campo profesional”; la otra, a que “las amas de casa le están ahorrando dinero al Estado en guarderías [...] fregar, planchar, ir a la compra, cuidar a los hijos, en resumen, el trabajo doméstico y familiar recae todo sobre las mujeres”.

Si bien estas últimas informaciones incorporan parte de los debates actuales sobre la equidad laboral contemplados en la LOIEMH, el escaso volumen que representan en el conjunto de la muestra

analizada nos permite afirmar que, a pesar de los cambios producidos en la realidad del trabajo de las mujeres, los diarios analizados persisten en ofrecer una imagen reduccionista y parcial de la realidad social que refuerza el *orden androcéntrico* del discurso periodístico.

A su vez, se constata que en los textos periodísticos analizados se da una ausencia casi total de referencias a la necesidad de generar un debate social sobre la situación del empleo de las mujeres: la precariedad, la conciliación, la doble jornada de trabajo y la igualdad de oportunidades, que incluya a diferentes protagonistas individuales y colectivos y a las propias involucradas (mujeres de diversas edades, condiciones y status sociales, procedencias geográficas y pertenencias culturales).

En este sentido, los resultados de nuestro estudio nos permiten afirmar que, a pesar de contar con los instrumentos legales para revertir o al menos modificar esta situación, el discurso informativo no manifiesta una representación equitativa y un acceso igualitario de todos los miembros de la sociedad. De ahí que planteemos la necesidad de reconocer y visibilizar en los medios de comunicación las propuestas de igualdad de oportunidades expresadas en las políticas públicas destinadas a conseguir una verdadera equidad social, material y simbólica, que vaya más allá de los postulados normativos y acorte la brecha existente entre la igualdad formal y la igualdad real en todos los ámbitos de la vida social, económica, cultural y política.

## **Proyecciones de la investigación**

Una vez finalizada la tesis doctoral, y residiendo nuevamente en Argentina, radiqué un nuevo proyecto de investigación financiado por Conicet en la Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales de la UNR. Esta vez, la investigación se centró en el análisis comparado de la representación del trabajo de las mujeres en los principales periódicos de España y Argentina, continuando con

la evaluación del enfoque y tratamiento mediático de las principales transformaciones sociales protagonizadas por las mujeres en la actualidad.

El análisis se amplió a los contenidos de los periódicos en sus versiones *online*, considerando que Internet se presenta como un instrumento que puede hacer visibles las voces de los distintos protagonistas.<sup>56</sup> Se partió de la hipótesis según la cual el discurso informativo en la prensa *online* parece comportarse de manera menos rígida que en su versión impresa y, por lo tanto, puede ser más permeable a representar nuevos asuntos de interés periodístico y a incorporar mayor diversidad de protagonistas y fuentes, lo que podría incidir directamente en un aumento de la presencia del colectivo de mujeres en el discurso periodístico *online*.

Sin embargo, los datos obtenidos en esta segunda etapa de investigación muestran similitudes entre los textos periodísticos impresos y digitales analizados en ambos países, que no han sido permeables a los cambios sociales y a las modificaciones normativas más recientes que afectan a la equidad entre mujeres y hombres, salvo algunas excepciones. Por otra parte, en este trabajo pudimos observar que el acceso al discurso informativo en sus nuevas versiones digitales permanece todavía vedado al conjunto amplio y diverso las mujeres, como protagonistas y productoras de las noticias.

Finalmente, concluimos que los diarios analizados persisten en ofrecer una imagen reduccionista y parcial de la realidad compartida diariamente por toda la comunidad, trazando directa o indirectamente

---

56 Ciertamente, Internet aparece como una metáfora que condensa la relación entre las transformaciones sociales y las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, además, "constituye el nuevo ágora virtual en el que elaborar y debatir otras explicaciones del pasado y el presente plural y diverso de la sociedad red, atendiendo no solo a los centros de poder, sino también a cualquier otro nudo (nodo) que ocupa posiciones consideradas periféricas y marginales; es un foro social en el que se pueden intercomunicar las diversas mujeres y hombres en un debate global, desde cualquier lugar" (Moreno, 2008: 25).

pautas culturales que, generalmente, desplazan, excluyen o marginan a la mayoría de la población que no se encuentra en los centros de poder.

A partir de los resultados obtenidos en las investigaciones precedentes y del diagnóstico que pudimos elaborar sobre el mensaje periodístico, surge la inquietud por el análisis de las rutinas de trabajo periodísticas, atendiendo a los procesos de construcción de las informaciones propios de los medios locales. En la actualidad, hemos pasado de la investigación centrada en el análisis del discurso informativo, comparando la representación del trabajo y con las transformaciones sociales protagonizadas por las mujeres en los principales periódicos de actualidad de España y Argentina, al *análisis de las rutinas de trabajo periodísticas, atendiendo a los procesos de construcción de las informaciones propios de los medios locales*.

Para llevar adelante esta etapa de la investigación hemos centrado el análisis en un repertorio de medios gráficos y audiovisuales ubicados en la provincia de Santa Fe, en cuyo territorio están teniendo lugar las primeras discusiones encaminadas a desarrollar un Plan de Igualdad de Oportunidades y Derechos de carácter provincial.<sup>57</sup>

El debate sobre la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres se ve claramente reflejado en las novedades producidas en la legislación nacional: la Ley 26.485 de Protección Integral para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra las Mujeres en los Ámbitos en que Desarrollen sus Relaciones Interpersonales, promulgada en abril de 2009, y la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual, promulgada en octubre del mismo año.<sup>58</sup>

---

57 En la actualidad, Santa Fe es la primera jurisdicción subnacional que está desarrollando un Plan de Igualdad de Oportunidades y Derechos desde el Estado con participación de las organizaciones sociales.

58 En el articulado de ambas leyes nacionales se expresa la mutua correspondencia respecto a la regulación de los contenidos mediáticos y su relación con las mujeres. En la Ley 26.485 se destaca el Artículo 6º, apartado f), que hace referencia a la "Violencia mediática contra las mujeres: aquella publicación o difusión de mensajes e imágenes estereotipados a través de cualquier medio

En este marco, podemos considerar que la presencia actual de estos debates en el ámbito jurídico, pero también, político y mediático, refleja, en parte, los escasos e insuficientes avances producidos en el país sobre estas reivindicaciones sostenidas por los colectivos de mujeres y también por otros sectores históricamente marginados, y se inscribe en las demandas sobre el pleno ejercicio de los derechos en la actual sociedad democrática.

De ahí que, en este período de trabajo, focalicemos la investigación en la evaluación de las rutinas de trabajo de mujeres y hombres en los medios de comunicación y en el análisis de las repercusiones normativas en los escenarios donde se construye el relato periodístico, en función del servicio público y la responsabilidad social sobre la representación de los principios de igualdad y equidad entre mujeres y hombres a la que los medios están obligados. Es decir que en este trabajo se analiza, simultáneamente, tanto la producción informativa de medios gráficos y audiovisuales como el proceso productivo mismo y en las interacciones laborales cotidianas en los medios de comunicación. En esta línea, el concepto de *cultura periodística*, entendida como la ideología, valores, normas y prácticas específicas que comparten los periodistas para significar y resignificar acciones y contenidos en constante negociación, ha abierto un nuevo ámbito de exploración (Gallego, 2002: 28).

---

masivo de comunicación, que de manera directa o indirecta promueva la explotación de mujeres o sus imágenes, injurie, difame, discrimine, deshonre, humille o atente contra la dignidad de las mujeres, (...) o construya patrones socioculturales reproductores de la desigualdad o generadores de violencia contra las mujeres". Por su parte, la ley 26.522 propone desde sus artículos 1º y 3º, "mejorar la capacidad de las mujeres para utilizar los medios informativos y la comunicación, con el fin de desarrollar en mujeres y niñas la capacidad de comprender y elaborar contenido TIC"; y "Promover una imagen equilibrada y variada de las mujeres y los hombres en los medios de comunicación" (...) "y el tratamiento plural igualitario y no estereotipado, evitando toda discriminación por género u orientación sexual". Todas estas premisas legales se apoyan en los objetivos de desarrollo de la Declaración del Milenio que el país suscribe, acordados en la Declaración y el Plan de Aplicación de Johannesburgo (2002) y en el Consenso de Monterrey (2008), y otros resultados de las Cumbres pertinentes de las Naciones Unidas (1995, 2000, 2005).

Ciertamente, si los medios son agentes de socialización de primer orden en la sociedad, si ofrecen los elementos a partir de los cuales percibimos la realidad y formamos nuestra opinión, es fundamental conocer cómo se elaboran los mensajes.

De esta definición se desprende la delimitación del objeto de estudio sometido a análisis: las prácticas de producción periodística teniendo en cuenta la distribución de poder, en relación a los condicionantes de género y sexo. En el estudio de este objeto intervienen diferentes dimensiones que conforman los indicadores del proceso: la desigualdad de retribuciones, el acceso y promoción profesional -techo de cristal-, la especialización por áreas de trabajo, las políticas de conciliación laboral, las prácticas de acoso laboral, el tratamiento de temáticas específicas (derechos sexuales y reproductivos, violencia de género, identidad sexual y de género; prostitución y trata), la agenda de género, y la incidencia de la normativa legal sobre igualdad de oportunidades en la organización periodística, entre otras.

La organización del trabajo periodístico y la producción de mensajes mediáticos necesitan ser revisitados a partir de reconocer que en ellos participan de maneras diferenciadas mujeres y hombres, puesto que sus roles sociales no han sido ni son los mismos frente a temas como la violencia de género, la carencia del reconocimiento de los derechos reproductivos, la emergencia de la diversidad sexual, la visibilización del trabajo doméstico, entre otros. En este sentido, consideramos que la profesión periodística debe hacer frente a retos a los que está obligada por su condición de intermediaria de ese flujo constante de ideas, acontecimientos, opiniones, formas de ser y estar para poder elaborar piezas y relatos más acordes con las exigencias sociales presentes en el siglo XXI.

Es por esto que las motivaciones con las que abordamos actualmente la investigación apuntan también a generar prácticas de visibilización del trabajo de las mujeres en los medios de comunicación, que nos permitan encontrar posibles soluciones colectivas para hacer

informaciones significativas, diversas, plurales e inclusivas, que enfoquen los cambios protagonizados por las mujeres y legitimen su participación aún en los escenarios de poder.

## Referencia

- Bueno Abad, J. (dir.) (1996). *Estudio longitudinal de la presencia de la mujer en los medios de comunicación de prensa escrita*, Valencia: Nau llibres.
- Fagoaga, C. y Secanella, P. (1984). *Umbrals de presencia de la mujer en la prensa española*, Madrid: Instituto de la Mujer.
- Fagoaga, C. (1996). *Imágenes sociales de las mujeres. Análisis de representaciones*, Madrid: Dirección General de la Mujer de la Comunidad Autónoma de Madrid.
- Fagoaga C. (2001). "Noticias puntuadas, noticias sexuadas", en Muñoz, B. (coord.), *Medios de comunicación, mujeres y cambio cultura*, Madrid: Dirección Gral. de la Mujer de la Comunidad Autónoma de Madrid, pp. 31-46.
- Fuentes Navarro, R. (1999). "La investigación de la comunicación en América Latina. Condiciones y perspectivas para el siglo XXI", en *Diálogos de la comunicación* N° 56, Santiago de Cali: **Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social**, pp. 54-67.
- Gallego, J. (2000). *Mujeres de papel. De ¡Hola! a Vogue: la prensa feminista en la actualidad*, Barcelona: Icaria.
- Gallego, J. (coord.) (2002). *La prensa por dentro: producción informativa y transmisión de estereotipos de género*, Barcelona: Los libros de la frontera.
- Gramsci, Antonio (1986). *El materialismo histórico y la filosofía de Benedetto Croce*, México: Juan Pablo Editores.
- Guerra, M. J. (2000). "Género: debates feministas en torno a una categoría", en *Arenal: Revista de Historia de las Mujeres*, Vol. 7, Granada: Universidad de Granada e Instituto Andaluz de la Mujer, pp. 207-230.
- Guerra, M. J. (2001). "Propuestas pragmáticas. Sobre respeto moral y democracia comunicativa", en *Revista de Filosofía*, N° 9, La Laguna: Universidad de La Laguna, pp. 87-98.

- Hall, S. (1981). "La cultura, los medios de comunicación y el «efecto ideológico»", en Curran, J. y otros (comp.) *Sociedad y comunicación de masas*, México: Fondo de Cultura Económica, pp. 357-393.
- Imbert, G. y Vidal Beneyto, J. (1986). *El País o la referencia dominante*, Madrid: Mitre.
- Instituto de la Mujer (2008). *Las mujeres en cifras. 25 años. 1983-2008*, Madrid: Instituto de la Mujer.
- Loiemh (2007) España. Ley orgánica 3/2007, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, de 22 de marzo. *Boletín Oficial del Estado*, 23 de marzo de 2007, núm. 71, pp. 12611-12645. Disponible en: [http://www.csd.mec.es/csd/sociedad/deporte-y-mujer/ley\\_igualdad1.pdf](http://www.csd.mec.es/csd/sociedad/deporte-y-mujer/ley_igualdad1.pdf). Recuperado el 05/06/2012.
- McLuhan, M. (1973). *Caliente & frío*, Buenos Aires: Editorial Sudamericana.
- Moreno Sardà, A. (1998). *La mirada informativa*, Barcelona: Bosch.
- Moreno Sardà, A. (2008). *De que hablamos cuando hablamos del hombre: Treinta años de crítica y alternativas al pensamiento androcéntrico*, Barcelona: Icaria.
- Moreno Sardà, A.; Lopez M.; Abril, N.; Alonso, I. (2004). *La representación de las relaciones entre mujeres y hombres y del recambio generacional en la prensa, de 1974 a 2004*, Bellaterra: Departament de Periodisme, UAB
- Moreno Sardà, A.; Rovetto, F. y Buitrago, A. (2007). *¿De quién hablan las noticias? Guía para humanizar la información*, Barcelona: Icaria
- Pateman, C. (1995). *El contrato sexual*, Barcelona: Anthropos.
- Peiomh (2007). España. Plan Estratégico de Igualdad Oportunidades entre mujeres y hombres 2008-2011, *Boletín Oficial del Estado*, 1 de noviembre de 2007, núm. 262, pp. 44624 a 44626. Disponible en: <http://www.boe.es/boe/dias/2007/11/01/pdfs/A44624-44626.pdf>. Recuperado el 05/06/2012.
- Rovetto, F. (2010). *La representación del trabajo de las mujeres en la prensa: Análisis comparativo y cualitativo de la información de actualidad*. Tesis doctoral, Bellaterra: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Sanchez Leyva, M. y Reigada Olaizola, A. (coord.) (2007). "Revisitar la comunicación desde la crítica feminista. Notas introductorias", en *Crítica feminista y comunicación*, Sevilla: Comunicación Social, pp. 7-28.

Segato, R. (2012). "Segato Rita: El Estado no totaliza la realidad", entrevista realizada a la autora y publicada en *Comunicar Igualdad*. Disponible en <http://www.comunicarigualdad.com.ar/rita-segato-el-estado-no-totaliza-la-realidad>. Recuperado el 19/08/2009.

Simelio Solà, N. (2006). "Prensa de información general durante la transición política (1974-1984): pervivencias y cambios en la representación de las relaciones sociales". Tesis doctoral, Bellaterra: Universidad Autónoma de Barcelona.

Tuchman, G. (1978). *Making News*, Nueva York: The Free Press.

Vargas, S. (2006). "Los dominicales durante los últimos 30 años (1974-2004): consolidación y desarrollo de la sociedad de consumo en España". Tesis doctoral, Bellaterra: Universidad Autónoma de Barcelona.

Verón, E. (2004). *Fragmentos de un tejido*, Barcelona: Gedisa.

WACC (2005). *Proyecto de Monitoreo Global de Medios 2005*, Toronto: Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana.