

Dra. M.Cruz TORNAY-MÁRQUEZ

Universidad de Nebrija, España. mtornay@nebrija.es. <https://orcid.org/0000-0003-3075-691X>

Gender and media: contribuciones a una comunicación con perspectiva de género desde el feminismo y su influencia en las políticas de igualdad

Gender and media: contributions to communication with a gender perspective from feminism and its influence on equality policies

Fechas | Recepción: 01/03/2021 - Revisión: 10/05/2021 - En edición: 13/05/2021 - Publicación final: 01/07/2021

Resumen

La investigación en comunicación con perspectiva de género surge en el contexto de la Segunda Ola del Feminismo en Estados Unidos por parte de investigadoras feministas que identificaron los contenidos sexistas de los medios de comunicación como un obstáculo al acceso de derechos de mujeres y a la construcción de sociedades más igualitarias. El objetivo de esta investigación es identificar a las mujeres investigadoras que contribuyeron a la creación de los estudios de la comunicación con perspectiva de género a través del análisis de sus publicaciones y poner en valor la influencia que dichos trabajos tuvieron en la creación de políticas de igualdad en el ámbito de los medios de comunicación. Para ello, se analizan alrededor de cien publicaciones realizadas entre 1963 y 1980 y se toma como referencia en políticas de igualdad y comunicación el punto J de la Plataforma de Acción de Beijing "Mujeres y medios de difusión". Los resultados evidencian la relación entre los Women's Studies y el origen del área de comunicación con perspectiva de género y la relevancia de la investigación en este campo de estudios como motor de generación de políticas igualdad y transformación social.

Palabras clave

Comunicación; Género; Segunda Ola del Feminismo; Beijing; Políticas de igualdad

Abstract

Research into communication with a gender perspective arises in the context of Second-wave Feminism in the United States by feminist researchers who identified the sexist content of the media as an obstacle to accessing women's rights and building more egalitarian societies. This research identifies those female researchers who contributed to the creation of communication studies with a gender perspective through analysis of their publications and evaluation of the influence of these studies on the creation of equality policies in the field of mass media. To this end, about one hundred publications created between 1963 and 1980 were analyzed and the so-called "Women and the media" J point of the Beijing Platform for Action was considered as a reference point in equality and communication policies. The results reveal the relation between Women's Studies and the origin of the area of communication with a gender perspective, and the relevance of research in this field of study as a driver for generating equality policies and social transformation.

Keywords

Communication; Gender; Second-wave Feminism; Beijing; Equality policies

1. Introducción

Los estudios de comunicación con perspectiva de género surgen en Estados Unidos en el contexto de la Segunda Ola del Feminismo, término que hace referencia al activismo del movimiento de mujeres desarrollado entre las décadas de los años sesenta, setenta y parte de los ochenta del siglo XX (Evans, 1995). El lema del movimiento liderado por el feminismo radical fue "lo personal es político", lo que llevó a una teorización del sexo en tanto categoría social y política (Millet, [1970] 2010). La incorporación del género como categoría de análisis fue una de las grandes aportaciones de la Segunda Ola a las ciencias sociales, además de la creación de los *Women's Studies* como campo de conocimiento interdisciplinar impulsado por las académicas que canalizaron el activismo feminista a la investigación (Boxer, 1998). Desde este campo surgieron las primeras investigaciones que tenían por objeto el análisis de los medios de comunicación desde la crítica feminista por parte de autoras procedentes de diversas áreas de conocimiento. A diferencia de otros campos de investigación, la teoría feminista en el ámbito académico se ha enfocado desde sus inicios a la promoción de los derechos de las mujeres y el avance hacia sociedades más igualitarias, por lo que se hace pertinente dimensionar la importancia histórica de los estudios de la comunicación con perspectiva de género en las políticas de igualdad, entre ellas, aquellas dirigidas al reconocimiento de los derechos de las mujeres en el ámbito de la comunicación.

1.1. Estudios de las mujeres, una apuesta de las académicas feministas para la igualdad

Durante siglos, la subordinación e infantilización de las mujeres se fundamentó en una supuesta incapacidad biológica que les impedía razonar y pensar de forma autónoma. Aunque el determinismo biológico ya había sido rechazado por mujeres como Mary Wollstonecraft ([1792], 2012), fue Simone de Beauvoir quien supo reconocer las conductas típicamente femeninas como una construcción social y cultural en *El segundo sexo* ([1949], 2011), la obra que influyó de manera determinante en el pensamiento feminista. Años después, en 1963, Betty Friedan hacía lo propio con la publicación de *La mística de la femineidad*, trabajo en el que visibilizaba aquel "malestar que no tiene nombre" que afectaba a las mujeres de los barrios residenciales. Pocos años después, Friedan se convertiría en una de las líderes del movimiento feminista tras la creación en 1966 de la National Organization of Women (NOW). A diferencia de otras etapas, la Segunda Ola del Feminismo dirigió su lucha al reconocimiento de derechos sociales, entre ellos, aquellos relacionados con el empleo, el salario, la participación política y los derechos sexuales y reproductivos.

Las demandas del feminismo radical tuvieron eco entre una nueva generación de mujeres que, habiendo accedido a la universidad, esperaban desarrollarse profesionalmente, más allá del rol exclusivo de madre y ama de casa que había ejercido la anterior generación de mujeres en la época de posguerra. Es así como el movimiento feminista, con presencia en las universidades a través de estudiantes y profesoras, logra la creación de nuevo campo de estudios interdisciplinar que será conocido como los *Women's Studies*. La consideración del género como categoría transversal abrió un diverso y rico campo de investigación que observa las relaciones de poder basadas en las diferencias que distinguen los sexos (Scott, 2015: 272) y que permitió, entre otros aspectos, cuestionar el esencialismo y la ahistoricidad de dichas relaciones (Lamas, 2015).

1.2. Comunicación con perspectiva de género, un área de encuentro de investigadoras, profesionales y activistas

La incorporación del análisis de género a la investigación en comunicación abrió un prolífico campo de estudios caracterizado por la diversidad de temas abordados y metodologías empleadas (Gill, 2007). El desarrollo tecnológico de los medios de comunicación y la evolución de la industria mediática (Mattelart, 1981) ampliaron, de manera general, los focos de atención sobre los mass media y, de manera específica, desde una mirada de género que alertaba del perjuicio de contenidos discriminatorios y sexistas que atentaban contra la dignidad de las mujeres (Fredrickson y Roberts, 1997). El análisis de los medios de comunicación también evidenció la lejanía entre la agenda-setting de las empresas mediáticas y la agenda de demandas del movimiento de mujeres. En 1972, Monica Morris publicaba *Newspapers and the New Feminists: Black Out As Social Control?*, un artículo que ponía de manifiesto el silenciamiento por la escasa cobertura informativa dedicada al movimiento y agenda feministas. En esa misma época, finales de la década de los setenta, la UNESCO encargaba a Sean MacBride la creación de una comisión dirigida a la realización de un diagnóstico global del sector de las telecomunicaciones y de la información. Los resultados de la comisión de trabajo -con participación de una única mujer, la canadiense Betty Zimmerman- se publicaron en el informe *Un solo mundo, voces múltiples* (1980), que dedicó un apartado a la situación de las mujeres y los medios en el epígrafe titulado Derechos iguales para las mujeres. El informe evidenció cómo la industria de las comunicaciones reflejaba la desigualdad que sufrían las mujeres en las sociedades y, entre otros aspectos, observó la escasa atención prestada por los mass media a temas que pudieran resultarles de interés de manera específica, entre ellos, información sobre el movimiento feminista o la visibilización del talento de las mujeres en diversos ámbitos (162).

La consolidación de los estudios de la mujer como campo de conocimiento y el avance en el reconocimiento de la igualdad desde el punto de vista jurídico hicieron de la comunicación con perspectiva de género un área de encuentro de investigadoras, profesionales y activistas. La apertura de este campo de conocimiento en el contexto de la década de los setenta evolucionó de manera paralela a la agenda de los movimientos feministas que emergieron en la década de los ochenta, más interesados por la diversidad y las identidades. Es en esta etapa en la que aparecen obras referenciales como *Manifiesto Cyborg*, de Donna Haraway (1984), inspirador del ciberfeminismo, o *El género en disputa*, de Judith Butler (1990), considerado como texto fundacional del feminismo *queer*. En otro aspecto, los desafíos planteados en el ámbito de la comunicación con perspectiva de género y la evolución del movimiento feminista demandaron la creación de alianzas y la articulación en redes de trabajo apoyadas en las posibilidades de las TIC que comienzan a funcionar de manera previa a la Cuarta Conferencia de la Mujer de Beijing y que continúan fortalecidas en la actualidad.

1.3. Objetivos de la investigación

Esta investigación se enmarca en la línea de la historiografía feminista en su intersección con las ciencias de la comunicación. Si bien es cierto que los estudios en comunicación con perspectiva de género cuentan con autoras referenciales, también lo es el hecho de que existe un gran vacío y desconocimiento sobre aquellas autoras pioneras que colaboraron a la creación de un nuevo campo de investigación. Se hace pertinente, por lo tanto, conocer y reconocer las contribuciones de investigadoras que, procediendo de diversas áreas de las ciencias sociales, se interesaron por el papel de los medios de comunicación en la construcción de sociedades más igualitarias¹. Pero, más aún, el reconocimiento de las aportaciones de estas investigadoras pasa también por poner en valor y dimensionar la influencia que tuvieron sus trabajos en la transformación social, en este caso, a través de diversas políticas que involucraron a los medios de comunicación en el acceso a derechos de las mujeres y la construcción de sociedades más igualitarias.

A partir de ello, en esta investigación se establecen los siguientes objetivos:

O1. Identificar a las mujeres investigadoras que contribuyeron a la creación de los estudios de la comunicación con perspectiva de género.

O2. Definir y conocer las temáticas abordadas en las investigaciones a partir del análisis de las publicaciones científicas.

O3. Examinar la relevancia de las publicaciones a partir de criterios como el interés de la temática abordada, aportación de la obra a los estudios de comunicación con perspectiva de género y relación de la investigación con acciones y/o políticas públicas.

O4. Determinar la influencia de las investigaciones en comunicación con perspectiva de género en la generación de políticas públicas de igualdad dirigidas al ámbito de los medios de comunicación.

2. Metodología

Para lograr los objetivos propuestos en esta investigación se ha elegido una metodología de corte cuantitativo y cualitativo y de carácter exploratorio. En la primera parte de la investigación se ha tomado como referencia el periodo de mayor activismo de la Segunda Ola del Feminismo en Estados Unidos, que, como fecha simbólica, inicia en 1963 con la publicación de la obra referencial de Betty Friedan, *La mística de la feminidad* y, si bien convive con otros feminismos a lo largo de la década de los ochenta, en esta investigación se ha fijado 1980 como cierre del periodo de análisis, considerando esta etapa como la de mayor protagonismo de los feminismos vinculados a la Segunda Ola.

El acceso a las publicaciones relacionadas con la comunicación con perspectiva de género se ha realizado a través de la herramienta de búsqueda de bibliografía científico-académica Google Scholar, acotando la muestra al periodo 1963-1980 y a través de las palabras clave *Gender and Media*; *Gender and Media Studies*; *Women mass media*; *Women representation*; *Women media portrayed*; *Lesbians representation*; *Lesbians portrayed*; y *Lesbians and Media* que han arrojado alrededor de cien resultados de publicaciones de libros, capítulos de libros y artículos en revistas científicas. Posteriormente, se ha llevado a cabo un análisis cualitativo con el objeto de seleccionar aquellas publicaciones más relevantes atendiendo a diferentes criterios, entre ellos, el interés de la temática abordada (justificada en la novedad del objeto de estudio o de su relevancia para los derechos de las mujeres); aportación de la obra a los estudios de comunicación con perspectiva de género; y relación de la investigación con acciones y/o políticas públicas.

Respecto a la vinculación de la investigación con perspectiva de género con las políticas de igualdad, se utiliza como referencia la estrategia más completa en la promoción de los derechos humanos de las mujeres: la Plataforma de Acción de Beijing, aprobada tras la Cuarta Conferencia de la Mujer (1995) y que continúa siendo la hoja de ruta a nivel global para la promoción de derechos de las mujeres

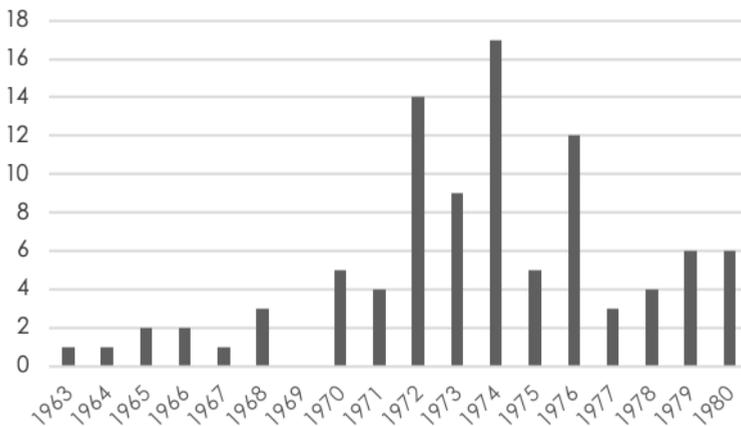
y las políticas de igualdad, especialmente, en el área de la comunicación. En esta plataforma de acción se incluye por primera vez a los medios de comunicación como parte de las estrategias para el empoderamiento de las mujeres, la participación y la toma de decisiones, por lo que se analizan las medidas incluidas en el Punto J "La mujer y los medios de difusión" dirigidas a la investigación en el campo de comunicación con perspectiva de género.

3. Resultados

3.1. Gender and media research: un legado de la Segunda Ola del Feminismo

El análisis de las publicaciones dirigidas a la investigación sobre medios de comunicación con perspectiva de género evidencia el interés surgido sobre esta área de conocimiento en el contexto de la Segunda Ola del Feminismo en Estados Unidos. Entre 1963 y 1980, se tiene conocimiento de la publicación de un centenar de trabajos¹ -la mayoría de ellos, publicaciones en revistas científicas, pero, también, libros y tesis doctorales- que ponen el foco de atención en la representación de hombres y mujeres realizada por los medios de comunicación y en sus efectos sobre las audiencias. Tomando 1963 como fecha de referencia de la emergencia del movimiento feminista, se observa una concentración del número de publicaciones entre 1972 y 1976, periodo en el que salen a la luz el 40 por ciento de las publicaciones coincidiendo, a su vez, con la incorporación de los estudios de género al ámbito académico.

Gráfico 1. Publicaciones de investigaciones en comunicación con perspectiva de género



Fuente: elaboración propia

Respecto a las áreas temáticas, los resultados de investigaciones que tenían por objeto el análisis de las diferencias de representación basadas en género y sus posibles efectos, se publican de manera inicial en revistas de las áreas de psicología y de educación. No es hasta los primeros años de la década de los setenta cuando comienza a ser habitual la identificación de artículos relacionados con esta temática en publicaciones del área de Comunicación, entre ellas, revistas como *Journalism Quarterly*, *Journal of Broadcasting* y *Journal of Communication*, o en revistas de estudios de la mujer, *Women's Studies International Quarterly* y *Signs: Journal of Women in Culture and Society*, fundadas en la segunda mitad de la década de los setenta por feministas académicas.

Desde un punto de vista cualitativo, el análisis de las publicaciones identificadas en este periodo demuestra la heterogeneidad de las temáticas abordadas desde el enfoque de género que se pueden agrupar en investigaciones sobre representación en publicidad de revistas y televisión; series de televisión; contenidos de revistas dirigidas al público femenino; contenidos y representación en prensa; cine; y medios y programas dirigidos a público infantil.

Entre las investigaciones de mayor relevancia, se identifica la realizada por Judith Hennessee y Joan Nicholson a petición de la National Organization for Women (NOW), la organización de referencia del movimiento de mujeres en este periodo y que fuera creada en 1966 por reconocidas feministas como Betty Friedan. Hennessee y Nicholson dirigieron una investigación sobre la publicidad televisiva en Estados Unidos en la que se analizaron 1241 anuncios por cien asociadas a NOW durante un año y medio. El monitoreo evidenció la prevalencia de los roles sexistas en la publicidad: las mujeres eran mostradas como amas de casa, sumisas, poco inteligentes, dependientes del esposo o como objetos sexuales. Aunque otras investigaciones de la época arrojaron datos similares, lo interesante de este

estudio es que se convirtió en el catalizador para la demanda de acciones legales contra los medios de comunicación por publicidad y contenidos sexistas y discriminatorios. Los resultados de la investigación se publicaron en 1972 bajo el título "NOW Says: TV Commercials Insult Women" en la prestigiosa *New York Times Magazine* y, en el mismo artículo, la sección de Nueva York de la NOW, anunciaba la presentación de una petición a la Comisión Federal de Comunicaciones en Washington solicitando la salida del aire de la WABC-TV of New York.

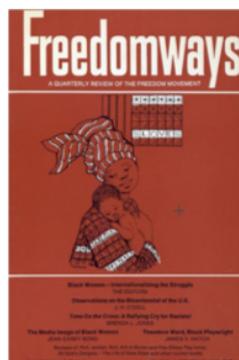
En 1978 se publica una de las referencias para la investigación en comunicación con perspectiva de género: *Hearth and Home: Images of Women in the Mass Media*, editado por Gaye Tuchman, Arlene Kaplan Daniels y James Walker Benet. Es en esta obra en la que la socióloga Gaye Tuchman utiliza el concepto de *Symbolic Annihilation* para definir la ausencia de imágenes de mujeres en los medios de comunicación más allá de los roles tradicionales. El análisis de contenidos en televisión, prensa y revistas demostró cómo las mujeres eran ignoradas en gran medida o representadas de acuerdo a estereotipos de género, como amas de casa, madres, o en trabajos relacionados con los cuidados (*pink-collar jobs*) (Tuchman, 1978: 150).

El análisis cualitativo de las publicaciones denota el interés de líneas de investigación que continúan presentes en los estudios de comunicación y género. En 1972, Joann S. Lublin publica los resultados de un estudio sobre la discriminación hacia mujeres periodistas en empresas de comunicación. En *Discrimination against women in newsrooms: Fact o fantasy?*, la autora plantea que la cuestión de igualdad para las mujeres en el ámbito del periodismo había sido raramente investigado hasta el momento y realiza una encuesta a mujeres periodistas con el objetivo de determinar la percepción de comportamientos discriminatorios y la conciencia como sujeto discriminado. Otros estudios relevantes sobre mujeres periodistas son *Up From the Footnote: A History of Women Journalists*, publicado por Marion Marzolf en 1977, en la que se recoge la historia de mujeres periodistas en prensa, radio y televisión de Estados Unidos desde el siglo XVII; y *Women in Media: A Documentary Source Book*, en el que Maurine Hoffman Beasley, Sheila Silver, Sheila Jean Gibbons (1977) analizan el rol de las mujeres en los medios. En esta misma época, 1978, Jeanne Marecek publica en *Journal of Communication* *Women as TV Experts: The Voice of Authority?*, un estudio que destaca por abordar una temática vigente en la actualidad, como es la aparición de mujeres como voces expertas y autorizadas.

Otras publicaciones destacadas sobre mujeres y medios de comunicación son aquellas que introducen la perspectiva racial, enfocándose en el análisis de la representación de mujeres negras. En 1975, la escritora y activista Jean Carey Bond publica en la prestigiosa revista de estudios afroamericanos *Freedomways* el artículo *The media image of black women*, en el que denuncia el sexismo y el racismo latente en los contenidos de los mass media. Entre los interesantes resultados del artículo, se destaca cómo el componente racial modifica las narrativas de los medios respecto a la identidad femenina: si las investigaciones sobre la representación de las mujeres blancas revelaban roles domésticos y subordinación respecto al hombre, la autora advierte cómo las mujeres negras son representadas como un "freno" de hombres (negros) "genéticamente irresponsables", realizando un análisis interseccional que permite observar el racismo y sexismo de los medios de comunicación como dos caras de una misma moneda:

Attending the matriarchy theme as it is played out in the shows is the suggestion that Black men are genetically irresponsible and mindlessly defiant. Black women are presented as the brakes on a car (Black men are the cars) that would swerve wildly out of control given half a chance (...) The sexist side of the TV idea-man dictates that one sex must prevail over the other. His racism dictates that, in the case of Blacks, it must be the female over the male. Where Black media images are concerned, them, sexism and racism are two side of the same coin (36).

Imagen 1. Portada de *Freedomways*, Vol. 15 (1975)



En 1980, Juanita Shepherd publica en *The Western Journal of Black Studies* el artículo *The portrayal of black women in the ads of popular magazines* en el que define los dos principales estereotipos en la representación de la mujer negra: en un extremo, el denominado *gifted black* -asociado a cantantes como Diana Ross o bailarinas como Lola Falana- y, en el otro opuesto, el de *perpetual mother*, que simboliza a la madre abnegada dedicada al cuidado de la familia. Por oposición, las mujeres negras difícilmente eran representadas como trabajadoras de oficina y, menos aún, como profesionales ejecutivas.

Respecto a temáticas relacionadas con mujeres lesbianas y medios de comunicación, la búsqueda en el período analizado solo arrojó un resultado: "*Personals*" *advertisements of lesbian women*, publicado por Mary Laner en el *Journal of Homosexuality* en 1978. El estudio realiza un análisis de contenido que compara anuncios de hombres y mujeres heterosexuales y de hombres y mujeres homosexuales, llegando a la conclusión de que la publicidad de mujeres lesbianas ponía el énfasis en sus características positivas.

Otras publicaciones relevantes se dirigen al análisis de la representación de las mujeres en la industria audiovisual. En *Popcorn Venus: Women, Movies and the American Dream*, Marjorie Rosen (1973) observa los arquetipos femeninos presentes a lo largo de la historia del cine, mientras que, en 1978, Teresa Hommel toma como objeto de análisis las imágenes de las mujeres en la pornografía, identificando a esta industria como parte de la cultura de la violencia.

Coincidiendo con el fin del período analizado, en 1980 la revista *Women's Studies International Quarterly*, actual *Women's Studies International Forum*, publica el número especial "Women and Media" en el que se incluyen doce artículos que vuelven a evidenciar la heterogeneidad de temas de interés en relación a los medios. Algunos de ellos introducen por primera vez nuevos elementos de reflexión que van a estar presentes desde entonces en la agenda feminista, como aquellos que, en términos más actuales, se conectarían con las apropiaciones de las demandas del movimiento. En *The 'liberated woman' in television drama*, Helen Baehr analiza el personaje de una "mujer liberada" representado en una serie de televisión. De acuerdo a la autora, los contenidos de esta serie suponían la única fuente de información sobre el movimiento feminista para la mayor parte de la población, sin embargo, el feminismo era "co-optado por el medio y reconstruido en un estereotipo de la mujer liberada que se vacía de significado" (29). En el mismo monográfico, Nona Glazer examina las narrativas de una popular revista dirigida al público femenino respecto a las tareas del ámbito doméstico realizadas por las mujeres trabajadoras. Glazer concluye cómo la revista solo propone soluciones individuales que no cuestionan las relaciones sociales en los ámbitos público y privado, sin que sean tomadas en consideración las acciones cooperativas o el apoyo del Estado.

3.2. La investigación en comunicación y género en el marco de las políticas de igualdad

Las investigaciones en comunicación con perspectiva de género han permitido disponer de diagnósticos sobre las representaciones y participación de las mujeres en los medios de comunicación desde la década de los setenta. Sin embargo, al margen de la indudable relevancia e interés académico de los estudios citados, en esta investigación se pone en valor su aportación necesaria para promover la generación de políticas de igualdad desde el ámbito de la comunicación dirigidas a la transformación social.

Desde la primera mitad del siglo XX, la investigación en comunicación puso de manifiesto el papel de los medios de comunicación de masas como dispositivos de poder. No obstante, no fue hasta 1995 cuando, por primera vez, se reconoce el papel de la comunicación como parte de la estrategia para empoderamiento de las mujeres y la igualdad. La Cuarta Conferencia de la Mujer, celebrada en Beijing, involucró a todos los países miembros de las Naciones Unidas para asumir la lucha por los derechos humanos de las mujeres y potenciar su participación en los procesos de adopción de decisiones y el acceso al poder, como vías para lograr la igualdad, el desarrollo y la paz. De manera previa se celebraron encuentros temáticos dirigidos a la preparación de los debates de la conferencia internacional, como la conferencia *La comunicación como fuente de poder para las mujeres* (Bangkok, 1994) en la que se instó a la investigación en comunicación y género y a la creación de redes de monitoreo; en el mismo año, Quito acogió el Encuentro Regional de Comunicación de Género. En 1995 se celebra en Canadá el Simposio Internacional sobre la Mujer y los Medios de Comunicación, en cuya Plataforma de Acción se incluyen recomendaciones para la realización de diagnósticos sobre la representación de las mujeres en los medios.

Posteriormente, en septiembre de 1995, se aprueba la Plataforma de Acción de Beijing, considerada la estrategia más completa en la lucha por los derechos humanos de las mujeres y la igualdad. Por primera vez, se posiciona el papel de los medios de comunicación -*medios de difusión*- como parte de los objetivos estratégicos para el empoderamiento de las mujeres y la construcción de sociedad más igualitarias. El punto J, denominado "La mujer y los medios de difusión", se plantearon dos objetivos estratégicos:

1) Aumentar el acceso de la mujer y su participación en la expresión sus ideas y la adopción de decisiones en los medios de difusión y por conducto de ellos, así como en las nuevas tecnologías de comunicación (Objetivo estratégico J.1).

2) Fomentar una imagen equilibrada y no estereotipada de la mujer en los medios de difusión (Objetivo estratégico J.1).

De manera adicional, se recogen treinta y una medidas dirigidas al cumplimiento de los objetivos estratégicos que involucran a instituciones públicas y privadas de diversa índole, entre ellas, gobiernos y medios de comunicación, lo que manifiesta el carácter integral de la estrategia. Como parte de estas medidas, la investigación adquiere un papel relevante plasmadas en los siguientes puntos:

239. b) Fomentar la investigación de todos los aspectos de la imagen de la mujer en los medios de difusión para determinar las esferas que requieren atención y acción y examinar las actuales políticas de difusión con miras a integrar una perspectiva de género (Naciones Unidas, 1995: 108).

242. a) Estimular la creación de grupos de control que puedan vigilar a los medios de difusión y celebrar consultas con ellos a fin de velar por que las necesidades y los problemas de la mujer se reflejen en forma apropiada (Naciones Unidas, 1995: 110).

243. a) Fomentar la investigación y la aplicación de una estrategia de información, educación y comunicación orientada a estimular la presentación de una imagen equilibrada de las mujeres y las jóvenes y de las múltiples funciones que ellas desempeñan (Naciones Unidas, 1995: 110).

Como parte de las estrategias vinculadas al punto "Mujer y medios de difusión" desde el área de la investigación se ha desarrollado una de las acciones más importantes que permite evaluar el avance de las mujeres en el ámbito de los medios de comunicación. Se trata del Proyecto Global de Monitoreo de Medios, liderado por la organización World Association for Christian Communication (WACC) y la participación de grupos de trabajo que involucran desde activistas, profesionales e investigadores de más de 145 países. Desde 1995 y cada cinco años, los equipos analizan las noticias de los medios de comunicación a partir de diferentes categorías desagregadas por sexos, entre ellas, identificación de sujetos informativos, fuentes de las noticias, autoría de las informaciones o participación en los medios.

Los resultados de esta investigación global en comunicación y género han permitido contar con un diagnóstico cuantitativo que alerta del lento avance, cuando no estancamiento, en los compromisos y recomendaciones del punto J de la Plataforma de Acción de Beijing y, por tanto, en los derechos de las mujeres en el ámbito de la comunicación. Como respuesta a la situación, la UNESCO respondió con la creación en 2013 de la Global Alliance on Media and Gender (GAMAG), una red global que involucra a organizaciones, investigadoras^{iv}, profesionales y activistas de la comunicación con la misión de lograr la igualdad de género en y a través de los medios de comunicación y las TIC en todos los formatos y ubicaciones y en diferentes formas de propiedad^v.

4. Discusión y conclusiones

El análisis de las primeras publicaciones científicas sobre comunicación con perspectiva de género ofrece resultados de interés para un área de conocimiento que podría calificarse como poco explorada. El más relevante de todos ellos implica el reconocimiento de la labor y compromiso de decenas de investigadoras y académicas feministas que supieron identificar y dimensionar la responsabilidad de los medios de comunicación en la agenda de derechos de las mujeres. Los resultados permiten establecer una relación directa entre la incorporación de los estudios de las mujeres a las universidades y el desarrollo de investigaciones sobre medios de comunicación con perspectiva de género. Es pertinente recordar que, de manera previa, la denominada como *Mass Communication Research* fue una reconocida área de investigación académica que involucraba a prestigiosas revistas científicas, entre ellas, *Journalism Quarterly*, creada en 1924. Sin embargo, no es hasta la segunda década de los setenta cuando emerge la comunicación con perspectiva de género como un área de investigación y lo hace, más por el interés de los estudios de género en la comunicación, que por el interés de la comunicación en los estudios de género. La invisibilización de las mujeres investigadoras y de sus aportaciones al conocimiento científico se convierten en un obstáculo para rastrear su biografía, sin embargo, en esta investigación se han podido identificar algunos de estos perfiles -los más relevantes o de profesoras que siguen en activo- que corroboran la ausencia de investigaciones surgidas desde la ciencia de la comunicación, que permaneció ciega a las relaciones de poder que subyacían al sexismo y representaciones discriminatorias. La mayoría de las aportaciones científicas a los estudios de comunicación y género en el periodo analizado proceden de diversas áreas de conocimiento de las ciencias sociales, como la sociología (Laner, Tuchman, Kaplan y Walker); la psicología (Marecek, Morris); el derecho (Hommel) y la literatura (Bond). Sí ha sido posible identificar algunas autoras vinculadas a la comunicación, pero, curiosamente, eran periodistas en ejercicio. Se trata de Judith Hennessee, Joan

Nicholson y Joann S. Lublin, que, posteriormente, se convertiría en editora de *The Wall Street Journal* y en ganadora del Premio Pulitzer. Solo Marion Marzolf, también periodista, ejercía como *professor* en el Departamento de Comunicación de la Universidad de Michigan (O1).

En segundo lugar, a través del análisis cualitativo se han podido identificar los temas que en ese momento despertaban el interés de las investigadoras feministas. Como se ha mencionado, el foco en los medios de comunicación se consolida a mediados de la década de los setenta, sin embargo, es pertinente mencionar que en los resultados de búsqueda aparecieron numerosas investigaciones de análisis de representación de mujeres, también homosexuales, y de relaciones de género en obras literarias, fundamentalmente, novelas, que podrían ser consideradas como un producto de la cultura popular de la época dirigido al público femenino. Este análisis sitúa el origen de problemáticas que continúan vigentes en la comunicación con perspectiva de género, lo que lleva a establecer varias conclusiones en este aspecto. En primer lugar, el valor de la categoría género para la investigación en ciencias sociales, que permitió observar la representación de mujeres y hombres como relaciones de poder y dominación y, por tanto, poner el foco en los medios de comunicación como espacios de legitimación simbólica del patriarcado. En segundo lugar, de estos trabajos surgen importantes categorías para el análisis en este campo, entre ellas, *aniquilamiento simbólico*, *objetivización* o *cultura de la violencia* en el contexto de la pornografía. En tercer lugar, las investigaciones realizadas en la década de los setenta suponen un valioso legado para las investigaciones actuales, ya que ofrecen referencias para observar la evolución del sector en materia de igualdad. Por último, y como aspecto más negativo, es necesario poner de relieve la escasa atención a la diversidad durante esta época lo que, precisamente, coincide con la crítica que en aquel momento se hizo a las feministas radicales y que propició la emergencia de otros feminismos durante la década de los ochenta. Como se expuso en el apartado de resultados, solo fue posible identificar dos publicaciones sobre representación de mujeres negras en los medios de comunicación, realizadas por autoras negras y publicadas en revistas de estudios afroamericanos. Algo similar ocurrió con las publicaciones sobre homosexualidad, escasas, y realizadas por mujeres lesbianas que asumieron su identidad sexual como una forma de reivindicación y activismo (O2, O3).

La última de las conclusiones respecto al análisis de las publicaciones conecta con la segunda parte de esta investigación y se refiere a la vinculación entre la investigación con perspectiva de género y la transformación social. Como se ha visto, el origen de la comunicación con perspectiva de género no parte de los prestigiosos estudios de comunicación de Estados Unidos, si no de los Estudios de la Mujer que se estaban creando en ese momento por parte de académicas vinculadas al movimiento feminista. Por tanto, el motor de estas investigaciones no fue el interés en los medios de comunicación en sí, lo fue la visibilización del sexismo y la discriminación en tanto obstáculos para el avance en los derechos de las mujeres. Los resultados de las investigaciones fueron utilizados como argumento para promover acciones de cambio. Este es el caso de la importante investigación de la National Organization of Women, cuyos resultados fueron publicados en una conocida revista de prensa como forma de presión, y no en una revista académica (O4).

Desde la década de los 90, con la convocatoria de las conferencias temáticas preparatorias de Beijing, la comunicación con perspectiva de género ha reunido a investigadoras del ámbito universitario, profesionales de los medios de comunicación y activistas que han colaborado desde diferentes frentes para promover los derechos de las mujeres desde la comunicación. A ellas les debemos la incorporación del punto "La mujer y los medios de difusión" como parte de la estrategia de acción de Beijing, pero, también, la enorme diversidad de acciones que han surgido desde entonces para avanzar en su cumplimiento. Aunque es imposible mencionar a todas, destacamos el referenciado Proyecto Global de Monitoreo de Medios; la Global Alliance on Media and Gender, de la que parte multitud de acciones en diversos ámbitos; la Network on Gender, Media and ICTs, Unitwin, vinculada a la UNESCO y que pone el foco en la investigación, la educación y la participación; los observatorios de publicidad sexista; elaboración de códigos deontológicos para el tratamiento informativo de la violencia machista; el reconocimiento de nueva formas de violencia hacia las mujeres vinculadas a las TIC; la inclusión de los medios de comunicación en leyes de igualdad y contra la violencia de género, incluidos acuerdos internacionales vinculantes, como Convención sobre la Eliminación de toda forma de Discriminación contra la Mujer (CEDAW) o, más recientemente, la Resolución del Parlamento Europeo sobre la estrategia de la unión para la igualdad de género, son solo algunas de las acciones y políticas públicas que involucran a feministas de diversos frentes unidas por la promoción de los derechos de las mujeres desde la comunicación. No es posible determinar de manera precisa el impacto de las publicaciones reseñadas en los resultados sobre la creación de políticas públicas, pero sí se puede constatar la coherencia y conexión entre las temáticas que se convirtieron en objeto de estudio durante el período analizado y las áreas a las que se han dirigido las políticas públicas y las acciones dirigidas a la promoción de la igualdad y los derechos de las mujeres en el ámbito de la comunicación (O4). Por tanto, se considera que las investigaciones en comunicación con perspectiva de género, a nivel internacional y hasta la actualidad, han colaborado en la creación de la hoja de ruta para avanzar hacia una comunicación basada en la igualdad, el respeto y la no discriminación.

El objeto de esta investigación no era realizar una exhaustiva revisión de los estudios sobre comunicación con perspectiva de género durante la Segunda Ola del Feminismo, pero sí lo era reconocer y poner en valor tanto el trabajo de estas investigadoras pioneras en los estudios de comunicación y género, como la influencia que pudieran tener los resultados de sus investigaciones para la construcción de medios de comunicación más diversos y comprometidos con la igualdad. Consideramos que sus historias aún están incompletas e, incluso, ocultas tras la inicial de un nombre que impide reconocerlas. Por ello, incluir la historiografía de estas investigadoras como parte de las líneas de los estudios de comunicación y género debe ser contemplada como un merecido reconocimiento a quienes abrieron el camino por el hoy transitamos.

5. Referencias bibliográficas

- [1] Baehr, H. (1980). The 'liberated woman' in television drama. *Women's Studies International Quarterly*, 3, 29-39. <https://doi.org/c3688m>
- [2] Beauvoir, S. [1949][2011]. *El Segundo sexo*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- [3] Bond, J. C. (1975). The media image of black women. *Freedomways*, 15(1), 34-37. <https://bit.ly/3vUxlQm>
- [4] Boxer, M. J. (1998). *When women ask the question. Creating Women's Studies in America*. Baltimore: The Johns Hopkins University Press.
- [5] Buonanno, M. (2014). Gender and media studies: progress and challenge in a vibrant research field. *Anàlisi. Quaderns de Comunicació i Cultura*, 50, 5-25. <https://doi.org/gcjb>
- [6] Butler, J. (1990). *El género en disputa*. Barcelona: Paidós.
- [7] Declaración y Plataforma de Acción de Beijing. <https://bit.ly/3b5K379>
- [8] Evans, J. (1995). *Feminist theory today. An introduction to Second-Wave Feminism*. Londres: SAGE Publications.
- [9] Gill, R. (2007). *Gender and the media*. Cambridge: Polity Press.
- [10] Glazer, N. (1980). Overworking the working woman: the double day in a mass magazine. *Women's Studies International Quarterly*, 3, 79-93. <https://doi.org/ftx2g5>
- [11] Fredrickson, B. L. & Roberts, T. A. (1997). Objectification theory. Toward understanding women's lived experiences and mental health risks. *Psychology of Women Quarterly*, 21, 173-206. <https://doi.org/cvz9n4>
- [12] Friedan, B. (1963). *La mística de la feminidad*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- [13] Haraway, D. [1984][2020]. *Manifiesto Cyborg*. Madrid: Kaótica Libros.
- [14] Hennessee, J. A. & Nicholson J. (1972, May, 28). NOW Says: TV Commercials Insult Women. *New York Times Magazine*, 12-13. <https://nyti.ms/3w65hcC>
- [15] Hoffman, M.; Silver, S. & Gibbons, S.J. (1977). *Women in Media: A Documentary Source Book*. Washington: Women's Institute for Freedom of the Press.
- [16] Hommel, T. (1978). Images of women in pornography and media. *Review of Law and Social Change*, 3, 207-214.
- [17] Lamas, M. (comp.) (2015). *El género. La construcción cultural de la diferencia sexual*. Ciudad de México: PUEG-UNAM.
- [18] Laner, M. (1978). "Personals" advertisements of lesbian women. *Journal of Homosexuality. Journal of Homosexuality*, 4, 41-62. <https://doi.org/br8q22>
- [19] Lublin, J. S. (1972). Discrimination against women in newsrooms: Fact o fantasy? *Journalism Quarterly*, 49, 357-361.
- [20] MacBride, S. (1980). *Un solo mundo, voces múltiples*. Fondo de Cultura Económica: México.
- [21] Marecek, J.; Allyn, J.; Fitzsimmons, E.; Krogh, E.; Leader, E. & Trudell, B. (1972). Women as TV Experts: The Voice of Authority? *Journal of Communication*, 1(28), 159-168. <https://doi.org/fg7zbn>
- [22] Marzolf, M. (1977). *Up From the Footnote: A History of Women Journalists*. Nueva York: Hastings House.

- [23] Mattelart, M. (1981). *La mujer y las industrias culturales*. París: UNESCO.
- [24] Millet, K. [1970] (2010). *Política Sexual*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- [25] Morris, M. (1973). Newspapers and the New Feminists: Black Out As Social Control? *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 50, 37-42. <https://doi.org/b3xmkd>
- [26] Plataforma de Acción de Beijing. <https://bit.ly/3bP9Gs2>
- [27] Rakow, L.F. (2008). Feminist Historiography and the Field: Writing New Histories. In David W. Park & Jefferson Pooley (Eds.), *The History of Media and Communication Research: Contested Memories* (pp. 113-139). New York: Peter Lang.
- [28] Rosen, M. (1973). *Popcorn Venus: Women, Movies and the American Dream*. Nueva York: Avon Books.
- [29] Scott, J. (2015). El género: una categoría útil para el análisis histórico. En M. Lamas (comp.), *El género. La construcción cultural de la diferencia sexual* (pp. 251-290). Ciudad de México: PUEG.
- [30] Shepherd, J. (1980). The portrayal of black women in the ads of popular magazines. *The Western Journal of Black Studies*, 4(3), 179-180. <https://bit.ly/33Crh2K>
- [31] Tuchman, G.; Kaplan, A. & Walker, J. (1978). *Hearth and Home: Images of Women in the Mass Media*. New York: Oxford University Press.
- [32] Tuchman, G. G. (1978). The Symbolic Annihilation of Women in the Media. In G. Tuchman, A. Kaplan y J. Walker (Eds.), *Hearth and Home: Images of Women in the Mass Media* (pp. 9-29). New York: Oxford University Press.
- [33] Valdivia, A. & Projansky, S. (2006). Feminism and/in Mass Media. In Bonnie J. Dow & Julia T. Wood (Eds.) *Gender and Communication in Mediated Contexts* (273-296). Thousand Oaks: SAGE Publications.
- [34] Wollstonecraft, M. [1789](2012). *Vindicación de los derechos de la mujer*. Madrid: Cátedra.

6. Notas

1. Esta investigación se focaliza en un periodo concreto en el contexto de Estados Unidos por ser considerado como el más relevante para los objetivos planteados. Por supuesto, fuera de este ámbito es necesario reconocer las contribuciones que han colaborado a la creación de los estudios de investigación con perspectiva de género. Solo por mencionar algunos de ellos, es pertinente nombrar a Michelle Mattelart (Chile); Charlotte Brunsdon, en el área de los Estudios Culturales en Reino Unido; o Gertudre Robinson, en el contexto de Canadá. Para profundizar al respecto, ver: Valdivia y Projansky (2006); Rakow (2008) y Buonanno (2014).
2. En esta investigación no se han incluido aquellas publicaciones dirigidas al análisis de relaciones de género o estereotipos en los libros de textos y obras literarias, de las que también se evidencia un auge en el periodo tomado como referencia.
3. Para acceder al monográfico completo: <https://bit.ly/3kvPVK4>
4. En la dirección ejecutiva de GAMAG participan destacadas investigadoras y académicas en el área de la investigación sobre comunicación y género como Carolyn Byberly, Margaret Gallagher y Aimeé Vega Montiel.
5. Gamag.net