

PAULO RENATO DA SILVA, MARIO AYALA
FABRICIO PEREIRA DA SILVA , FERNANDO JOSÉ MARTINS
(COMPILADORES)

LUTAS, EXPERIÊNCIAS E DEBATES NA AMÉRICA LATINA

Anais das IV Jornadas Internacionais de Problemas Latino-Americanos

Foz do Iguaçu
Imago Mundi / PPG - IELA UNILA
2015

Cuotas de género en la producción periodística y de ficción. Propuestas teóricas y marcos normativos para el cambio

Cotas de gênero na produção de jornalismo e ficção. Propostas teóricas e marcos regulatórios para a mudança.

Florencia Laura Rovetto (CONICET/UNER/IMFC florencia.rovetto@gmail.com); Ana Clara Borsani (UNR/IMFC anaclarab88@gmail.com); Luciana Caudana (UNR/IMFC luciana_caudana@hotmail.com).

En este trabajo nos acercamos a la problemática de las experiencias laborales de las y los profesionales en los medios de comunicación, teniendo en cuenta su articulación con los condicionantes de género y la organización socio laboral en el contexto actual de cambios normativos e institucionales producidos en la actualidad que plantean cambios económicos y culturales para este sector. Para ello recorreremos los antecedentes históricos y teóricos que nos permiten indagar las prácticas y experiencias profesionales en la producción de contenidos periodísticos y de ficción producidos para televisión abierta, atendiendo las modalidades de inserción y promoción en el empleo, las estrategias de conciliación laboral-familiar, así como las diferencias en oportunidades-obstáculos laborales, registrados por mujeres y varones en los ámbitos de trabajo.

Abstract:

In this paper we approach the problem of working experiences of the professionals in the media , considering its articulation with the constraints of gender and socio labor organization in the current context of policy and institutional changes in the currently posed economic and cultural changes for this sector. To do this we cross the historical and theoretical background that allow us to investigate the practical and professional experience in producing news content and films produced for broadcasting, addressing the modalities of integration and promotion in employment strategies work - life balance , as well as differences in employment opportunities - obstacles registered by women and men working in the fields .

Palabras claves: género, producción periodística, producción de ficción, igualdad de oportunidades

Key-words: gender, news production, production of fiction, equal opportunities

1. Introducción

Aquí nos proponemos recorrer los antecedentes históricos y los cambios normativos, así como los principales antecedentes teóricos que nos permiten abordar las prácticas y experiencias profesionales en la producción de contenidos periodísticos en general, y de ficción producidos para televisión abierta, atendiendo las modalidades de inserción y promoción en el empleo, las estrategias de conciliación laboral-familiar, así como las diferencias en oportunidades-obstáculos laborales, registrados por mujeres y varones en los ámbitos de trabajo.

Abordar el problema de la participación laboral de mujeres y varones en la producción de contenidos informativos de los medios gráficos y audiovisuales y en la producción de contenidos de ficción para la televisión implica delimitar el marco contextual de esta indagación y esbozar las primeras hipótesis de trabajo.

Para ello, nos abocamos a enmarcar el fenómeno en un tiempo presente, determinado por la aplicación de dos leyes nacionales aprobadas en el año 2009: la ley de *Servicios de Comunicación Audiovisual* (N° 26.522) y de *Protección Integral para prevenir, sancionar, y erradicar la violencia contra las mujeres en los ámbitos en que desarrolle sus relaciones interpersonales* (N° 26.485), cuyos tópicos e incidencias se pueden ponderar en los escenarios laborales de los medios locales como muestra representativa de los cambios producidos a nivel nacional.

Ciertamente, las mencionadas normativas constituyen un punto de inflexión para reflexionar sobre la aplicación de su articulado en el sector de los medios de comunicación, en procura de alcanzar el acceso equitativo de varones y mujeres en los procesos de producción y trasmisión de contenidos informativos y ficcionales.

A continuación detallamos las características generales y específicas del contexto de indagación, recorreremos los principales aportes teóricos e identificamos las repercusiones de las transformaciones jurídicas relacionadas con la temática para, finalmente, esbozar las primeras hipótesis de trabajo con las que abordamos el fenómeno estudiado.

2. Contexto de indagación

Como señalamos más arriba, esta investigación se inscribe en el contexto de los debates actuales sobre sesgo de género y desigualdad en los medios de comunicación que han adquirido una relevancia creciente en las últimas décadas a nivel internacional y, más tardíamente, a nivel nacional, como un problema de derechos y de política pública. Tal debate propició el aumento de la visibili-

zación de la discriminación de género en los medios de comunicación. Las normas tienen también, más allá de la efectiva aplicación de los instrumentos que crean, un efecto simbólico, como si, siguiendo a Segato (2013) el “haberle puesto nombre” a la discriminación de género en los medios hubiera generado, a su vez, la legitimación de una mirada crítica que renueve “la sensibilidad ética de la sociedad” en este y otros aspectos problemáticos y complejos que reclamaban un lugar en la agenda pública.

A su vez, el interés por este tema se ha profundizado en el ámbito académico aumentando el número de estudios e investigaciones sobre desigualdades de género en los medios de comunicación como objeto de análisis. En este terreno ubicamos un fenómeno significativo, aunque relativamente poco explorado todavía, como el de las desigualdades de género en la relaciones de trabajo al interior de los medios de comunicación.

Por otra parte, la incorporación de argumentos sobre *género y derecho a la comunicación* en la agenda política internacional (con sus correlatos en las legislaciones locales) han puesto el acento sobre el acceso y la participación de las mujeres en la producción como *una de las claves fundamentales para el desarrollo de las sociedades democráticas, atendiendo el escaso volumen de participación de las mujeres en los ámbitos de decisión y dirección de las empresas productoras de contenidos mediáticos.*²¹¹

2.1 Avances legales en torno a la participación de las mujeres en la producción mediática

La sanción de las dos leyes nacionales antes mencionadas, junto con las políticas públicas que se desprenden de su articulado, forman parte de nuestras reflexiones y constituyen la base contextual del proyecto que aquí se presenta. A continuación mencionaremos los aspectos de esta legislación que resultan fundamentales para el desarrollo de este trabajo.

Un aspecto insoslayable, presente en ambos cuerpos legales es el de la perspectiva de la *igualdad de oportunidades*. Por ejemplo, en la Ley 26.522, de *Servicios de Comunicación Audiovisual*, se presentan dos apartados que apuntan a la *igualdad de oportunidades y no discriminación* como objetivos

²¹¹ Aunque volveremos sobre este punto, señalamos que ya en 1979 la Asamblea General de las Naciones Unidas aprobó la Convención sobre la Eliminación de todas las Formas de Discriminación contra la Mujer promoviendo que los Estados parte tomen “todas las medidas apropiadas para modificar los patrones socioculturales de conducta de hombres y mujeres, con miras a alcanzar la eliminación de los prejuicios y las prácticas consuetudinarias y de cualquier otra índole que estén basados en la idea de la inferioridad o superioridad de cualquiera de los sexos o en funciones estereotipadas de hombres y mujeres”. Disponible en <http://www.un.org/womenwatch/daw/cedaw>.

centrales de la misma. En el Artículo 2 se refiere que el objeto primordial de la actividad brindada por los servicios de comunicación regulados es la promoción de la diversidad y la universalidad en el acceso y la participación, implicando con ello, la igualdad de oportunidades de todos los habitantes de la Nación para acceder a los beneficios de su prestación. Mientras que en el Artículo 3 se propone como medida derivada de la Ley promover la protección y salvaguarda de la igualdad entre hombres y mujeres, y el tratamiento plural, igualitario y no estereotipado, evitando toda discriminación por género u orientación sexual.

Asimismo, esta Ley apunta a la formación y la educación como factores claves para producir las transformaciones sociales y propone “reforzar los programas de planes de estudios con un componente de género importante, en la educación oficial y no oficial para todos, y 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” (Notas a la Ley. Artículo 1, inciso 8).

A su vez, la ley 26.485 fundamenta en el plexo de su texto promueve “la igualdad real de derechos, oportunidades y de trato entre varones y mujeres” (Artículo 3, inciso j), luego de mencionar como parte de sus objetivos lograr “la remoción de patrones socioculturales que promueven y sostienen la desigualdad de Género y las relaciones de poder sobre las mujeres” (Artículo 2, inciso e).

Finalmente, esta ley procura incidir sobre diferentes formas que adopta la discriminación por razones de género en los medios de comunicación, favoreciendo la construcción de nuevos sentidos sociales, visualizando, en primer lugar, el rol del Estado como garante del derecho a la comunicación de las mujeres y de colectivos discriminados por razones de género, en segundo lugar, la responsabilidad de las empresas de comunicación (gráficas y audiovisuales -licenciatarias y productoras-) de favorecer condiciones de acceso y producción equitativas, y en tercer lugar, la acción de sindicatos y asociaciones que representan al colectivo de profesionales que trabajan en los medios de comunicación, así como a los espacios educativos de formación profesional²¹².

Entre los antecedentes de ambas legislaciones nacionales se encuentra la *Declaración de la Plataforma de Acción de Beijing* de 1995 (en adelante, PAB)²¹³ que en su “Capítulo J” establece responsabilidades de los Estados para el logro de los objetivos estratégicos: mejorar la imagen de las mujeres en los medios y el acceso democrático en la estructura laboral y los cargos directivos. Si bien tal declara-

²¹² Entendiendo que en el presente vivimos la etapa universalista en la que la comunicación es un derecho humano de dos dimensiones, como se sabe, una individual y otra colectiva. Se trata de dar información, pero también de poder recibirla. Y los servicios de comunicación audiovisual son parte integrante e inescindible de este derecho humano a la comunicación.

²¹³ Aprobada en la 16ª sesión plenaria, celebrada el 15 de septiembre de 1995 en la Cuarta Conferencia Mundial de la Mujer (ONU).

ción fue pronunciada hace casi veinte años, en la mayoría de los países del mundo, muchos de los cuales estuvieron presentes en la *Conferencia de la Mujer* celebrada en Beijing, se ha avanzado muy poco sobre este tema, de acuerdo con las revisiones que cada cinco años se hacen de la PAB.

Ciertamente, la relevancia de la declaración de la PAB radica en que la misma incluye la sección “Mujer y medios de comunicación”, tomando a los medios de comunicación como una de las doce áreas de especial interés para conseguir la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres (ONU, 1995). Así, los medios de comunicación se consideran una esfera de especial preocupación por la constante proyección de imágenes negativas y degradantes de las mujeres, así como espacios que reproducen el desigual acceso de éstas a la tecnología de la información. Por este motivo la Conferencia hace un llamamiento a los Estados partes para que se potencie el papel de las mujeres mejorando sus conocimientos teóricos y prácticos y su acceso a la tecnología de la información.

Las Leyes que tomamos como marco normativo de referencia retoman estos los principios elaborados en la normativa internacional vigente y pugnan por una redistribución de los recursos materiales y simbólicos a través del rediseño del mapa de los medios de comunicación. Sobre este último punto, aquí se entiende que tal redistribución no puede agotarse en cambios de titularidad empresarial, sino que la redistribución de bienes simbólicos –y particularmente de los que tienen que ver con el sostenimiento de estructuras de poder patriarcales implica una profunda transformación cultural que las normas los medios y políticas públicas pueden colaborar a implementar.

A partir de esta experiencia, consideramos que se torna cada vez más imprescindible valorar el rol central que los medios de comunicación tienen en la construcción de sociedades igualitarias. Entendiendo que así como pueden ser reproductores y constructores de desigualdades de todo tipo, y entre ellas de género, también pueden ser actores centrales en la construcción de una agenda plural e igualitaria.

2.2 Apuntes teóricos sobre la desigualdad de género en la producción periodística y de ficción

Si bien en la década del 80, Margaret Gallagher (1979; 1981) señalaba la inexistencia de datos fiables y escasas investigaciones sobre las condiciones de trabajo en los medios de comunica-

ción²¹⁴, desde principios de los años 90, se produce un salto cualitativo y cuantitativo en la producción de conocimientos sobre la estructura y dinámica de la profesión periodística, fundamentalmente en Europa y Estados Unidos.

Estas aportaciones, de carácter empírico principalmente, han sentado las bases para la consolidación de una sociología de la profesión periodística, a la par que el desarrollo de las carreras de ciencias de la comunicación ha engrasado el número de profesionales cualificados en el mercado de trabajo y con ello el interés por conocer cómo es y cómo trabaja dicho colectivo.

Una de las contribuciones más relevantes sobre este tema la constituye el Proyecto de Monitoreo Global de Medios (GMMP)²¹⁵, llevado adelante por la Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC por sus siglas en inglés). Cada monitoreo pone de manifiesto la inequidad y segregación laboral que experimentan las periodistas en las organizaciones informativas y evidencia los roles estereotipados con los que se representan tanto a mujeres y varones a nivel mundial (WACC, 2010).

El cuarto y último monitoreo realizado en 2010, en 108 países simultáneamente²¹⁶, sostiene que *el mundo del que se informa en las noticias es básicamente masculino*.²¹⁷ En general, las “notas periodísticas tuvieron dos veces más probabilidades de reforzar los estereotipos de género en lugar de cuestionarlos; las noticias sobre la (des)igualdad de género son prácticamente inexistentes; y la

²¹⁴ Para entonces, sólo Estados Unidos y pocos países de Europa del Norte habían desarrollado estudios sobre mujeres y medios de comunicación, creando comisiones de periodistas y organizaciones de “vigilancia” de medios y apenas se cuenta con una veintena de investigaciones en lengua castellana (Gallagher, 1981).

²¹⁵ “El género no es un asunto exclusivo de las mujeres”, con este epígrafe Gallagher resume la cuestión central de los informes GMMP. A su vez, señala que los problemas de las mujeres exceden los límites de este grupo social y deben preocupar a toda la sociedad: “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, 1981: 29).

²¹⁶ El monitoreo 2010 en Argentina estuvo coordinada la red PAR de periodistas con visión de género. El criterio de selección de medios trató de abarcar la realidad de las distintas regiones del país en vez de centralizarlo solo en los medios de la capital. Disponible en <http://www.whomakesthenews.org/>

²¹⁷ Según este estudio de las noticias que aparecieron durante la jornada monitoreada, 1.3% fueron sobre violencia basada en el género, 0.3% sobre participación de las mujeres en la economía, 1.2% sobre pobreza y 0.9% sobre la paz. Mujeres y participación política recibió la mayor cobertura, alcanzando 3.4%. Casi la mitad (48%) de todas las noticias refuerzan los estereotipos de género, mientras que apenas 8% de ellas cuestionan estos estereotipos. Sólo 12% de las noticias destacaron temas de equidad de género o desigualdad de género. Los hallazgos sugieren que numerosas noticias pierden la oportunidad de crear conciencia con respecto a los instrumentos establecidos para proteger los derechos humanos, los derechos de las mujeres o la equidad de género (WACC, 2010).

cobertura sobre temas de especial importancia para las mujeres ocupan menos de 1.5% de atención en los medios” (WACC, 2010: 7).

El estudio advierte que lejos de haber alcanzado los objetivos de “suprimir la proyección constante de imágenes negativas y degradantes de la mujer en los medios de comunicación” (: 22), existe un aumento de la violencia y la discriminación contra las mujeres y las niñas en los contenidos producidos (con énfasis en la pornografía y la prostitución). Así, la responsabilidad de los medios en la reproducción de los prejuicios y prácticas discriminatorias contra las mujeres, continúa siendo una asignatura pendiente. De ahí que el GMMP se proponga dar continuidad a la vigilancia (*monitoring*) de los mensajes que se emiten y publican, abogando (*advocacy*) por iniciativas sociales para transformarlos a partir de la participación de toda la sociedad (WACC, 2010: 5).

En otra línea, el *Informe Global sobre la Situación de las Mujeres en los Medios de Comunicación* -realizado en 2011 por la Fundación Internacional de Mujeres Periodistas (IMFW por sus siglas en inglés)-, midió la presencia de mujeres dentro de la estructura laboral de los medios de comunicación. Entre sus resultados se destaca que Argentina tiene un promedio similar al resto del mundo y, en algunos casos, está en peor situación que otros países de la región. Según la investigación, hay dos varones por cada mujer en las salas de redacción y la menor presencia de mujeres se acentúa en los cargos más altos: entre las y los accionistas son sólo el 15,4%, y en los puestos directivos el 21,4%. Además, sólo ocho empresas accedieron a responder la encuesta, muchas menos que en otros países, lo cual evidencia la resistencia a dar cuenta de sus políticas laborales (Chaher, 2014: 19).

Por otra parte, a pesar de que en Argentina no se ha alcanzado un desarrollo académico profundo sobre el tema que nos ocupa, encontramos un conjunto de producciones recientes vinculadas a la práctica periodística en el país, con trabajos de diagnóstico y análisis llevados adelante por colectivos profesionales de mujeres periodistas sensibles a la temática -Periodistas de Argentina en Red por una comunicación no sexista (PAR)²¹⁸; Artemisa Comunicación y más tarde Comunicar Igualdad; Equipo Latinoamericano de Justicia y Género (ELA)- que presentan propuestas concretas de “buenas prácticas” en pos de generar mayores grados de equidad en la tarea periodística y

²¹⁸ Entre las acciones llevadas a cabo recientemente por la Red PAR, se encuentra el Decálogo sobre un adecuado tratamiento periodístico de la violencia de género. Una herramienta dirigida a profesionales y estudiantes de periodismo y comunicación. Para acceder al decálogo se puede consultar <http://www.redpar.com.ar/>.

en las representaciones sociales de los productos mediáticos (con los protocolos para el tratamiento periodístico de la violencia de género o los delitos de trata).²¹⁹

Asimismo, recientes aportes sobre el tema lo constituyen las dos compilaciones de Chaher y Santoro, tituladas *Las palabras tienen sexo*, reúnen trabajos de investigación, ensayos y análisis críticos sobre periodismo en Argentina desde un enfoque feminista, realizados tanto por académicas y como por trabajadoras de los medios de comunicación que ponen de manifiesto las condiciones estructurales de una cultura patriarcal y sus consecuencias para el acceso equilibrado de mujeres y varones en las organizaciones laborales (Chaher y Santoro, 2007; 2010).

Por otro lado, en la actualidad, la producción de ficción televisiva argentina goza de muy buena salud. Este dato se refleja en la creatividad de las propuestas y la inversión económica que experimenta este sector de la industria cultural audiovisual, dando lugar a la emisión de múltiples formatos ficcionales (desde la clásica telenovela o las series, a las miniseries, los unitarios, los telefilmes, los docudramas, o los reality-ficción) que le permite ostentar altos niveles de recepción y disputar el *rating* de audiencia nocturna en las pantallas de los canales generalistas de aire que se emiten en todo el país (Aprea, 2012).

En este contexto, el análisis de las cuotas de género en la producción de ficción televisiva actual no puede soslayar la efervescencia que este sector de la industria cultural audiovisual está atravesando. Al respecto, se destaca que la LSCA promueve la participación de las mujeres en la producción de contenidos audiovisuales (Artículo 8) y la posibilidad de que otras miradas, productoras, guionistas y directores, realicen ciclos ficcionales para televisión son iniciativas muy celebradas en el mundo televisivo argentino.

A partir de aquí, cabe interrogar sobre la efectividad de estas iniciativas para modificar las cuotas de género y el reparto de roles y funciones en el mundo de la producción de series televisivas para develar si el aumento de la producción de ficciones a nivel local ha podido incrementar la participación de las mujeres en ámbitos de producción, guion y dirección en la ficción televisiva, o permanece la tendencia constatada en el caso de la producción informativa, que confirma una escasa presencia de mujeres en la producción, superando la ratio de varones solo en aquellos departamentos técnicos o especializados de función media (artística, vestuario, maquillaje y peluquería).

²¹⁹ Muchas de estas investigaciones, como ya hemos referido, se han realizado conjuntamente con asociaciones del ámbito internacional a través de redes de profesionales, movilizadas por las mismas inequidades: el monitoreo realizado por la ya mencionada WACC al que se suma el Informe Global sobre la Situación de las Mujeres en los Medios de Comunicación que referimos más adelante son ejemplos de investigaciones globales.

3. Delimitación del objeto de estudio e hipótesis de trabajo

Los antecedentes contextuales y teóricos hasta aquí relevados, nos permiten establecer que las nociones de *Género*, *Trabajo* (en tanto actividad y en tanto ambiente de interacción) y *Medios de Comunicación* son los pilares conceptuales que sostienen de manera articulada la construcción del estudio propuesto. En esta línea, para abordar las desigualdades de género en organizaciones laborales propias de la industria cultural enfocamos la construcción de un sistema de desigualdades basadas en la división sexual del trabajo (Pateman, 1995), donde el género, como elemento distintivo de los sexos constituye una forma primaria de las relaciones significantes de poder (Scott, 1986, en Amelang y Nash, 1990).

Asimismo, nos valemos del concepto de “techo de cristal” que hace referencia a un fenómeno de barrera ascendente e invisible que encuentran las mujeres en un momento determinado de su desarrollo profesional, viendo estancadas sus posibilidades de ascenso. Las causas de este estancamiento provienen tanto de prejuicios sociales como con la ausencia de estrategias de conciliación con la vida personal (López Díez, 2004). Su participación en puestos directivos sigue siendo exageradamente reducida -con variaciones y diferencias ocasionalmente importantes- (Gallego y Altés 2004).

Partimos de considerar que en el ámbito de trabajo periodístico se reproducen mecanismos de segregación laboral por género que evidencian desequilibrios e inequidades asociadas a la “división sexual del trabajo” que asigna roles y funciones diferenciales a mujeres y varones en las estructuras y prácticas laborales desarrolladas en los medios de comunicación. En el caso particular que nos ocupa dichos mecanismos expresan desigualdades en la distribución de áreas de trabajo, la distribución de las tareas, las retribuciones salariales, el acceso y la promoción profesional entre los profesionales de acuerdo con sus condiciones de género.

A partir de aquí vamos perfilando como objetivo general, relevar la participación de mujeres y varones en los medios informáticos, gráficos y audiovisuales atendiendo su participación en todos los niveles de la organización laboral. Abordar este fenómeno puntual implica analizar la incidencia de la legislación actual en la organización socio laboral en los medios gráficos y audiovisuales con el propósito de elaborar propuestas tendientes a fomentar el acceso y la participación equilibrada de mujeres y varones en la producción de contenidos informativos y de ficción.

En esta investigación sostenemos que, a pesar de los avances legislativos, en los escenarios laborales incluidos en distintos espacios de la industria cultural persiste una participación diferenciada

en razón de género que reproduce la estructura y dinámica de desigualdades presentes en el conjunto de las sociedades actuales. Por lo tanto, indagar los efectos de dichas normativas en la organización socio laboral de los sectores dedicados a la producción de contenidos en el país implica, en primer lugar, evidenciar la distribución de roles y funciones de mujeres y varones en los escenarios laborales antes mencionados para detectar cambios y transformaciones respecto al periodo anterior. Asimismo, consideramos que el contexto actual ofrece un marco insoslayable para observar y analizar las experiencias de los y las profesionales en los medios de comunicación tomando como referencia la perspectiva de los actores implicados en las organizaciones mediáticas dedicadas a la producción de contenidos informativos y de ficción.

Por último, destacamos que la relevancia de la investigación actual se sustenta en dos cuestiones de peso: por un lado la ausencia de estudios precedentes en la región que aborden las prácticas periodísticas y su articulación con las desigualdades de género y las relaciones de poder desde una perspectiva sociocrítica; y por otro, la necesaria indagación en torno a la organización y las prácticas de trabajo periodístico en un contexto de cambios legales, institucionales y políticos que pueden soslayar o posibilitar el acceso equitativo y con igualdad de oportunidades en los escenarios de trabajo donde se construyen

Referencias bibliografía

APREA, Gustavo. "Proyecto Aluvión: el peronismo mítico en la ficción televisiva". En Actas XIV Congreso REDCOM. Universidad Nacional de Quilmes, 2012.

APREA, Gustavo y SOTO, Marita. "¿Pueden las leyes generar nuevos relatos?", en Revista *Sociedad* N° 31, Buenos Aires: Facultad de Ciencias Sociales, UBA, pp. 131-140. 2012.

CHAHER, Sandra y SANTORO, Sonia. *Las palabras tienen sexo I*, Artemisa, Buenos Aires, 2007.

CHAHER, Sandra y SANTORO, Sonia. *Las palabras tienen sexo II. Herramientas para un periodismo de género*, Artemisa, Buenos Aires, 2010.

GALLAGHER, Margharet. *El modo de presentar a la mujer en los medios de comunicación*, UNESCO, París, 1997.

GALLAGHER, Margharet. *Unequal Opportunities The Case of Women and the Media*, UNESCO, Paris, 1981.

GALLEGO, Joana y ALTÈS, Elvira. “Estereotipos y roles de género en los medios de comunicación”. En López Diez, Pilar (Ed.) *Manual de información en género*, Instituto de la Mujer, Madrid, 2007.

INSTITUTO DE LA MUJER. *Tratamiento y representación de las mujeres en las telenovelas emitidas por las cadenas de televisión de ámbito nacional*, Madrid: Instituto de la Mujer. 2007.

LÓPEZ DIEZ, Pilar. “La mujer, las mujeres y el sujeto del feminismo en los medios de comunicación” en *Manual de información en género*. Madrid: IORTV (RTVE) e Instituto de la Mujer, 2004.

MARTÍN BARBERO, Jesús. “Claves de debate: Televisión Pública, Televisión Cultural: entre la renovación y la invención”. En RINCÓN, Omar. *Televisión pública: del consumidor al ciudadano*. Buenos Aires: La crujía ediciones, 2005.

ONU. *IV Conferencia Mundial sobre las Mujeres*. Beijing: Naciones Unidas, 1995.

OROZCO, Guillermo. (coord.). *Lo viejo y lo nuevo: Investigar la comunicación en el siglo XXI*. Ediciones La Torre, Madrid, 2000.

OROZCO, Guillermo y VASSALLO DE LOPES, María Immacolata. “Observación de la ficción televisiva en ocho países iberoamericanos”. En Revista *Comunicación y Sociedad*, N° 13, pp. 13-42, 2010.

OROZCO GÓMEZ, Guillermo y VASSALLO DE LOPES, María Immacolata (coord.). *Calidad de la ficción televisiva y participación transmediática de las audiencias*. Globo Universidade, San Pablo, 2011.

PATEMAN, Carol. *El contrato sexual*, Barcelona: Anthropos, 1995.

SCOTT, Joana. “El género: una categoría útil para el análisis histórico”. En AMELANG, J. y NASH, Mary (eds.), *Historia y género: las mujeres en la Europa Moderna y Contemporánea*, Valencia: Edicions Alfons El Magnànim-IVEI. 1986.

SEGATO, Rita. “Historizando el patriarcado- Una trayectoria personal en el campo de los estudios de género”, Asociación Civil Comunicación para la Igualdad. <http://www.comunicarigualdad.com.ar/curso-virtual-rita-segato-recorre-su-trayectoria-en-estudios-de-genero/>. 2013. Fecha de consulta: 12.05.2014.

WACC. Proyecto de Monitoreo Global de Medios, Disponible en: http://whomakesthenews.org/images/stories/restricted/global/global_es.pdf, 2010. Fecha de consulta: 03.09.2014.