

ELS ESTUDIS SOBRE GÈNERE I COMUNICACIÓ: UNA ESPECIALITAT EN AUGE

Joana Gallego

Departament de Periodisme
i de Ciències de la Comunicació
(Universitat Autònoma de Barcelona)

La recerca sobre gènere i comunicació va camí de consolidar-se com un camp d'investigació específic en la majoria de països del món. En aquest capítol s'analitza l'evolució d'aquest àmbit d'estudi i es descriuen les línies d'investigació que més treballs han aportat. El text destaca, però, que encara falta una definició més precisa de l'objecte d'estudi i un augment de la interrelació entre les diverses aportacions per progressar en el coneixement. Alhora, la investigació sobre gènere i comunicació ha d'arrelar-se més al món científic i acadèmic i avançar al marge de les polítiques d'igualtat de les administracions.

*L'àmbit d'estudi
sobre gènere
i comunicació
comença a ser
tingut en compte
com a camp específic
en la major part
dels països del món*

*Abans que aquest
àmbit tingués la seva
pròpia entitat, les
aportacions havien
estat producte
d'esforços individuals
d'estudiosos
—o, majoritàriament,
estudioses—, moguts
per inquietuds
personals*

1. Introducció: antecedents i condicionaments dels estudis sobre gènere i comunicació

L'àmbit d'estudi sobre gènere i comunicació configura un ampli terreny d'investigació que, tot i que no està totalment consolidat en el món acadèmic, comença a ser tingut en compte com a camp específic en la major part dels països del món. Fins fa poc, i més tant a Catalunya com a Espanya, aquesta mena d'estudis es limitaven als interessos particulars d'algunes investigadores fortament sensibilitzades per la situació de les dones en la societat.

Cal dir, també, que aquest àmbit d'estudi, inclòs habitualment sota l'epígraf de "Dona i mitjans de comunicació", ha estat un tema molt llaminer per a moltes i molt variades reflexions, no sempre amb prou qualitat científica i acadèmica. Aquesta popularitat i aparent accessibilitat del tema ha fet que proliferessin aportacions qüestionables, moltes d'elles formulades per persones no expertes (periodistes, grups, associacions, polítics, etc.), plantejades simplement com una crítica ideològica a l'ús que els mitjans de comunicació han fet de les dones.

Un aspecte que ha propiciat aquest abordatge superficial ha estat l'impacte social que tenen els mitjans de comunicació i les molt estereotipades imatges que se solen presentar de les dones. Es fa difícil sostreure's a les ganes de donar la pròpia opinió davant d'un tractament tan cridaner. Tampoc no es pot oblidar que aquest tema ha estat originalment propiciat més per qüestions polítiques que per interessos científics i acadèmics. I que ha estat aquesta condició de tema prioritari per a l'acció política i social la que ha motivat la reflexió teòrica, i no a l'inrevés.

Efectivament, el Decenni de la Dona (1975-1985), impulsat per la Unesco, va propiciar l'elaboració de diversos estudis (Gallagher, 1981 i 1986) que posaven l'accent en la importància que per a l'avenç social de les dones tenia tot el que es referís a la comunicació.

Per la seva banda, la Unió Europea, en els quatre programes d'Acció per la Igualtat que ha posat en marxa fins a l'any 2000, sempre ha inclòs un apartat específic que ha considerat el món de la comunicació com un sector clau per al canvi social, en allò que es refereix a la imatge i la representació de les dones en els mitjans de comunicació. Aquesta política ha impregnat i travessat de manera vertical els diferents àmbits polítics i institucionals: així, a Espanya i a Catalunya, els diferents plans per a la Igualtat encetats sota els auspicis de la Unió Europea van incloure el camp dels mitjans de comunicació com un sector fonamental per a l'estudi i l'acció. Entre aquestes mesures, s'hi trobaven sovint subvencions per a realitzar estudis, jornades, debats, seminaris, etc.

És en aquest context, en el qual ha dominat el vessant polític i social del tema, on cal situar, tant a Europa com a Espanya i a Catalunya, l'eclosió i l'interès per l'estudi sobre gènere i comunicació.

Abans que aquest àmbit tingués la seva pròpia entitat —o més ben dit, abans que estigués en camí d'assolir-la— les aportacions havien estat, com ja hem dit, producte d'esforços individuals d'estudiosos —o, majoritàriament, estudioses— que havien triat aquest camp per a les seves investigacions, moguts per inquietuds personals (Roig Castellanos, 1977 i 1982; Perinat i Marrades, 1980; Fagoaga i Secanella, 1984;

Segura i Selva, 1984; Balaguer, 1985; Moreno, 1988; Gallego, 1990), però que van ser aportacions isolades, moltes vegades fetes sense cap mena de suport econòmic i sense continuïtat en el temps ni en la línia d'investigació encetada.

2. Cap a la consolidació d'un camp interdisciplinari específic

Aquestes aportacions individuals han estat, sens dubte, molt valuoses, però han resultat insuficients per a configurar un àmbit disciplinari amb una aportació teòrica regular i continuada. Amb freqüència, les persones que van escometre les primeres investigacions van deixar de treballar sobre el tema, bé perquè amb una investigació havien donat per satisfet el seu interès, bé per la manca de recursos, bé per la impossibilitat de mantenir una producció regular en un camp disciplinari on tan escasses possibilitats de producció i discussió pública hi ha (inexistència de contacte entre investigadors, absència de publicacions periòdiques especialitzades, manca de suport econòmic, dificultats per a fer públics els resultats, etc.). Més enllà de l'interès polític pel tema, per aconseguir un camp específic d'investigació sobre gènere i comunicació cal la creació d'un teixit estable d'investigadores i investigadors que mantinguin una producció regular, que comparteixin els seus interessos en trobades periòdiques, que puguin publicar i llegir les aportacions dels altres i posar en comú els guanys i avenços que en aquest camp es vagin produint.

Tot i que aquest camp específic encara no ha quallat a Catalunya, podem dir que en un context europeu i en molts països occidentals es treballa amb molta seriositat en aquest sentit i ja es comença a perfilar un camp d'estudi que contempli la producció estable i la publicació regular de treballs d'investigació sota el títol de "Gènere i comunicació". L'existència d'un interès que es va estenent entre els diferents membres dels departaments de Comunicació i Ciències Socials d'universitats de tot el món, així com l'existència d'un grapat de revistes i publicacions especialitzades, fan preveure que aquest tema esdevindrà un àmbit d'estudi cada vegada més seleccionat pels investigadors des de perspectives multidisciplinàries (dret, ciència política, història, economia, sociologia, antropologia, etc.).

En aquest sentit, crec que ha estat una troballa impagable el concepte de *gènere*, que, des que es va formular per primera vegada per diferenciar el sexe biològic de la construcció social (Rubin, 1975), ha anat substituint l'antiga denominació sota la qual s'aixoplugaven aquesta mena d'estudis. El fet d'estudiar la realitat social des de la problemàtica d'un sol sexe, com es feia habitualment quan aquests estudis s'inclouïen sota l'epígraf "Dones i ...", donava com a resultat la no implicació dels homes, com si el tema només les afectés a elles. La inclusió del concepte *gènere* elimina la consideració sexista de l'àmbit, segons la qual molts investigadors podien no sentir-se al·ludits ni inclinats a estudiar aquells aspectes que, aparentment, només afectaven les dones. El concepte *gènere* elimina l'exclusió d'un sexe en el problema a estudiar, diferencia el sexe biològic de l'aprenentatge del rol sexual i introdueix la perspectiva de la *relació entre tots dos*. "El concepte de *gènere* fa

Per aconseguir un camp específic d'investigació sobre gènere i comunicació cal un teixit estable d'investigadores i investigadors que mantinguin una producció regular

La inclusió del concepte gènere elimina la consideració sexista de l'àmbit, segons la qual molts investigadors podien no sentir-se al·ludits ni inclinats a estudiar aquells aspectes que, aparentment, només afectaven les dones

La introducció del sistema sexe/gènere, que contempla la relació establerta entre tots dos sexes, fa que el paper i la situació social dels homes també formin part del problema

Tan artificial i problemàtic és assumir la identitat masculina com la identitat femenina, i aquest instrument conceptual que és el mot gènere ens facilita la tasca per analitzar i comprendre la naturalesa i l'evolució d'aquest procés

possible conceptualitzar els aspectes estructurals de la desigualtat social de les dones, fet pel qual la dona o allò *femení* deixen de ser fets aïllats per passar a ser concebuts com a aspectes d'una relació amb l'home o allò *masculí*" (Izquierdo, 1998). Però és que, a més, la introducció del concepte *gènere* produeix un altre efecte: també incorpora la crítica al paper suposadament immutable atribuït a l'home. Posa en qüestió i critica el raser, el cànon masculí pel qual el paper canviant –i problemàtic– era el de les dones, mentre que el paper o funció dels homes restava, la majoria de les vegades, indiscutible. Si allò que entenem per *femení* és una construcció social, també ho és allò que creiem *masculí*. Si formulant els estudis des del punt de vista de la situació de les dones a la societat els homes es quedaven fora del problema, la introducció del sistema sexe/gènere, que contempla la relació establerta entre tots dos sexes, fa que el paper i la situació social dels homes també formin part del problema. Podem afegir, parafrasejant Simone de Beauvoir, que no es neix home; s'arriba a ser-ho. No es tracta d'acceptar que abans de l'existència del concepte *gènere* no es pogués formular una crítica sobre el domini d'un sexe sobre l'altre: ja s'han fet nombroses crítiques al patriarcat, començant per la mateixa Simone de Beauvoir, i a l'androcentrisme, més recentment; el que ha fet la introducció del concepte *gènere* ha estat facilitar i posar en evidència tot el que hi ha de construcció social en l'adquisició de les identitats sexuals, i que és compartit per tots dos sexes. Tan artificial i problemàtic és assumir la identitat masculina com la identitat femenina, i aquest instrument conceptual que és el mot *gènere* ens facilita la tasca per analitzar i comprendre la naturalesa i l'evolució d'aquest procés, que inclou l'assumpció problemàtica tant de la masculinitat com de la feminitat. Altres ramificacions dels estudis sobre el gènere podrien ser els anomenats *Queer Studies*, centrats en l'estudi de la varietat d'identitats sexuals (homosexualitat, bisexualitat, lesbianisme, transexualitat, etc.). En la meua opinió, el concepte *gènere* és prou ampli per permetre l'abordatge de les identitats sexuals en les seves diferents manifestacions.

No entraré aquí a aprofundir en aquest concepte, ja que no és l'objecte d'aquest capítol i, a més, ja hi ha nombroses aportacions que tracten d'aquesta qüestió (Izquierdo, 1998; Lagarde, 1996). Afegiré que, encara que només sigui perquè la introducció del concepte *gènere* elimina els prejudicis dels investigadors respecte a aquest camp disciplinari d'estudi, ja em sembla un avenç prou important. Un altre efecte comprovat és que en algunes universitats on s'imparteixen assignatures o cursos sota el títol de *Gender Studies* el nombre d'alumnes de sexe masculí ha crescut.

3. Els temes recurrents de les investigacions

Si, com hem vist, l'estudi de les imatges de les dones difoses pels mitjans de comunicació s'ha erigit, en primer lloc, com a "àrea d'especial interès" fonamentalment polític, ha estat perquè es parteix de dos supòsits: a) per la consideració dels mitjans de comunicació com a potents reproductors de les bases cognitives de la societat, i b) per la creença, en certa mesura contradictòria amb l'anterior, que els mitjans poden

evidenciar les desigualtats de gènere, proposar models alternatius no discriminatoris i coadjuvar en l'eliminació de les diferències socials entre tots dos sexes.

Si mirem les línies d'investigació més freqüents així com els temes recurrents (Kivikuru, 1999), trobarem que les aportacions que s'han dut a terme, tant en el terreny de la producció com en el del contingut o el de la recepció, es caracteritzen per:

- a. Concentració de treballs als països de l'Europa central i del nord (Alemanya, els Països Baixos, el Regne Unit), que superen el 60% de les investigacions. Als països del sud d'Europa, o bé manquen recursos per investigar en aquest camp o bé es tracta d'un àmbit no legitimat encara per a la investigació regular i sistemàtica.
- b. Els treballs estan força disseminats entre diferents centres, departaments o institucions. S'aborda aquesta temàtica des de disciplines molt dispars, la qual cosa dificulta l'intercanvi d'experiències.
- c. Ja hem dit que ha predominat un interès més institucional, polític o fins i tot comercial que acadèmic. Algunes cadenes de televisió (per exemple, NOS, d'Holanda, NRK, de Noruega, SVT, de Suècia o YLE, de Finlàndia, entre d'altres), alguns governs o les associacions de professionals han mostrat més interès pel tema que les institucions acadèmiques.
- d. Hi ha hagut una presència important d'un micronivell d'estudis: sèries, programes concrets, anuncis. En canvi, hi ha poques aportacions d'un nivell macro: estructura de la propietat, factors econòmics, polítics, etc. Sembla que l'adopció d'aquesta perspectiva sigui més pròpia d'homes que de dones investigadores.
- e. La metodologia utilitzada ha estat majoritàriament la quantitativa i han prevalgut els estudis en el camp de l'entreteniment i la publicitat més que no pas en la informació pròpiament dita, tot i que això depèn molt dels països de què es tracti.
- f. Pel que fa als suports, la premsa diària, les revistes, la publicitat (en qualsevol mitjà) o la televisió han estat els més estudiats. En canvi, la ràdio sembla la gran desconeguda pel que fa als estudis de gènere. Quant a la dimensió estudiada, la major part dels estudis s'han centrat en l'àmbit del contingut; alguns estudis han inclòs, també, la dimensió productiva (assenyalant sobretot la infrarepresentació femenina en els nivells de responsabilitat), i en pocs casos la investigació s'ha centrat en la fase final del missatge, és a dir, l'audiència.

La manca de tradició i recursos, així com la dispersió del tema entre investigadores i investigadors de procedències acadèmiques diferents, han fet que els estudis es realitzin desconnectats entre si, amb una ambició limitada, tenint en compte les circumstàncies, i amb dificultats greus per obtenir prou ressò en el món acadèmic i en la societat en general.

Als països del sud d'Europa, o bé manquen recursos per investigar en aquest camp o bé es tracta d'un àmbit no legitimat encara per a la investigació regular i sistemàtica

La major part dels estudis s'han centrat en l'àmbit del contingut i, en pocs casos, la investigació s'ha centrat en la fase final del missatge, és a dir, l'audiència

La manca de tradició i recursos, així com la dispersió del tema entre investigadores i investigadors de procedències acadèmiques diferents, han fet que els estudis es realitzin desconnectats entre si

La primera onada d'estudis es va centrar a posar en relleu el tractament asimètric, estereotipat i discriminatori que els mitjans de comunicació atorgaven a les dones

En una segona fase es tractava de posar en relleu la manca de dones com a productores d'informació i comunicació, tant en els nivells bàsics com en els càrrecs de responsabilitat

La tercera fase, que afrontem a principi del segle XXI, se centra més a posar a la llum els processos de la informació i la comunicació, en totes les seves facetes

4. Superar els vells esquemes

Tot i que les investigacions que s'han dut a terme no han seguit un camí progressiu, a causa de la desconnexió i dispersió de les aportacions i de la diversitat d'orígens, sí que conceptualment i metodològica hi ha hagut una línia ascendent en el camp d'estudi sobre gènere i comunicació. Segons la interpretació que faig de les preocupacions que han impulsat les investigadores que s'han centrat en aquest tema –i no tant dels abordatges merament polítics o institucionals–, podem comprovar com hi ha hagut una continuïtat força lògica que en termes generals, encara que amb excepcions, s'ha desenvolupat en tres fases, sobretot a Europa:

- a. Anys vuitanta. La primera onada d'estudis es va centrar, majoritàriament, a posar en relleu el tractament asimètric, estereotipat i discriminatori que els mitjans de comunicació, en totes les seves facetes, atorgaven a les dones. En aquest sentit, el mètode emprat per apropar-se al tema era, sobretot, l'anàlisi de contingut; l'objecte d'estudi més freqüent, la publicitat, seguida de les sèries de ficció i els programes d'entreteniment televisius o les publicacions adreçades a les dones. En canvi, la informació pròpiament dita (escrita, radiofònica o televisiva) no va ser objecte d'investigació en aquesta primera fase. Cridava molt més l'atenció el tracte discriminatori evident observat en la publicitat. Una autora clau d'aquest període és Margaret Gallagher (1981 i 1986), que amb els seus estudis per a la Unesco i altres institucions públiques va donar caràcter oficial a la preocupació pels temes sobre les dones i la comunicació.
- b. Anys noranta. En una segona fase es tractava de posar en relleu la manca de dones com a productores d'informació i comunicació, tant en els nivells bàsics com en els càrrecs de responsabilitat. La hipòtesi subjacent era que un nombre major de dones en tots els àmbits de la cadena comunicativa equilibraria el contingut dels missatges. Alguns estudis apuntaven, fins i tot, que només amb un nombre més gran de dones en els llocs de decisió els continguts serien més igualitaris (Fagoaga, 1993). En aquest període hi va haver nombroses aportacions, si bé Liesbet van Zoonen, amb la publicació del treball *Feminist Media Studies* el 1994, va donar un tomb pel que fa a la conceptualització teòrica del que s'entén per estudis de gènere, als quals ella prefereix anomenar "estudis feministes sobre comunicació". Val a dir que, personalment, considero que aquests dos conceptes no es poden equiparar perquè cadascun introdueix un matís conceptual diferent: quan es parla d'estudis feministes hi ha implícit un abordatge polític que té com a rerefons la ideologia o supòsits de la filosofia feminista; en canvi, quan es parla d'estudis de gènere, tot i que també es poden establir relacions intrínseques entre els conceptes *gènere* i *feminisme*, no necessàriament ha de ser així, ja que al meu parer el mot *gènere* s'ha d'entendre com un concepte relacional que estudia i connecta les identitats femenina i masculina, totes dues enteses com a construccions socials.
- c. Anys dos mil. La tercera fase, que afrontem a principi del segle XXI, se centra més a posar a la llum els processos de la informació i la comunicació, en totes les seves facetes. S'abandona en certa mesura

la preocupació per la manca de dones productores i les dificultats d'accés als càrrecs de responsabilitat i augmenta l'interès per esbrinar els mecanismes que fan possible la reproducció i perpetuació d'un tractament que ja va quedar prou en evidència des del començament que era asimètric, estereotipat i discriminatori respecte als homes. L'objecte d'estudi, per tant, és el procés mitjançant el qual es produeix el missatge. S'ha abandonat una mica l'abordatge amb anàlisi de contingut quantitativa en benefici de l'observació dels processos o l'anàlisi qualitativa del discurs: en aquest sentit treballen algunes professores d'universitats europees, com Margareta Melin-Higgins (2001 i 2002), Monika Djerf Pierre (1998), Henrika Zilliacus-Tikkanen (1997), Karen Ross (2002) o jo mateixa, amb el grup d'investigació que vaig dirigir entre els anys 1998 i 2000 (Gallego, 2002).

Naturalment, aquestes tres fases no han estat homogènies ni lineals, sinó que en les tres podem trobar abordatges barrejats, la qual cosa ha estat una constant en els estudis sobre gènere i comunicació: la repetició dels mètodes i objectes d'estudi, la manca de progressió i continuïtat de les investigacions i l'aparent partença de zero cada vegada que algú escometia una recerca.

Aquest és, al meu entendre, el primer escull que aquest camp d'estudi ha de superar si es vol consolidar com un camp de recerca ben definit i amb prestigi. Les investigacions han d'incorporar les aportacions ja realitzades i no partir de la consideració que cada estudi és el primer en el seu àmbit. Hi ha d'haver una interrelació en les hipòtesis, els mètodes i els plantejaments, de tal manera que es vegi que hi ha una progressió en el coneixement. Hem assistit, potser, a una inflació de microaportacions –de vegades sense rigor acadèmic– produïdes al recer de l'interès polític o ideològic. En certa mesura és inevitable que promoure o no algunes branques de la investigació estigui mediatitzat pels interessos dominants en la societat, però fóra desitjable un menor grau d'intervenció política conjuntural en benefici d'un pla coherent de recerca a llarg termini, que tingués en compte no només el finançament puntual d'alguns estudis sinó la seva difusió i promoció.

5. Conclusions

Perquè la recerca específica sobre gènere i comunicació esdevingui un autèntic camp científic interdisciplinari, amb dret propi, falta encara una major definició d'aquest objecte d'estudi. Cal que deixi de ser vist com un assumpte "de dones" i es converteixi en un camp d'estudi on investigadores i investigadors facin les seves aportacions sobre un aspecte tan rellevant com és l'aprenentatge social del gènere, les repercussions vitals d'aquest procés i la dimensió comunicativa com a aspecte consubstancial de l'assumpció de la identitat genèrica.

Cal que el tema gaudeixi de prestigi en el món acadèmic, amb línies d'investigació en els departaments vinculats al món de la comunicació i la societat, equips de recerca permanents que encoratgin els joves investigadors (homes i dones) a iniciar recerques en aquest àmbit; és necessari que es propiciïn trobades periòdiques on es puguin debatre les aportacions, així com compartir i progressar en el coneixement adquirit.

És inevitable que promoure o no algunes branques de la investigació estigui mediatitzat pels interessos dominants en la societat, però fóra desitjable un menor grau d'intervenció política conjuntural

Perquè la recerca sobre gènere i comunicació esdevingui un autèntic camp científic interdisciplinari, falta encara una major definició d'aquest objecte d'estudi

Malauradament, ni a Catalunya ni a Espanya no existeix, ni en català ni en castellà, cap revista o publicació especialitzada en gènere i comunicació

En aquest sentit, la secció *Gender and Communication* de l'AIECS (Associació Internacional d'Estudis en Comunicació Social) pot significar un punt de trobada important per a un nombre significatiu de persones interessades en aquest tema. De fet, les coordinadores de la secció, Karen Ross i Marjan de Bruin, preparen l'edició d'un llibre titulat *Identities at work (Les identitats a la feina)*, que recull les aportacions més recents en el camp de gènere i comunicació. També hi ha algunes publicacions periòdiques especialitzades, com, per exemple, *Feminist Media Studies*, *The European Journal of Women's Studies*, editada amb el suport de l'European Women's Studies Association (WISE), *Feminist Theory* o *Gender & Society*, revistes majoritàriament vinculades a departaments universitaris, amb periodicitat variable (de quadrimestrals a bimestrals) i amb el suport d'alguna editorial important. Aquestes publicacions poden ser el millor al·licient perquè les investigadores i els investigadors s'animin a produir textos i recerques en els diferents vessants d'aquest camp. Malauradament, ni a Catalunya ni a Espanya no existeix, ni en català ni en castellà, cap revista o publicació especialitzada en gènere i comunicació. Només *Duoda, Revista d'Estudis Feministes* pot acollir alguns articles interessants, tot i la seva inclinació històrica. Hi ha d'altres revistes editades per instituts o departaments universitaris, però val a dir que el tema de gènere i comunicació sol ser un dels grans absents. Cal afegir que la revista *Anàlisi. Quaderns de Comunicació i Cultura*, editada pel Departament de Periodisme i de Ciències de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona, recull, en el seu número 28, un article que es va presentar al seminari titulat "*Construcció dels estereotips de gènere als mitjans de comunicació*" que es va celebrar l'any 2001 a la Facultat de Ciències de la Comunicació de la UAB (Gallego, Altés, Soriano, Melús i Cantón, 2002).

Tot i que la investigació sempre té un vessant polític i les línies de recerca prioritàries d'un país s'estableixen segons un joc de necessitats socials, interessos polítics i progrés del coneixement, en el cas del camp d'estudi sobre gènere i comunicació caldria un major grau d'emancipació de les polítiques d'igualtat encetades fins ara per les diferents administracions. La tutela excessiva d'aquest àmbit per part de les institucions polítiques no ha ajudat a fer que se'l consideri un camp científic amb dret propi, sinó el resultat i la conseqüència de les activitats de promoció d'aquestes institucions envers la igualtat entre homes i dones. Això també ha propiciat la confusió entre l'interès científic i el polític per la matèria, amb el corresponent desdeny, i fins i tot menyspreu, de certs cercles acadèmics que encara no atorguen credibilitat ni legitimitat a aquesta especialitat. Més interès tindria, en canvi, un apropament entre les investigadores i les professionals del periodisme i la comunicació, per tal de reflexionar sobre les pràctiques informatives i comunicatives i la permeabilitat d'aquestes pràctiques a la incorporació de nous models de relació social entre homes i dones i la seva representació mediàtica.

Jo crec que les dues manifestacions més importants del recent passat segle XX han estat la transformació en els rols sexuals i la revolució de les comunicacions. El camp d'estudi sobre gènere i comunicació les posa en relació, i són molts els beneficis que aquesta línia d'investigació pot aportar de cara al segle que ara iniciem.

Tot i que la investigació sempre té un vessant polític, en el cas del camp d'estudi sobre gènere i comunicació caldria un major grau d'emancipació de les polítiques d'igualtat encetades fins ara per les diferents administracions

Referències

- Bach, Marta; Elvira Altés, Juana Gallego [et al.] (1999): *El sexe de la notícia. Reflexions sobre el gènere a la informació i recomanacions d'estil*. Barcelona: Diputació de Barcelona. [Edició en castellà (2000): *El sexo de la noticia. Reflexiones sobre el género en la información y recomendaciones de estilo*. Barcelona: Icaria].
- Balaguer, M. Luisa (1985): *La mujer y los medios de comunicación*. Màlaga: Arguval.
- Bruin, Marjan de i Karen Ross (en premsa): *Identities at work*. Nova York: Hampton Press.
- Djerf Pierre, Monika i Margareta Melin-Higgins (1998): "Networking in Newsrooms: Journalist and Gender Cultures". Paper presentat a la 21 Conferència i Assemblea General de l'IAMCR/AIECS/AIERI, Glasgow, Regne Unit [text mecanografiat].
- Fagoaga, Concha (1993): "Género, sexo y élites en los medios informativos", a Ortega, Félix [et al.]: *La flotante identidad sexual. La construcción del género en la vida cotidiana de la juventud*. Madrid, Instituto de Investigaciones Feministas, pàg.97-118.
- Fagoaga, Concha i Petra Maria Secanella (1984): *Umbral de presencia de las mujeres en la prensa española*. Madrid: Instituto de la Mujer.
- Gallagher, Margaret (1981): *Unequal opportunities. The case of women and the media*. París: Unesco.
- Gallagher, Margaret (1986): *La comunicación al servicio de la mujer. Informe sobre los programas de acción e investigación*. París: Unesco.
- Gallego, Juana (1990): *Mujeres de papel. De ¡Hola! a Vogue: la prensa femenina en la actualidad*. Barcelona: Icaria.
- Gallego, Juana (dir.) (2002): *La prensa por dentro. Producción informativa y transmisión de estereotipos de género*. Barcelona: Los libros de la Frontera.
- Gallego, J.; E. Altés, J. Soriano, M. E. Melús i M. J. Cantón (2002): "La prensa por dentro. Mecanismos de transmisión de estereotipos de género en la prensa de información general", a *Anàlisi. Quaderns de comunicació i cultura*, número 28, Bellaterra, Departament de Periodisme i de Ciències de la Comunicació, pàg. 225-242.
- Izquierdo, M. Jesús (1998): *El malestar en la desigualdad*. Madrid: Ediciones Càtedra, Universitat de València i Instituto de la Mujer.
- Kivikuru, Ullamaija (dir.) (1999): *Images of women in the mass media. Report on existing research in the European Union*. Luxemburg: Comunitat Europea. [Edició en castellà: (2000): *Imágenes de las mujeres en los medios de comunicación*. Madrid: Instituto de la Mujer].
- Lagarde, Marcela (1996): *Género y feminismo. Desarrollo humano y democracia*. Madrid: Horas y Horas.
- Melin-Higgins, Margareta (2001): "Bregando con el periodismo: el papel del género en la cultura de la sala de redacción". Ponència presentada al seminari *Belles sirenes, vídues negres i dames de ferro: Construcció d'estereotips de gènere en els mitjans de comunicació*, Bellaterra, Espanya [text mecanografiat].

- Melin-Higgins, Margareta (2002): "Opportunities and Problems in Feminist Methodology". Paper presentat a la 23 Conferència i Assemblea General de l'IAMCR/AIECS/AIERI, Barcelona, Espanya [text mecanografiat].
- Moreno, Amparo (1988): *La otra "política" de Aristóteles. Cultura de masas y divulgación del arquetipo viril*. Barcelona: Icaria.
- Moreno, Amparo (1998): *La mirada informativa*. Barcelona: Bosch.
- Perinat, Adolfo i M. Isabel Marrades (1980): *Mujer, prensa y sociedad en España (1800-1939)*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Roig Castellanos, Mercedes (1977): *La mujer y la prensa, desde el siglo XVII a nuestros días*. Madrid: Tordesillas.
- Roig Castellanos, Mercedes (1982): *La mujer en la historia a través de la prensa. (Francia, Italia, España, s. XVIII-XX)*. Madrid: Instituto de la Mujer.
- Ross, Karen (2002): *Women, politics, media: uneasy relations in comparative perspective*. Cresskill: Hampton Press.
- Segura, Isabel i Marta Selva (1984): *Revistes de dones (1846-1935)*. Barcelona: Edhasa.
- Rubin, Gayle (1975): "The traffic in women: notes of the 'political economy' of sex", a Reiter, Reyna R. (ed.): *Toward and Anthropology of Women*, Nova York, Monthly Review Press, pàg. 157-210.
- Zilliacus-Tikkanen, Henrika (1997): *The essence of journalism in a gender perspective*. Helsinki: Yleisradio
- Zoonen, Liesbet van (1994): *Feminist Media Studies*. Londres, Thousand Oaks, Nova Delhi: Sage.