

Monitoreo global de medios: un balance quinquenal

MAGDALENA SOFÍA PALÁU CARDONA

ANTECEDENTES

La lucha de las mujeres por sus derechos ha tenido un desarrollo diverso en los ámbitos económico, político y social. El feminismo es “un movimiento político integral contra el sexismo en todos los terrenos [...] que expresa la lucha de las mujeres contra cualquier forma de discriminación” (Gamba, 2008, p.2). Como señala Palacios (2021), el movimiento feminista ha cuestionado, desde la década de los sesenta, la representación, participación y acción de las mujeres en los medios de comunicación. Como parte de la lucha feminista, se realizó, en Beijing en 1995, la Cuarta Conferencia Mundial Sobre la Mujer auspiciada por La Organización de las Naciones Unidas y de la que se desprendió la Declaración y Plataforma de acción de Beijing.

El capítulo J de dicha plataforma de acción colocó el centro de la atención en el tema de la mujer y los medios de comunicación. El análisis que se realizó en aquel momento reconoció que “pocas [mujeres] son las que han llegado a ocupar puestos directivos o que forman parte de juntas directivas y órganos que influyen en la política de los medios de difusión”; se reconoce “la persistencia de los estereotipos basados en el género que divulgan las organizaciones de difusión públicas y privadas locales,

nacionales e internacionales”; existe una “proyección constante de imágenes negativas y degradantes de la mujer en los medios de comunicación”; “los medios de difusión, los gobiernos y otros sectores deberían fomentar... [la] incorporación de una perspectiva de género en sus políticas y programas” (UN Women, 2014, p. 171).

La plataforma planteó un abanico de acciones entre las que se propuso “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” (UN Women, 2014, p. 175). Para llevar a cabo esta acción se recuperó la experiencia de 1994 en la que organizaciones de mujeres de 71 países realizaron el primer monitoreo mundial de medios de comunicación y a partir de allí, cada cinco años, se lleva a cabo el Global Media Monitoring Project (GMMP) cuyos objetivos son los siguientes: mapear la representación de las mujeres en los principales medios de comunicación del mundo, desarrollar un instrumento de investigación riguroso, construir solidaridad entre los grupos de género y comunicación en todo el mundo, crear conciencia en los medios de comunicación; y desarrollar habilidades de monitoreo de medios a nivel internacional.

En 2015 y 2020 ETIUS, Observatorio de Comunicación y Cultura del ITESO ha participado, desde la coordinación nacional, de este esfuerzo colectivo de organizaciones de la sociedad civil. En la edición 2015 se analizaron 554 piezas noticiosas difundidas a través de 33 medios de comunicación, el día 7 de junio. En 2020 se analizaron 1,008 piezas noticiosas difundidas en 54 medios de comunicación, el día 29 de septiembre. En este artículo se exponen algunas reflexiones surgidas a partir del contraste de ambos moni-

toreos y a la luz de algunos acontecimientos significativos correspondientes a este periodo como el ascenso del #Me-Too, la pandemia por covid-19 y el recrudecimiento de la violencia contra las periodistas en México.

CONTEXTO: UN LUSTRO DE ASCENSO EN LA ACTIVIDAD DEL MOVIMIENTO DE MUJERES POR SUS DERECHOS

La cuarta ola feminista

El periodo de cinco años entre los dos monitoreos globales de medios más recientes (2015 y 2020) ha estado marcado por un incremento significativo en la actividad y visibilidad de la lucha de las mujeres por sus derechos. Es claro que, como señala Garrido (2021), “los movimientos sociales no permanecen estáticos e inmutables durante el tiempo. En la propia historia del movimiento feminista podemos comprobar cómo, a lo largo de todo este tiempo, se han sucedido diferentes reivindicaciones y demandas, diversas formas de movilizarse en aras de conseguir sus objetivos, incluso distinta intensidad (p. 485).

La historia del feminismo se clasifica en una serie de etapas denominadas olas. La que se considera la primera ola del movimiento feminista, situada a mediados del siglo XIX, señala “el auge del movimiento sufragista y la defensa del reconocimiento del derecho de ciudadanía a las mujeres” (Garrido, 2021, p. 486). Como resultado de esta primera ola las mujeres lograron el acceso a las universidades, la potestad de sus hijos, y el derecho al voto. La segunda ola se refiere al movimiento feminista contracultural en Estados Unidos y al movimiento de las mujeres por los

derechos civiles en Europa a finales de la década de los años 60 del siglo XX. En esta etapa las mujeres pusieron de relieve su derecho a decidir sobre la maternidad y de abandonar las tareas domésticas para incorporarse al mundo laboral.

La tercera ola se refiere al intenso debate que se desarrolló en la década de 1990, al interior del feminismo, respecto a la diversidad de las mujeres expresada según la clase, raza, etnia, cultura, preferencia sexual, etc., posteriormente denominado interseccionalidad. El feminismo de estos últimos años se ha caracterizado, en primer lugar, por “dar un nuevo significado a las demandas tradicionales, pasando de considerarse problemas personales a problemas públicos, que adquirieron legitimidad, masividad y transversalidad” (Garrido, 2021, p. 487). Destaca en esta cuarta ola la importancia de Internet y las redes sociales. Es por ello por lo que algunas analistas del movimiento feminista colocan el movimiento #MeToo como la cuarta ola del feminismo. El fenómeno #MeToo permitió sacar a la luz, o a la esfera pública, un problema de la esfera privada que afectaba a millones de mujeres en todo el mundo. En el año 2017 se viralizó en redes sociales la etiqueta #MeToo (yo también), que utilizaron miles de mujeres para “denunciar en las redes sociales sus experiencias de acoso sexual. Este fenómeno puso en evidencia la impunidad de los agresores y el fracaso global de los Estados, de todo el mundo, en su obligación de proteger a la mitad de la ciudadanía —las mujeres— frente a la violencia machista y las agresiones sexuales que sufren a diario (Muñoz Saavedra, 2019, p. 178).

Esta autora considera que, “más allá del fenómeno #MeToo, existe un conjunto de movilizaciones y activismos en red, transnacionales y liderados por mujeres del ‘tercer

mundo' (Muñoz Saavedra, 2019, p. 184). Y en el mismo sentido reflexiona que estos activismos pueden “constituir la base de un movimiento global desde el que podría emerger una cuarta ola feminista más diversa e inclusiva que sus predecesoras” (Muñoz Saavedra, 2019, p. 184)

La pandemia por covid-19

Otro de los acontecimientos significativos durante este lustro fue la aparición de la pandemia provocada por el covid-19, que afectó al planeta entero. Para México la enfermedad tuvo su primer caso a finales de febrero de 2020 y la restricción o suspensión de actividades de forma generalizada en el país a partir del 17 de marzo. Ese año las manifestaciones en la conmemoración del día internacional de la mujer el 8 de marzo y la manifestación a través del paro nacional de mujeres el 9 de marzo, movilizaron a una gran cantidad de personas, sin precedente en el siglo XXI. Esta movilización tomó la agenda de los medios en el ámbito nacional y, como se estableció en el informe *Medios de comunicación y derecho a la información en Jalisco, 2020*

[en] el año 2020 [...] las movilizaciones feministas han dejado una profunda huella en nuestras sociedades [...] los días 8 y 9 de marzo hubo una amplia cobertura, en la que se resaltó la trascendencia de las manifestaciones y el paro (Díaz, Correa & Larios, 2022, p. 122-123).

No solo hubo más cobertura sino que “los medios impresos analizados les dieron un lugar preferente y más amplio en sus portadas y en sus títulos hicieron alusión a valores y palabras como ‘fuerza’, ‘mujeres’, ‘triumfo’ e ‘historia’

para describir los hechos” (Díaz, Correa & Larios, 2022, p.105). El ascenso en la cobertura y el encuadre positivo se diluyó cuando la pandemia por covid-19 arrasó la agenda de los medios de comunicación y el debate público. Sin embargo, los movimientos de mujeres buscaron formas creativas para mantener su lucha y visibilizarla a pesar de las restricciones impuestas por la pandemia.

Ejercicio periodístico de alto riesgo en México

Una tercera característica del quinquenio 2016–2020 es el aumento de la inseguridad para el ejercicio periodístico en el país. Artículo 19 (2022), organización dedicada a la defensa de los derechos de libertad de expresión y acceso a la información, ha documentado el asesinato de 12 periodistas mujeres entre 2020 y 2022, asesinatos relacionados con su labor informativa. El 60% de estos asesinatos ha ocurrido en el quinquenio que nos ocupa. El dato es abrumador, un asesinato por año, lo que representa de manera contundente que el trabajo periodístico de las mujeres es “una labor que se ejerce en condiciones de riesgo, con amenazas constantes dentro y fuera de las redacciones” (Global Media Monitoring Project, 2021, p. 6). Como el mismo informe señala, al interior de las redacciones “prevalecen las condiciones desiguales, la brecha salarial de género y violencias como el acoso y hostigamiento sexual” y en el exterior, fuera de las redacciones, “las violencias pretenden silenciar las voces críticas” a través de amenazas, ataques o asesinatos. A pesar de este clima en franca descomposición hay, como veremos en seguida, un incremento significativo en el número de periodistas que publican noticias.

CONTRASTE ENTRE 2015 Y 2020: UNA NOTA DE ESPERANZA

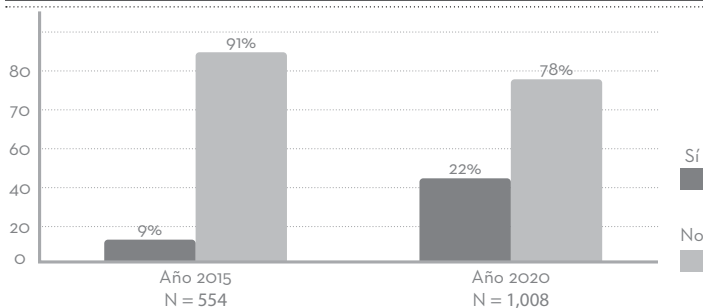
Contraste entre 2015 y 2020

En el presente apartado se presenta el contraste de los resultados de los monitoreos realizados en 2015 y 2020, con el propósito de reconocer cómo es que se ha transformado la presencia de las mujeres en los medios de comunicación en los años recientes. Se recuperan solo algunas variables que se consideran las más significativas de la observación realizada. La lectura de estos datos debe hacerse a la luz de los acontecimientos de contexto relatados en el apartado anterior que, de alguna manera, enmarcan el proceso de los años recientes.

Uno de los primeros focos en el análisis de las noticias en el monitoreo global de medios es si las piezas informativas tratan sobre alguna mujer o grupo de mujeres. En el contraste realizado se encontró que en el 2015 una de cada diez piezas informativas trataba sobre mujeres mientras que en 2020 el porcentaje se duplicó. Como se muestra en la figura 12.1, el número de noticias sobre mujeres o grupos de mujeres pasó de 9% a 22%.

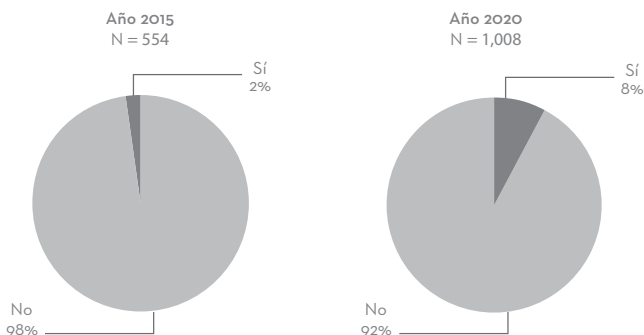
En un análisis más profundo, la investigación indaga sobre si las piezas informativas cuestionan los estereotipos de género. Es decir, si presenta mujeres u hombres cuya apariencia, acciones o palabras están por fuera del modo en el que tradicionalmente se les ha presentado o de los roles tradicionalmente adjudicados a cada persona. Un ejemplo de ello podría ser el de una mujer que cambia la llanta ponchada de un automóvil o la de un hombre que cambia el pañal de un bebé. Los datos muestran que

FIGURA 12.1 PORCENTAJE DE PIEZAS INFORMATIVAS QUE TRATAN SOBRE MUJERES O GRUPOS DE MUJERES



Fuente: Elaboración propia, con datos de los informes 2015 y 2020 del GMMP

FIGURA 12.2 PORCENTAJE DE NOTICIAS QUE CUESTIONAN ESTEREOTIPOS DE GÉNERO



Fuente: Elaboración propia, con datos de los informes 2015 y 2020 del GMMP.

hay un avance en el número de piezas informativas que no siguen los estereotipos de género. Mientras en 2015 las notas que cuestionaron los estereotipos de género alcanzaron 2%, en el monitoreo de 2020 llegaron a 8%. Aunque aún es marginal el número de notas que presentan a hombres y mujeres de forma no estereotipada, los datos muestran un ligero avance, como se puede observar en la figura 12.2.

En un siguiente nivel de observación, el monitoreo analiza a las personas presentes en las noticias y verifica a quienes aparecen como sujeto principal o protagonista de estas.

En el contraste realizado se encontró que en 2015 una de cada cuatro piezas informativas tenía como actor principal a mujeres, mientras que en 2020 las noticias con protagonistas mujeres se incrementaron a casi un tercio. Como se muestra en la figura 12.3, en 2020 32% de las notas analizadas tuvieron como personaje principal a alguna mujer.

De algún modo este dato muestra que cada vez más las mujeres van tomando roles importantes en diversos ámbitos de la vida social. Por ejemplo, el que haya más mujeres en las noticias sobre política en 2020, que las que había en 2015, es un indicativo de que las mujeres están tomando roles protagónicos en la vida pública-política. Acciones afirmativas, como las normativas que obligan paridad en candidaturas políticas a los partidos, han permitido que más mujeres lleguen a puestos de gobierno, lo que se refleja también en las noticias que informan sobre política.

Otro de los aspectos en los que el monitoreo global de medios pone atención es en quién hace las noticias, es decir, si las personas periodistas, presentadoras o reporteras son hombres o mujeres. La atención puesta sobre este rubro busca develar la participación de las mujeres en la producción noticiosa y el avance de ellas en los medios de comunicación. El contraste entre los hallazgos de 2015 y 2020 es interesante pues las reporteras, periodistas o presentadoras mujeres produjeron en 2015 35% de las piezas informativas analizadas, mientras que en 2020 produjeron 46% de las mismas, como se muestra en la figura 12.4. Esto a pesar del contexto de inseguridad para ejercer el periodismo que se vive en México.

FIGURA 12.3 PORCENTAJE DE PIEZAS INFORMATIVAS CUYO SUJETO PRINCIPAL SON MUJERES

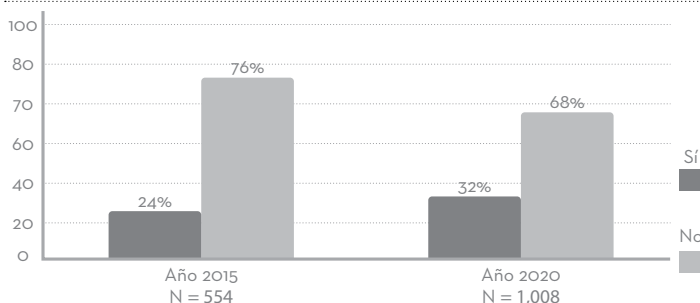
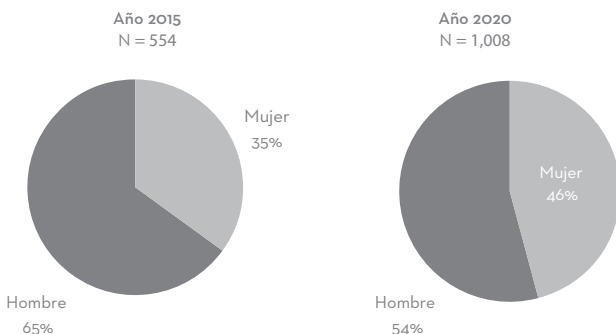


FIGURA 12.4 PERIODISTAS. DISTRIBUCIÓN POR GÉNERO



Fuente: Elaboración propia, con datos de los informes 2015 y 2020 del GMP

Noticias sobre covid-19

En este apartado se presenta el análisis de las 143 noticias difundidas el día del monitoreo global de medios y cuyo tema central fue la pandemia de covid-19. Aunque el tema de la pandemia comenzó a estar presente en la agenda pública desde finales de febrero, el tema de las mujeres

logró colocarse en el centro de la agenda comunicacional en México durante los primeros días de marzo de 2020. El 8 de marzo hubo una gran movilización de mujeres en manifestaciones que sucedieron en diversas ciudades del país y el lunes nueve un paro nacional de mujeres, denominado #UnDiaSinNosotras, que logró que una gran cantidad de mujeres del país no acudieran a sus actividades cotidianas.

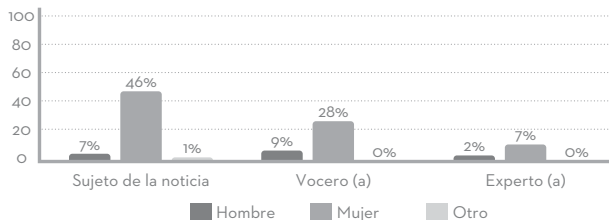
Sin embargo, la pandemia se transformó, muy rápidamente, en el tema central y predominante de la agenda pública nacional, cuando desde el gobierno federal se anunció la jornada nacional de sana distancia que implicó el cierre de actividades educativas, recreativas y económicas no esenciales y un llamado general a permanecer en los espacios privados a través de la campaña #QuedateEnCasa.

En los primeros días de marzo la pandemia tomó la agenda pública. La movilización de las mujeres se desdibujó y diluyó, probablemente ante el pasmo de una serie de acontecimientos que no se habían experimentado previamente. La pandemia operó como un elemento disruptivo en el entorno comunicacional y dejó en silencio casi todos los temas de la agenda nacional. La pandemia permaneció como el tema noticioso central a lo largo de varios meses y poco a poco fue dando paso a una agenda noticiosa más diversa.

El 29 de septiembre de 2020, día del monitoreo global, en promedio una de cada cinco notas difundidas a través de los periódicos y los espacios noticiosos en radio, televisión e Internet tenían como tema central el covid-19. Se publicaron un total de 143 noticias clasificadas bajo el tema covid-19.

La mayoría de las noticias sobre esta enfermedad, 58%, fueron producidas por periodistas mujeres. Si se desagrega la información por temas, se observa que las mujeres

FIGURA 12.5 DISTRIBUCIÓN DE LAS PERSONAS MENCIONADAS, POR SU FUNCIÓN EN LAS NOTICIAS



Fuente: Elaboración propia, con datos de los informes 2015 y 2020 del GMMP

reporteras predominaron en los temas de economía, salud, género y celebridades, mientras los reporteros predominaron en noticias sobre política, sociales y de violencia. Por otro lado, se encontró que solo tres de cada 100 noticias sobre covid-19 cuestionaron los estereotipos de género. En un siguiente nivel de análisis se revisaron las personas en las noticias y cuál fue su papel en ellas. Las categorías que destacaron fueron sujeto de la noticia, vocero y experto que ofrece su opinión sobre el tema de la noticia. La presencia de personas ejerciendo el resto de las funciones—testigo, experiencia personal y opinión popular— es del todo marginal, pues apenas hubo tres personas en estas funciones. Se mencionaron 168 personas en las noticias sobre covid-19, con las funciones más frecuentes y resalta el predominio de los hombres en cualquiera de las tres funciones señaladas, como se muestra en la figura 12.5

En general, se puede decir que las noticias sobre la pandemia, aunque en su mayoría fueron escritas por mujeres, no muestran equidad por género en relación con el conjunto de los datos, sino que en ellas aparecen aún menos las mujeres o un cuestionamiento explícito a los estereotipos de género.

REFLEXIONES FINALES Y RETOS

Como se señaló en el capítulo del informe de ETIUS *Medios de Comunicación y Derecho a la Información en Jalisco, 2020* (Díaz, Correa y Larios, 2022), ese año hubo una mayor y mejor cobertura en algunas de las fechas clave en la lucha de las mujeres por sus derechos, como lo sucedido en la marcha del 8 de marzo y el paro convocado para el día 9 de marzo. Aunque en el análisis de cobertura presentado en ese artículo se señala que la cobertura de otras fechas como el 28 de septiembre o el de 25 de noviembre recibieron mucha menor atención y una cobertura que enfatiza los aspectos violentos de las manifestaciones, una mayor cobertura a las acciones de las mujeres por exigir sus derechos se constata en el contraste del monitoreo global de medios realizado en 2015 y el de 2020. Como se expuso en el apartado anterior, hay un aumento significativo en las noticias cuyo tema central son las mujeres o grupos de mujeres, un ascenso en el número de piezas informativas que cuestionan los estereotipos de género, más noticias cuyo sujeto principal es una mujer, y mayor número de piezas informativas escritas o narradas por mujeres, a pesar del clima de inseguridad que enfrenta el ejercicio periodístico. En todos estos casos la presencia de las mujeres es mayor en 2020 que lo que se encontró en 2015.

Este incremento de la presencia de las mujeres en la cobertura que los medios realizan cotidianamente parece confirmar la hipótesis de que en la segunda década del siglo XXI las sociedades experimentan una cuarta ola del movimiento de las mujeres que luchan por sus derechos. Hay un avance en la forma en que las personas entienden y construyen el papel de las mujeres en las sociedades. Este

avance es, probablemente, fruto de las acciones mismas de los movimientos de mujeres, así como de la amplia difusión que dichas acciones han tenido a través de las redes socio digitales y de las conexiones que éstas posibilitan.

Hay una mayor sensibilidad por parte de los medios de comunicación para producir piezas informativas cuyo tema y personaje principal son mujeres, así como para presentarlas de una forma más positiva y menos estereotipada. Aun así, el GMMP estima que se requerirán 60 años, al ritmo de avance actual, para que las mujeres logren la equidad plena tanto en la representación como en la participación en los medios de comunicación. Es por ello por lo que sigue siendo urgente tomar medidas efectivas para acelerar el ritmo de esta transformación. El informe para México del *Global Media Monitoring Project 2020*, publicado en 2021, señala, entre otras, la necesidad de incorporar la perspectiva de género en la formación de las nuevas generaciones de periodistas, en la capacitación de las y los periodistas en activo, en las líneas editoriales, códigos de ética y protocolos que rigen a las empresas mediáticas y en las leyes de medios.

El informe 2020 plantea, adicionalmente, las siguientes recomendaciones:

Al Estado Mexicano:

1. Monitorear el cumplimiento de las leyes en materia de regulación de contenidos como la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia para erradicar las representaciones estereotipadas o que revictimicen a las mujeres.

A los organismos internacionales:

1. Promover mecanismos de financiamiento del periodismo de investigación feminista.
2. Fortalecer las redes de mujeres periodistas.
3. Impulsar el intercambio de experiencias entre organismos, academia, medios y organizaciones de la sociedad civil, vinculadas a la libertad de expresión y el género.

A las empresas mediáticas:

1. Promover el liderazgo de las mujeres en los medios y reforzar la presencia de las mujeres en los equipos editoriales.
2. Construir políticas de inclusión laboral con perspectiva de género.
3. Garantizar condiciones salariales dignas y derechos laborales igualitarios.
4. Distribuir de manera equitativa las tareas y funciones dentro de las redacciones.
5. Promover medidas que permitan el desarrollo profesional y flexibilidad laboral, que faciliten el sistema de cuidados y la vida personal de las comunicadoras.
6. Poner a disposición de sus colaboradoras salas de lactancia y/o centros de cuidado infantil.
7. Realizar campañas institucionales de reconocimiento y concientización para erradicar la violencia por razones de género.
8. Construir protocolos, guías de actuación y materiales de apoyo, para la prevención de la violencia laboral y de género dentro de los medios.
9. Garantizar espacios libres de violencia para las mujeres y respaldar a sus colaboradoras que son víctimas de violencia en el ejercicio de su profesión.

10. Crear códigos de ética que consideren la seguridad de las y los periodistas y el acompañamiento integral y respetuoso de las periodistas cuando son víctimas de violencia.

11. Establecer mecanismos internos para la atención a emergencias, como protocolos de seguridad y sistemas de apoyo para las mujeres que son víctimas de cualquier tipo de violencia.

12. Implementar capacitaciones permanentes para incorporar la perspectiva de género en el trabajo periodístico y comunicativo en favor de erradicar la violencia simbólica de acuerdo con la Ley General de Acceso a las Mujeres a una Vida Libre de Violencia.

13. Fomentar la producción y difusión de contenidos mediáticos con perspectiva de género.

14. Promover del uso de un lenguaje incluyente en la producción y difusión de contenidos de comunicación.

15. Procurar acciones para la prevención de la violencia simbólica y mediática respecto a la producción y difusión de contenidos y mensajes y crear una comisión de seguimiento y cumplimiento de la comunicación e información en favor de los derechos humanos de las mujeres.

A las empresas de Internet:

1. Garantizar el derecho a la libertad de expresión y a una vida libre de violencia en el espacio digital.

2. Desarrollar campañas destinadas a garantizar el uso de las plataformas como espacios libres de violencia contra las mujeres y periodistas.

3. Crear centro de alertas para identificar amenazas y ataques en línea hacia mujeres periodistas, fomentando acciones preventivas y coadyuven a las autoridades a

realizar investigaciones sobre ataques sistemáticos contra periodistas y comunicadoras.

4. Crear políticas de servicio que contrarresten las campañas de acoso selectivo contra periodistas y comunicadoras a través de la identificación de cuentas sistematizadas y la baja definitiva de cuentas que atenten contra la vida e integridad de las mujeres.

A las universidades y escuelas de periodismo:

1. Incorporar la perspectiva de igualdad de género en los programas de estudio de periodismo y carreras afines a la producción de contenidos comunicativos.

2. Fomentar la investigación en materia de libertad de expresión y género.

3. Promover la investigación periodística con enfoque de género.

4. Promover la formación de audiencias críticas con perspectiva feminista.

A las organizaciones de sociedad civil:

1. Continuar la observación de los contenidos mediáticos a fin de vigilar que los medios de comunicación erradiquen las representaciones sexistas, con énfasis en los medios de alcance local por ser los más cercanos a la sociedad.

2. Compartir los esfuerzos nacionales para la erradicación de las representaciones sexistas en los medios como el Salón de la Comunicación y los Observatorios de Medios (Global Media Monitoring Project, 2021, p. 68-69).

Quedan así expuestas algunas líneas de acción y mucho trabajo por delante a todas las instituciones y personas involucradas con este tema y un llamado a la sociedad

en su conjunto. En nuestras manos está lograr que esta transformación lleve a la equidad plena en México.

REFERENCIAS

- Artículo 19. (2022) *Periodistas asesinadas/os en México, en relación con su labor informativa*. Recuperado el 27 de marzo de 2022 en <https://articulo19.org/periodistasasesinados/>
- Díaz Alba, C. Correa Ochoa, J.C. Larios Murillo, S. (2022). Encontrar las grietas: medios de comunicación y movilizaciones feministas en Guadalajara durante 2020. En J.S. Larrosa-Fuentes (Ed.), *Medios de Comunicación y Derecho a la Información en Jalisco, 2020* (pp. 97-126). ITESO.
- Garrido-Rodríguez, C. (2021). Repensando las olas del Feminismo. Una aproximación teórica a la metáfora de las “olas”. *Revista de Investigaciones Feministas* 12(2), 483-492.
- Global Media Monitoring Project. (2016). *Monitoreo Global de Medios 2015. Informe México*. WACC.
- Global Media Monitoring Project. (2021). *Monitoreo Global de Medios 2020. Informe México*. WACC.
- Gamba, S. (2008). Feminismo: historia y corrientes. *Diccionario de estudios de Género y Feminismos*, 3, Biblios. p. 1-8. <https://www.mujeresenred.net/spip.php?article1397>
- Muñoz Saavedra, J. (2019). Una nueva ola feminista, más allá de #MeToo: Irrupción, legado y desafíos. En P. Rivera-Vargas, J. Muñoz-Saavedra, R. Morales-Olivares & S. Butendieck-Hijerra (Eds.), *Políticas Públicas para la Equidad Social, Vol. 2*. (pp. xx-xx). Colección Políticas Públicas, Universidad de Santiago de Chile.

- Palacios, B. (2021) *La imagen de las mujeres en los medios de comunicación*. Puebla, México. Ovigem. <https://ovigem.org/la-imagen-de-las-mujeres-en-los-medios-de-comunicacion/09/2021/>
- UN Women. (2014) *Declaración y Plataforma de Acción de Beijing*. Declaración política y documentos resultados de Beijing+5. ONU. <https://www.unwomen.org/es/digital-library/publications/2015/01/beijing-declaration>