

Género, representación y medios: una revisión crítica

El presente trabajo tiene como objetivo realizar desde una perspectiva de género un breve recorrido por las principales líneas teóricas que han conformado la crítica a las representaciones mediáticas de la feminidad en la cultura, en general, y en España, en particular. No nos mueve tanto la exhaustividad como la utilidad metodológica y pedagógica a la hora de aproximarnos a los diferentes enfoques y estudios que constituyen la variada relación entre los estudios de género y la crítica mediática.¹

CONFIGURACIONES DE LA FEMINIDAD EN EL CINE CLÁSICO

Las primeras aportaciones a una teoría feminista de los medios se encuentran en los años setenta cuando muchas feministas y directoras de cine coinciden en señalar que la historia de las mujeres en el cine viene estando caracterizada por la marginalización y ausencia de un discurso propiamente femenino ya que las imágenes imperantes son fruto de constructos culturales patriarcales. Es, sin duda, Laura Mulvey (1975) quien con su célebre y controvertido artículo «Visual pleasure and narrative cinema» empieza a sentar las bases de una teoría visual feminista al apropiarse del psicoanálisis para explicar, por un lado, la forma en que el cine clásico de Hollywood posiciona al espectador y a la espectadora en lo que respecta al placer visual y, por otro, cómo mediante tal posicionamiento se perpetúan las relaciones jerárquicas entre los sexos.

Es necesario comentar sucintamente las bases que sustentan el desarrollo de una teoría feminista de lo visual originada en interpretaciones psicoanalíticas. Esta asociación feminismo-psicoanálisis parte de la idea de que el placer visual ofrecido por los medios y el cine clásico tradicionales está íntimamente conectado con las formas en que el sujeto se constituye como tal desde la infancia. Aún más, el feminismo sostiene que la adquisición de identidades genéricas individuales está condicionada por estructuras sociales e históricas que operan al nivel del inconsciente y estructuran el deseo de acuerdo con patrones ligados a nuestra sexualidad. De ahí la importancia que adquiere el análisis de cualquier

* Profesora del Departamento de Filosofía, Sociología y Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universitat Jaume I y miembro del Seminario de Investigación Feminista de dicha Universidad.

¹ Para una breve introducción al desarrollo de la crítica de la comunicación mediática desde parámetros culturales no-occidentales véase Gámez Fuentes (2003).

producto cultural en tanto que constructor de posicionamientos masculinos y femeninos. El examen de ese producto y el proceso en el que se inscribe contribuye a la comprensión de cómo se moldean en la sociedad occidental las configuraciones de la masculinidad y la feminidad.

Mulvey (1975) propone un uso político del psicoanálisis para explorar precisamente la conformación con los posicionamientos preestablecidos en el cine. A pesar de las críticas y brechas que su argumento encierra (y que iremos dilucidando) sus observaciones son esenciales para entender el desarrollo de los estudios de género aplicados a los medios. Esta autora parte de la premisa de que en el cine clásico la figura femenina funciona meramente como imagen pasiva sobre la que la mirada activa masculina proyecta sus fantasías:

In a world ordered by sexual imbalance, pleasure in looking has been split between active/male and passive/female. The determining male gaze projects its phantasy on to the female figure which is styled accordingly. In their traditional exhibitionist role women are simultaneously looked at and displayed, with their appearance coded for strong visual and erotic impact so that they can be said to connote *to-be-looked-at-ness*. (Mulvey, 1975: 11)

En este marco la figura femenina está reducida a actuar como objeto erótico tanto para la audiencia extradiegética como para los personajes intradieгéticos. Ello es debido a que de acuerdo con la ideología dominante patriarcal la figura masculina no puede asumir un rol pasivo, no puede sufrir «objetificación» sexual. De hecho, la mujer la sufre porque de esa forma el inconsciente masculino puede controlar la amenaza que la imagen femenina encierra. Para entender esa amenaza es necesario recordar que según el psicoanálisis la mujer significa la diferencia sexual, es decir, la posibilidad de la pérdida de poder que el fallo conlleva en el orden de la cultura. Según Mulvey, el inconsciente masculino se enfrenta a esa amenaza en el cine mediante dos estrategias narrativas: emplazando a la mujer en el lugar de lo misterioso, del enigma que tiene que ser investigado para posteriormente desentrañarlo y así desmitificarlo, o, por otro lado, transformarla en fetiche erótico. El hombre obtiene de esta forma placer visual al adoptar la posición del héroe con el cual se identifica en su aventura desmitificadora o en su contemplación voyeurística. En cuanto a otros productos visuales como la publicidad la amenaza femenina se intenta soslayar mediante la fragmentación fetichística del cuerpo femenino.

Nadie mejor que Hitchcock, como la misma Mulvey indica y como Modleski (1990) amplía, para ejemplificar las ansiedades de los personajes masculinos ante lo que la feminidad supone en la cultura occidental. Desde *Rebecca* hasta *Rear Window* pasando por *Vertigo*, *Marnie* y *The Birds* entre otras los personajes femeninos se colocan en lugar del enigma que ha de ser desentrañado (*Rebecca*,

Vertigo y *Marnie*), o se configuran como elementos que perturban la seguridad masculina (*Vertigo* y *Marnie*) e incluso la tranquilidad de toda una comunidad (*The Birds*). Lo interesante, sin embargo, es que las películas hitchcockianas vienen siempre a escenificar las tensiones emergentes entre lo que las fantasías masculinas esperan y lo que los personajes femeninos desean.

La cuestión del deseo y placer femeninos son de hecho los puntos de mayor controversia en la propuesta de Mulvey ya que al centrarse en el placer visual de la audiencia masculina desplaza y oblitera el papel de la mujer como espectadora. La única posibilidad que se le ofrece a la audiencia femenina desde esta perspectiva es, como mínimo, contradictoria puesto que para disfrutar de las imágenes o se identifica con la mirada controladora masculina o con la pasividad de su imagen erotizada. A no ser que, como Mulvey propone, se produzcan nuevos textos visuales que destruyan los códigos narrativos y cinematográficos clásicos y ofrezcan formas alternativas de incardinación del deseo femenino.

LA PROBLEMÁTICA DE LA MUJER COMO ESPECTADORA

Diferentes estudios han cuestionado la universalidad de los presupuestos de Mulvey al señalar que algunas narrativas como las pertenecientes al género melodramático ofrecen un espacio alternativo en el que el deseo femenino no se encapsula exclusivamente en los lugares de enigma o fetiche (Modleski, 1982). La relación madre-hija presente en estas narrativas ofrece complejas vías de exploración del deseo femenino en términos de homosexualidad y bisexualidad que en principio Mulvey no aborda (Kaplan, 1992; Williams, 1987). Por otro lado, su exclusiva atención sobre el espectador heterosexual en una posición controladora y dominante ha levantado críticas que observan que la audiencia masculina puede también adoptar posiciones pasivas y masoquistas y no necesariamente heterosexuales (Silverman, 1981). En cuanto a su propuesta de destrucción de códigos narrativos tradicionales autoras como Doane (1988), Modleski (1982), y Williams (1987) discrepan de esta idea y observan que el simple rechazo de formas realistas de representación no garantiza una concienciación revolucionaria por parte de la audiencia.² Apoyando esta tendencia se sitúa el importante trabajo de De Lauretis (1984) quien, como veremos más adelante, nos recuerda la necesidad de la narración en la constitución del deseo.³

La preocupación por explorar la posibilidad de un placer visual para una mirada femenina activa pero no necesariamente masculinizada ha producido

² Otros estudios que coinciden con esta visión son Byars (1991), Kaplan (1992), Pribram (1988) y Stacey (1990).

³ La propia Mulvey se replantea años más tarde sus observaciones y admite que la posición de la espectadora es mucho más compleja de lo que inicialmente había expuesto (Mulvey, 1979).

diferentes contribuciones. Doane (1982) aborda la oposición entre agencia y pasividad de la mirada en términos de proximidad y distancia con respecto a la imagen femenina para explicar la problemática de la espectadora. Según esta crítica, la distancia respecto al objeto femenino de deseo es fácilmente asumible por parte del espectador ya que está relacionada con la constitución de la subjetividad masculina. Recordemos esquemáticamente que el niño adquiere su lugar en el triángulo edípico y, por ende, en el orden de la cultura, desplazando su primer objeto de deseo, la madre, e identificándose con el padre, mientras que la niña no puede negociar tan fácilmente dicho distanciamiento dado que el cuerpo del que debería distanciarse es uno igual al suyo propio. El niño puede desviar el miedo a la castración que le provoca la visión de un cuerpo femenino (materno) identificándose con el padre pero la niña para entrar en el orden de la socialización ha de adoptar el lugar de un sujeto (materno) que le recuerda su propia castración simbólica.⁴

Ahora bien, a propósito de aquéllos personajes femeninos, tales como las *femme fatale*, que hacen gala y exageran su feminidad, Doane observa que en estas instancias se opera una distancia que permite a la espectadora asumir el lugar de sujeto de la mirada sin tener que adoptar la posición masculina. Nos referimos al término originalmente acuñado por Riviere de «mascarada» (citado en Doane, 1982: 84). Doane considera que la estrategia de la mascarada expone la feminidad como fabricación patriarcal. Mediante la exageración de atributos supuestamente femeninos se rechaza la idea de la feminidad como algo inherente y posibilita la agencia espec(tac)ular por parte de la mujer.⁵

Por otra parte, teóricas como Gledhill (1987) se han ocupado en profundidad de géneros cinematográficos tales como el melodrama y el cine de mujeres para mostrar las vicisitudes de la mirada femenina en estas películas.⁶ La atención sobre estos géneros viene dada por el espacio que ofrecen para el tratamiento y protagonismo de personajes femeninos, el ámbito doméstico y preocupaciones «femeninas». Hay que señalar, sin embargo, que entre el melodrama y el cine de mujeres existe una diferencia basada en la gratificación espectral que construyen. El melodrama se concentra, mayoritariamente, en el tratamiento de la relación madre-hijo ofreciendo una imagen sacrificada y emotiva de la maternidad, mientras que el cine de mujeres aborda aspectos más subversivos de la maternidad y normalmente gira alrededor de la relación madre-hija. Los estudios concuerdan en que en el primer caso se intenta conjurar desde el imaginario masculino el poder que la figura materna ha consolidado en contextos históricos específicos.

4 Para una detallada discusión de la constitución de la subjetividad masculina y femenina véase Freud (1991a; 1991b), Lacan (1994) y Safouan (1994).

5 Para una aplicación de este concepto al cine de Hollywood véase Parrón-do-Coppel (1996).

6 Véase también Byars (1991), Doane (1988) y Kaplan (1992).

Aunque en el cine de Hollywood de los años treinta ya se prestaba atención a la figura de la madre como la responsable de la salud psíquica del/la niño/a, no es hasta los cuarenta que el melodrama y el cine de mujeres la representan como perturbadora de la salud psíquica del vástago. La masiva incorporación de la mujer al mercado laboral ya provocada en la I Guerra Mundial se repite durante la II Guerra Mundial con el agravante de que la primera ola de feminismo está consolidada. Así, los avances femeninos ya se van percibiendo como una amenaza para la familia. Esta ansiedad se verá reflejada en la representación de las negativas repercusiones del abandono materno. Los personajes maternos son además masoquistas o sádicos, el lazo entre madre-hija se ve no sólo como enfermizo sino que llega a desembocar en maldad o neurosis. Claro ejemplo de tales tendencias son las películas de Lang (*Secret Beyond the Door*) y Hitchcock (*Psycho* y *Marnie*) las cuales presentan madres descaradamente monstruosas que victimizan a sus hijos con fines sádicos o narcisistas, creando así seres criminales o inadaptados.⁷

Como Parrondo-Coppel (1995) recuerda, el cine de mujeres ha ofrecido además una inestimable fuente para analizar no sólo «qué tipos de deseos y de “subjetividad” definen a los personajes femeninos [...], sino también hasta qué punto estos filmes construyen una posición que podamos llamar femenina para la espectadora» (Parrondo-Coppel, 1995: 16). Este cuestionamiento sobre la feminidad de las posiciones ofertadas viene provocado por el hecho de que en la mayoría de los casos el deseo femenino se encuadra fílmicamente en el terreno de lo imaginario, el exceso o la enfermedad física o psíquica (paranoia).

A pesar de la escasa oferta de imágenes positivas que se brindan a las espectadoras en el cine clásico, De Lauretis (1984; 1987) defiende la posibilidad de lecturas alternativas que intenten reconocer las formas históricas en que las mujeres se comunican entre sí dentro de la sociedad patriarcal y las tensiones que plantean. Como adelantamos más arriba, su argumento se centra en la importancia de la narración para que las espectadoras disfruten de lo que ven. La subjetividad y el deseo se constituyen en relación a una narrativa. Por tanto, más que ir en contra de las estructuras narrativas tradicionales, De Lauretis sugiere una re-definición de la narración como estructura y de la narratividad como método. Ella plantea una lectura del deseo femenino en términos de agencia en la que el sujeto femenino sea consciente de la seducción que las narrativas tradicionales proyectan sobre las mujeres pero sin olvidar las específicas estrategias en juego en un determinado posicionamiento histórico. De esta forma se posibilitarían lecturas contestatarias respecto a las narrativas vigentes e incluso la subversión misma de los mecanismos de narratividad.

⁷ Para un análisis introductorio de las diferentes teorías sobre la maternidad véase Gámez Fuentes (2002).

HISTORIZANDO LA POSICIÓN DE LAS MUJERES ANTE/EN LOS MEDIOS

La idea de anclar históricamente (en base a vectores políticos y económicos) las formas de identificación y visibilización de la feminidad ha dado lugar a multitud de estudios que, aun teniendo en cuenta la utilidad del enfoque de raíz psiconalítica, introducen otras variables de clase, raza, nacionalidad, generación etc. que también afectan a la forma en que la audiencia femenina se identifica con la diversidad de productos audiovisuales. Esta corriente, principalmente influenciada por los Estudios Culturales, tiende a leer la relación de las mujeres (y de los sujetos en general) con la producción cultural en términos de «negociación» (Gledhill, 1988: 67) y amplía el espectro de materiales analizados volviendo la mirada a la publicidad, la televisión, revistas femeninas, prensa del corazón, etc. La principal aportación de estos estudios es, por un lado, poner de manifiesto que los diferentes escenarios en que se producen y consumen los productos culturales no reflejan simplemente las formas preestablecidas de socialización del sujeto en el orden de la cultura sino que las articulan y conforman como materialidad de una específica hegemonía. Por otro lado, esta perspectiva subraya el papel activo de la audiencia en la recepción de productos culturales. En definitiva, esta tendencia constituye un cambio del interés por el significado textual hacia temas centrados en una política materialista de los medios de comunicación.

La variedad de contribuciones en este campo es obviamente muy extensa dada la diversidad material específica de períodos, culturas y productos, pero quizá podríamos mencionar, por su representatividad, trabajos como los de Williamson (1978) y Winship (1987), los cuales subrayan, por ejemplo, el papel de la publicidad como motor no sólo del consumo sino de nuevos cánones de subjetividad e identidad femeninas en la sociedad capitalista. Lee (1988) y Winship (1985), por otro lado, exponen la reapropiación en los ochenta de conceptos feministas como el de «la nueva mujer» por parte de las revistas femeninas *Cosmopolitan* y *Elle* para legitimar la emancipación femenina meramente en base a heterosexualidad y consumo respectivamente. En esta línea hay que señalar la inestimable aportación de los trabajos de McRobbie (1998; 1999; 2000), los cuales, abogando por un carácter más aplicado en los estudios de género, han supuesto un gran revulsivo metodológico y teórico al analizar, entre otras cosas, cómo las revistas dirigidas a las jóvenes ofrecen configuraciones y discursos sobre la feminidad más cercanas a las nuevas generaciones que aquéllos productos mediáticos y temas priorizados por el debate feminista. Por último, teóricas como Kuhn (1987) y Gledhill (1988) ofrecen una lectura de géneros como la *soap opera* o las series de detectives con protagonistas femeninas (*Cagney* y *Lacey*) que descubre las diferentes y complejas formas en que la audiencia femenina puede recibir y negociar posiciones y miradas (no necesariamente

dentro del canon blanco, de clase media y heterosexual) que diversos géneros les ofrecen.⁸

LAS MUJERES ANTE/EN LA PRODUCCIÓN MEDIÁTICA EN ESPAÑA

Al igual que en otros países, la producción crítica en España relativa a temas de género en los medios viene principalmente del sector de los estudios cinematográficos, aunque no necesariamente feministas. Durante los ochenta los trabajos más significativos abordan en mayor o menor medida la importancia de la representación cultural individuo-familia para la comprensión de los procesos estructurantes de lo político y lo personal en el paso de la dictadura a la democracia (Benet et al. 1989; Besas, 1985; Deveny, 1993; Evans y Fiddian, 1988; Higginbotham, 1988; Hopewell, 1986). La relevancia del binomio individuo-familia como recurso metonímico de crítica social en el contexto de España no es casual. Está influenciada, por un lado, por las connotaciones simbólicas de personificación del estado franquista que la dictadura proyectó sobre la familia y, por otro, por el creciente interés postmodernista por la subjetividad, cuyas raíces se han situado en España en el desencanto ante las promesas de revolución socialista que nunca se llegaron a consolidar (Lewis, 1994). Dentro de ese foco sobre la familia ha sido la figura materna la que se ha revelado como punto de interés dada su reiterada aparición en el cine español y su aparente asociación con el pasado dictatorial. Son suficientemente conocidas las obras de Hopewell (1986) y Kinder (1993), las cuales, centradas especialmente en películas de la transición, tienden a leer las figuras maternas como personificaciones del aparato represor franquista. Posteriormente, sin embargo, se producen estudios que cuestionan la univocidad de tal figura y exponen los intereses de la oficialidad democrática por perpetuar dicha asociación (Gámez Fuentes, 1999; 2001a; 2001b).

En este breve recorrido no podemos olvidar aquellos trabajos que centrados sobre directores especialmente interesados en los personajes femeninos han contribuido a la expansión de los estudios de género sobre la producción audiovisual en España. Entre ellos podríamos destacar las investigaciones de Smith (1992: 163-203) sobre la representación del lesbianismo y la homosexualidad en el cine de Almodóvar y las de Evans (1995) y Williams (1992) sobre la configuración del deseo femenino en la obra de Buñuel.

En los noventa surgen, por otro lado, contribuciones que, aunque continúan abordando cuestiones de género, introducen un sesgo interesante al conjugar

⁸ Para un análisis de la configuración de la feminidad en el cine de terror véase Creed (1993); para otros géneros como el cine de acción o de vaqueros/as Tasker (1998). Véase también Stacey (1990) y Young (1988) para una introducción al debate sobre el rol de iconos musicales femeninos como Madonna.

variables nacionales y de orientación sexual en sus análisis. Nos referimos a los estudios de Kinder (1993: 388-440) y a los recogidos en Kinder (1997: 157-238), los cuales tratan el tema de la reconstrucción de la identidad nacional tanto desde el centro como desde los márgenes (Cataluña y País Vasco) y anclan históricamente la construcción fílmica de subjetividades masculinas, femeninas, y de orientaciones hetero- y homo-sexuales en la producción española de la democracia.

Para finalizar habría que subrayar la valiosa aportación de una serie de autores que han indagado en los elementos y estructuras que conforman el panorama televisivo, publicitario y de la prensa. En este sentido es necesario resaltar los estudios de género sobre la estructura del sector mediático de Gallego (2002) y Menéndez (2003) y los rigurosos análisis textuales publicitarios de González Requena y Ortiz de Zárate (1999), Peña-Marín y Frabetti (1994) y Saborit (1994), aunque sin olvidar el pionero estudio de Imbert (1982) sobre el consultorio radiofónico *Elena Francis*, el trabajo de Gallego (1990) alrededor de la prensa femenina y la lectura mediática *queer* de Llamas (1997). En los últimos años, además, se han producido diversos trabajos que suponen iniciativas de concienciación sobre los problemas de género advertidos en diferentes medios de comunicación (VV.AA., 2002; VV.AA. a, 2003) y sobre el tratamiento específico de la violencia de género como constatan Bernárdez (2002) y la Fundación Audiovisual de Andalucía junto con el Instituto de la Mujer Andaluz (VV.AA. b, 2003).

A MODO DE CONCLUSIÓN

A pesar de la valiosa aportación de los análisis textuales centrados en la representación de la imagen femenina, es evidente que los Estudios de Género han evolucionado en la medida que han tendido a complejizar la aparente simplicidad de los estereotipos mediáticos imperantes. Esta transformación ha sido bidireccional ya que, por un lado, se han ido poniendo de relieve las variables económico-políticas que entran en juego en los procesos de visibilización cultural y, por otro, se ha ido atendiendo a la diversidad material de la audiencia que recibe los productos mediáticos.

En España las investigaciones sobre cuestiones de género aplicadas a la producción fílmica no son numerosas pero sí exhaustivas y ofrecen una rica panorámica de la configuración de la feminidad en el cine. No ocurre así en otros ámbitos comunicativos donde los trabajos son más escasos y donde, por tanto, se plantea la necesidad de una mayor profundización en cómo los medios contribuyen a la regulación de las identidades genéricas en un estado democrático y cómo se implementan por parte de la audiencia estrategias de resistencia.

BIBLIOGRAFÍA

- BENET, V. J. et al. (1989): *Escritos sobre el cine español*, Valencia, Filmoteca Generalitat Valenciana.
- BERNÁRDEZ, A. (ed.) (2002): *Violencia de género y sociedad: una cuestión de poder*, Madrid, Ayuntamiento de Madrid.
- BESAS, P. (1985): *Behind the Spanish Lens: Spanish Cinema under Fascism and Democracy*, Denver, Arden Press.
- BETTERTON, R. ed. (1987): *Looking on. Images of Femininity in the Visual Arts and Media*, London y New York, Pandora.
- BYARS, J. (1991): *All that Hollywood Allows. Re-reading Gender in 1950s Melodrama*, London, Routledge.
- CREED, B. (1993): *The Monstrous-Feminine. Film, Feminism, Psychoanalysis*, London, Routledge.
- DE LAURETIS, T. (1984): *Alice Doesn't: Feminism, Semiotics, Cinema*, Bloomington, Indiana University Press.
- (1987): *Technologies of Gender: Essays on Theory, Film and Fiction*, Basingstoke, Macmillan Press.
- DEVENY, T. G. (1993): *Cain on Screen: Contemporary Spanish Cinema*, Metuchen, N. J., Scarecrow Press.
- DOANE, M. A. (1982): «Film and The Masquerade: Theorising The Female Spectator», *Screen*, 23:3-4, 74-87.
- (1988): *The Desire to Desire. The Woman's Film of the 1940s*, Basingstoke, Macmillan Press.
- ERENS, P. (ed.) (1990): *Issues in Feminist Film Criticism*, Bloomington e Indianapolis: Indiana University Press.
- EVANS, P. W. (1995): *The Films of Luis Buñuel: Subjectivity and Desire*, Oxford, Clarendon Press.
- EVANS, P. W. y FIDDIAN, R. W. (1989): *Challenges to Authority: Fiction and Film in Contemporary Spain*, London, Tamesis Books.
- FREUD, S. (1991 a): «Some Psychological Consequences of the Anatomical Distinction Between the Sexes», en *On Sexuality. Three Essays on the Theory of Sexuality and Other Works*, The Pelican Freud Library, volume VII, Harmondsworth, Penguin, 323-343.
- (1991 b): «Female Sexuality», en *On Sexuality. Three Essays on the Theory of Sexuality and Other Works*, The Pelican Freud Library, volume VII, Harmondsworth, Penguin, 367-392.
- GALLEGO, J. (1990): *Mujeres de papel. De ¡Hola! a Vogue: La prensa femenina en la actualidad*, Barcelona, Icaria.
- (dir.), 2002: *La prensa por dentro. Producción informativa y transmisión de estereotipos de género*, Barcelona, La Frontera.

- GÁMEZ FUENTES, M. J. (1999): «Nadie hablará de nosotras cuando hayamos muerto: A Female Quest for Matrilineage and Resistance in 90s Spain», en Rix y Rodríguez-Saona (eds.), *Spanish Cinema: Calling the Shots*, 15-32.
- (2001 a): «Maternidad y ausencia en *Cría Cuervos* de Carlos Saura (1975)», *Hispanic Research Journal*, 2, 157-168.
- (2001 b): «No todo sobre las madres: Cine español y género en los noventa», *Archivos de la Filmoteca*, 39, 67-85.
- (2002): «El cuerpo materno en la cultura occidental: Una aproximación a diferentes enfoques teóricos», *Dossiers Feministes*, 5, 113-122.
- GAMMAN, L. y MARSHMENT, M. eds. (1988): *The Female Gaze: Women as Viewers of Popular Culture*, London, The Women's Press Limited.
- GLEDHILL, C. (ed.) (1987): *Home is Where the Heart Is. Studies in Melodrama and the Woman's Film*, London, British Film Institute.
- (1988): «Pleasurable Negotiations», en Pribram (ed.), *Female Spectator. Looking at Film and Television*, 64-89.
- GONZÁLEZ REQUENA, J. y ORTIZ DE ZARÁTE, A. (1999): *El spot publicitario. Las metamorfosis del deseo*, Madrid, Cátedra.
- HIGGINBOTHAM, V. (1988): *Spanish Film under Franco*, Austin, University of Texas Press.
- HOPEWELL, J. (1986): *Out of the Past: Spanish Cinema After Franco*, London, British Film Institute.
- IMBERT, G. (1982): *Elena Francis, un consultorio para la transición*, Barcelona, Ediciones Península.
- KAPLAN, E. A. (1992): *Motherhood and Representation. The Mother in Popular Culture and Melodrama*, London, Routledge.
- KINDER, M. (1993): *Blood Cinema. The Reconstruction of National Identity in Spain*, Berkeley, University of California Press.
- KINDER, M. (ed.) (1997): *Refiguring Spain. Cinema/Media/Representation*, Durham, Duke University Press.
- KUHN, A. (1987): «Women's Genres. Melodrama, Soap Opera and Theory», en Gledhill (ed.), *Home is Where the Heart Is. Studies in Melodrama and the Woman's Film*, 339-349.
- LACAN, J. (1994): «Guiding Remarks for a Congress on Feminine Sexuality», en Mitchell y Rose (eds.), *Feminine Sexuality. Jacques Lacan and the école freudienne*, 86-98.
- LEE, J. (1988): «Care to Join me in an Upwardly Mobile Tango? Postmodernism and the "New Woman"», en Gamman y Marshment (eds.), *The Female Gaze: Women as Viewers of Popular Culture*, 167-172.
- LEWIS, T. (1994): «Aesthetics and Politics», en López et al. (eds.), *Critical Practices in Post-Franco Spain*, 160-182.
- LÓPEZ, S. et al. (eds.) (1994): *Critical Practices in Post-Franco Spain*, Minneapolis, University of Minnesota Press.

- LLAMAS, R. (1997): *Miss media. Una lectura perversa de la comunicación de masas*, Ediciones de la Tempestad.
- MCRORBIE, A. (1998): *British Fashion Design: A Rag Trade or Image Industry?*, London, Routledge.
- (1999): *In the Culture Society: Art, Fashion, and Popular Music*, London, Routledge.
- (2000): *Feminism and Youth Culture*, London, Macmillan.
- MENÉNDEZ, I. (2003): *El cuarto poder ¿un poder de mujeres?*, Oviedo, Milenta.
- MITCHELL, J. y ROSE, J. (eds.) (1994): *Feminine Sexuality. Jacques Lacan and the école freudienne*, London, Macmillan.
- MODLESKI, T. (1982): «Never to Be Thirty-Six Years Old: Rebecca as Female Oedipal Drama», *Wide Angle*, 5:1, 34-41.
- (1990): «Hitchcock, Feminism, and the Patriarchal Unconscious», en Erens (ed.), *Issues in Feminist Film Criticism*, 58-74.
- MULVEY, L. (1975): «Visual Pleasure and Narrative Cinema», *Screen*, 16:3, 6-18.
- (1979): «Afterthoughts on 'Visual Pleasure and Narrative Cinema' Inspired by *Duel in the Sun* (King Vidor, 1946)», *Framework*, 10, 3-10.
- PARRONDO-COPPEL, E. (1995): «Feminismo y cine: Notas sobre treinta años de historia», *Secuencias*, 3, 9-20.
- (1996): *Feminidad y mascarada en Lo que el viento se llevó y Jezabel*, Valencia, Episteme.
- PEÑA-MARÍN, C. y FRABETTI, C. (1994): *La mujer en la publicidad*, Madrid, Instituto de la Mujer.
- PRIBRAM, D. E. (1988): *Female Spectators. Looking at Film and Television*, London, Verso.
- RIX, R. y RODRÍGUEZ-SAONA, R. (eds.) (1999): *Spanish Cinema: Calling the Shots*, Leeds, Trinity and All Saints College.
- SABORIT, J. (1994): *La imagen publicitaria en televisión*, Madrid, Cátedra.
- SAFOUAN, M. (1994): «Feminine Sexuality in Psychoanalytic Doctrine», en Mitchell y Rose (eds.), *Feminine Sexuality. Jacques Lacan and the école freudienne*, 123-136.
- SILVERMAN, K. (1981): «Masochism and Subjectivity», *Framework*, 12, 2-9.
- SMITH, P. J. (1992): *Laws of Desire. Questions of Homosexuality in Spanish Writing and Film 1960-1990*, Oxford, Clarendon Press.
- STACEY, J. (1990): «Desperately Seeking Difference», en Erens ed., *Issues in Feminist Film Criticism*, 365-379.
- TASKER, Y. (1998): *Working Girls. Gender and Sexuality in Popular Cinema*, London, Routledge.
- VV.AA. (2002): *Mujeres, hombres y medios de comunicación* (4 vols.), Valladolid, Lex Nova/ Junta de Castilla y León.
- VV.AA. (2003 a): *Arrinconando estereotipos en los medios de comunicación y la publicidad*. Madrid, Comunidad de Madrid/ Comisión Europea.

- VV.AA. (2003 b): *Medios de comunicación y violencia contra las mujeres*, Sevilla, Fundación Audiovisual de Andalucía/ Instituto Andaluz de la Mujer.
- WILLIAMS, L. (1987): «“Something Else Besides a Mother”. *Stella Dallas* and the Maternal Melodrama», en Gledhill (ed.), *Home Is Where the Heart Is. Studies in Melodrama and the Woman's Film*, 299-325.
- (1992): *Figures of Desire*, Berkeley, University of California Press.
- WILLIAMSON, J. (1978): *Decoding Advertisements*, London y New York, Marion Boyars.
- WINSHIP, J. (1985): «A Girl Needs to Get Street Wise: Magazines for the 1980s», *Feminist Review*, 21: 42-48.
- (1987): «Handling Sex», en Betterton (ed.), *Looking on. Images of Femininity in the Visual Arts and Media*, 25-39.
- YOUNG, S. (1988): «Feminism and the Politics of Power. Whose Gaze is it Anyway?», en Gamman y Marshment (eds.), *The Female Gaze: Women as Viewers of Popular Culture*, 173-188.