

ÍNDICE

1. ANTECEDENTES DEL PROYECTO	11
2. ENFOQUE DEL PROYECTO	15
3. PAUTAS Y TENDENCIAS DE INVESTIGACIÓN	17
3.1. Distribución y accesibilidad del material	17
3.2. Prioridades y limitaciones de la investigación	18
3.3. Cambios y tendencias	21
4. SÍNTESIS DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	23
4.1. Las mujeres y la producción de los medios de comunicación ..	23
<i>El contexto de la producción</i>	
<i>El género y los fluctuantes valores profesionales</i>	
4.2. Las imágenes de las mujeres y los hombres en el contenido que transmiten los medios de comunicación	27
<i>La representación general de las mujeres en el contenido de los medios de comunicación</i>	
<i>Los cambios en las imágenes de género en los medios de co- municación</i>	
<i>Las imágenes de la masculinidad y de la identidad de género</i>	
<i>Los medios de comunicación, las mujeres y la vida pública</i>	
4.3. Las mujeres en la audiencia de los medios de comunicación ...	35
<i>Las preferencias de hombres y mujeres en cuanto a los me- dios de comunicación</i>	
<i>La identificación de la audiencia con los medios de comuni- cación</i>	
<i>La reacción de las mujeres ante el contenido de los medios de comunicación</i>	

5. RESÚMENES DE LOS INFORMES DEL PROYECTO	41
5.1. Nuevos medios de comunicación	41
<i>Alcance de la investigación</i>	
<i>Principales resultados</i>	
<i>Lagunas de la investigación</i>	
5.2. Francia, Irlanda y el Reino Unido	44
<i>Alcance y eje de la investigación</i>	
<i>Principales resultados</i>	
<i>Lagunas de la investigación</i>	
5.3. Benelux, Alemania y Europa Central	47
<i>Alcance y eje de la investigación</i>	
<i>Principales resultados</i>	
<i>Lagunas de la investigación</i>	
5.4. Los países nórdicos	51
<i>Alcance y eje de la investigación</i>	
<i>Principales resultados</i>	
<i>Lagunas de la investigación</i>	
5.5. Grecia e Italia	54
<i>Alcance de la investigación</i>	
<i>Eje de la investigación</i>	
<i>Lagunas de la investigación</i>	
5.6. España y Portugal	56
<i>Alcance y eje de la investigación</i>	
<i>Lagunas de la investigación</i>	
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	59
6.1. Financiación de la investigación de las imágenes de género en los medios de comunicación	61
6.2. Lagunas de la investigación	63
<i>El desequilibrio geográfico</i>	
<i>La coordinación y continuidad</i>	

Los estudios sobre la producción y la audiencia
La vida social y política
La propiedad, control y regulación de los medios de comunicación

6.3.	Recomendaciones para la investigación y la acción	68
	<i>Propuestas con prioridad inmediata</i>	
	<i>Propuestas con prioridad futura</i>	
7.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	75
8.	ANEXO: FUENTES DEL MATERIAL	91
8.1.	Bases de datos	91
8.2.	Bibliotecas, institutos y universidades	93
8.3.	Publicaciones especializadas	97
8.4.	Sitios WEB consultados	99
8.5.	Palabras clave	101