

Mujeres periodistas: Hacia el cambio social y la democratización de los medios en México

Resumen

En este artículo se hace una revisión del papel de la mujer en los medios de comunicación en México. Se describe su insidencia en la democratización mediática, como emisora y como tema de la producción periodística; se abordan las principales problemáticas a las que se enfrentan las reporteras; los retos en el siglo XXI, y cómo las redes o las nuevas tecnologías de información están contribuyendo a enfrentarlos.

Palabras clave: mujeres, periodismo, medios de comunicación, democracia, México.

Abstract: In this article explore de women's role into de mexican media. It describes the insidence of women in a media democracy, as reporter and also as a subject of the journalistic production. Also it explores the main troubles to face in XXI Century, and how some associatios or the new technologies of informatios contribute to solve them.

Key words: women, journalism, media, democracy, Mexico.

Sumario: 1. Los espacios de las mujeres en el periodismo. 2. ¿Son ellas formadoras de opinión? 3. Las barreras del sexismo. 4. Logros y desafíos de las periodistas.

Los espacios de las mujeres en el periodismo

Hablar de las mujeres en el periodismo –al menos en el contexto mexicano–, es hablar de desigualdad de oportunidades, de espacios restringidos, de estereotipos y prejuicios que aún prevalecen en torno a ellas y a su trabajo. Pero, al mismo tiempo, es hablar de una de las misiones más importantes a las que se enfrentan los medios en el siglo XXI: Promover el cambio social a través de la inclusión y la pluralidad.

Varias preguntas surgen en torno al tema: ¿En dónde están las periodistas y qué niveles de decisión ocupan dentro del medio en el que trabajan?, ¿existe una participación diferenciada de las mujeres en las labores periodísticas?, ¿cómo son tratadas las mujeres en los contenidos de la prensa?, ¿de qué y de quién escriben? En suma, ¿qué tanto es escuchada la voz femenina en una sociedad que aspira a la democracia y la modernidad propias de nuestro tiempo?

Los medios son el espejo en el que se reflejan nuestras identidades, nuestra cultura, nuestra ideología. El periodismo, como lo han dicho grandes maestros, debe tener una función social que promueva el cambio; debe dar voz a quienes no la tienen; reforzar valores; vigilar al poder; ser un faro que guíe

* Maricarmen Fernández Chapou. Profesora-Investigadora del Departamento de Estudios Culturales. Doctora en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid. mcfernan@itesm.mx

al ciudadano para la toma de decisiones en una sociedad democrática. Además de informar, una de sus principales labores es el explicar la realidad, promover opiniones y puntos de vista en torno a los hechos que nos afectan y, con ello, participar en el desarrollo y la democratización de las sociedades. Pero aun en el siglo XXI, las mujeres, el 50 por ciento de la población mundial, aún ocupan un lugar limitado en las esferas públicas y de poder y, el llamado cuarto poder, los medios, no son la excepción.

Como apunta la autora Hannah Arendt, lo más aceptado para las mujeres es vivir una vida fundamentalmente privada, aunque esto signifique “estar privada de la realidad que proviene de ser vista y oída por los demás, estar privada de una relación con los otros...”⁸

Las mujeres periodistas, ciertamente, han ido ganando numerosos espacios en los medios de comunicación, aunque su incidencia en la formación de la opinión pública se enfrenta aún a fuertes obstáculos por vencer. Si tomamos en cuenta la definición amplia del concepto, el espacio público “incluye dominio público, uso social colectivo y multifuncionalidad. Incluye una dimensión sociocultural, de expresión comunitaria y de toma de decisiones; un espacio donde se informa y se opina. Significa, para las mujeres, ser vistas y oídas.”⁹

El panorama de los espacios que ocupan las mujeres en los medios ha estado históricamente marcado por su participación en un coto cerrado y relegado: Hasta hace no mucho tiempo, las fuentes políticas y económicas eran exclusivas del género masculino, mientras las periodistas fueron confinadas a las páginas de sociales, estilos de vida o noticias ligeras. El mundo de la información general estaba prácticamente cerrado a las mujeres. Sin mencionar fuentes duras como la policiaca, donde era incluso mal visto que una mujer reporteara. El ingreso de las mujeres periodistas a la información general, las consideradas de mayor importancia, se registró en México hasta la década de los sesenta, en el diario *El Día*, de corte comunista. Esta década coincide con el inicio de la transición democrática y la aparición de nuevas propuestas, a pesar de que la prensa seguía al servicio del poder gubernamental.

Y aunque desde entonces hasta hoy el número ha ido en aumento, la participación en las fuentes duras, así como en las secciones de opinión como la columna, es aún modesto.

El desafío, como dice la feminista y periodista Sara Lovera, es “romper el monopolio de enfoque, siempre distorsionador de la imagen de las mujeres.”¹⁰

¿Son ellas formadoras de opinión?

Si revisamos las páginas de opinión de los diarios, podemos constatar una diferencia significativa en cuanto al género de los autores que escriben en ellas. En general, la presencia de las mujeres es cuantitativa y cualitativamente menor. Son pocas las que han accedido a la labor periodística de orientar y conformar una opinión para la certera toma de decisiones en un entorno democrático. Las que lo han hecho, en general, ostentan otras profesiones o cargos: son politólogas, escritoras, académicas, intelectuales, defensoras de derechos humanos, o mujeres con cargos públicos; muchas de ellas no permanecen en su espacio más allá de momentos coyunturales.

⁸ Arendt, Hannah. *De la historia a la acción*. Buenos Aires. Paidós. 1995. pp.31-32

⁹ Idem.

¹⁰ Lovera, Sara. “Los desafíos de la comunicación de género”, en Sala de Prensa.

Como apunta Elsa Lever: “Se sigue creyendo que esta élite la constituye un grupo de mujeres privilegiadas que ejercen el poder que les permiten ejercer. Que son la excepción que confirma la regla. La regla es que para las mujeres una formación superior, pública, política y de poder es inaceptable excepto en casos excepcionales. Así, una mujer con esta formación ni es ni puede ser una mujer corriente, por lo tanto su capacidad o su trabajo revierten sólo sobre ella misma y para nada cambian la opinión que haya de mantenerse sobre el resto. Ella es una excepción y las demás son lo que son.”¹¹

Otras diferencias significativas las notamos en cuanto al puesto que ocupan las mujeres dentro de las redacciones; éste se limita a la jerarquía de reporteras y trabajadoras de los medios, y es escaso en las jefaturas de redacción y direcciones. En México, sólo dos mujeres dirigen un diario: Carmen Lira, La Jornada, de corte izquierdista, y Pilar Estandía, quien heredó de su marido, Rogelio Cárdenas, la dirección de El Financiero. Y según el “Informe Mundial sobre la situación de la Mujer en los Medios de Comunicación”, existe un déficit de liderazgo en las profesionales de los medios que no se corresponde con el índice de periodistas que participan en ellos. En la mayoría de las redacciones la presencia de las profesionales alcanza el 50 por ciento, sin embargo apenas llegan a un 20 por ciento en los puestos intermedios y ni al 2 por ciento en alta dirección.¹²

Esta situación, a decir de Rosa María Valles, le resta a la voz femenina empoderamiento:

“En el quehacer periodístico, se entiende el proceso de empoderamiento en primera instancia como el ingreso al propio medio y en una perspectiva mediata, como el ejercicio de los géneros de opinión y de la toma de decisiones. Ese empoderamiento es un camino que contempla la participación a nivel directivo de las mujeres periodistas y que, hasta ahora, sólo se ha registrado en un porcentaje bajo.”¹³



Sobra decir que la participación de las mujeres en los distintos ámbitos de la prensa, y en el conjunto del proceso de producción de los medios, es decir, como emisoras, como protagonistas de los mensajes y como receptoras, es vital porque contribuye a la construcción de la ciudadanía femenina de un país. Reflejo de la propia inmadurez democrática que se observa en las esferas política, social y cultural en países como México, las mujeres que contribuyen a forjar la opinión pública es pobre, como lo es su representación en estos espacios:

“Tan sólo en el 10 por ciento de las noticias que se generan en todo el mundo las mujeres son el foco central, sus voces y puntos de vista tienen una presencia marginal en los medios y la información, es decir, estamos subrepresentadas en 17 por ciento.”¹⁴

La voz femenina, proyectada a través de los medios de comunicación, probablemente tiene, en efecto, matices diferenciados a la de los hombres, pero el espacio que se les otorga a las mujeres para hablar de ellas

¹¹ Lever, Elsa. “Desde la resistencia. Mujeres de opinión”. En <http://www.mujeresnet.info/Idem>.

¹² Fundación Internacional de Mujeres en los Medios (IWMF). “Informe Mundial sobre la situación de la Mujer en los Medios de Comunicación”, en <http://www.amecopress.net>

¹³ Valles Ruiz, Rosa María. “Mujeres periodistas: empoderamiento restringido”, en *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*. Mayo-agosto, año/vol. XLVIII, no. 197 UNAM: 2006 P. 140

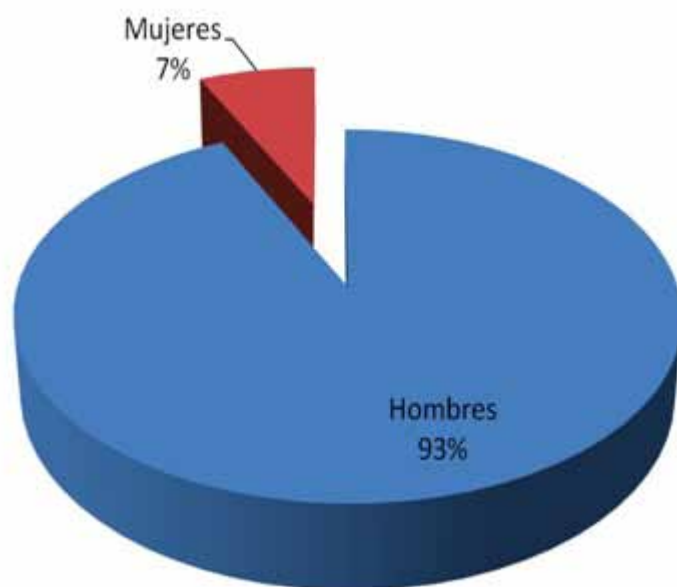
¹⁴ CIMAC. Participación política de las mujeres 2009. Una mirada desde los medios de comunicación. México: 2009

y para ellas, para opinar sobre el acontecer cotidiano o para tomar decisiones, deja mucho que desear. El análisis en torno a de qué hablan las mujeres, en qué secciones escriben, de qué opinan cuando opinan, aporta cifras preocupantes en México.

Entre las conclusiones de un monitoreo de prensa con perspectiva de género que la red de periodistas Comunicación e Información de la Mujer (CIMAC) realizó en 2003, a tres de los principales diarios mexicanos, destaca que, en México, “solamente el 16% del protagonismo de las notas es femenina, porcentaje que de ninguna manera es representativo de la población femenina (52%), ni del porcentaje que representa la fuerza laboral femenina a nivel nacional (38%). Es evidente entonces cómo el acontecer público sigue siendo protagonizado por los varones.”¹⁵

Veamos algunos datos revelados por este estudio:

- Las mujeres escriben 30 % de las notas frente al 42 % de los hombres; 27 % son registradas por agencias de noticias nacionales e internacionales, y por lo tanto el género no está especificado.
- El 90% de notas escritas por reporteras tienen como protagonistas a sujetos masculinos, de modo que sólo el 10 % de reporteras escribe sobre mujeres. En contraste, el 7 % de las notas de reporteros hablan sobre mujeres.

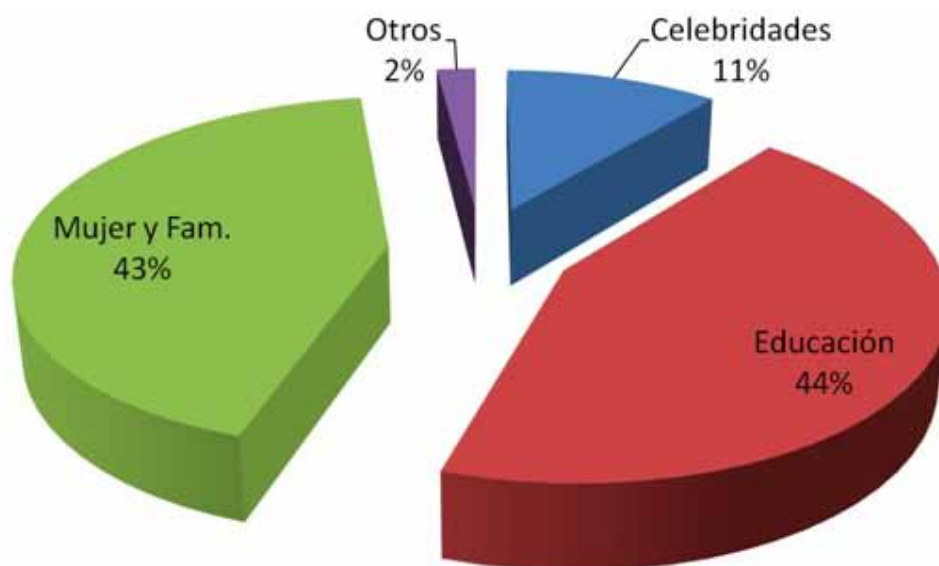


¹⁵ CIMAC. Tejedoras de la palabra. Hablan los medios. México. 2003. p. 43

- Por secciones, es importante la participación de las reporteras en las secciones de Estados, Sociedad y Cultura, con más del 30% en cada una de ellas. Casi el 30% de las notas que se emiten en la sección de espectáculos son escritas por mujeres, mientras que el 10% de injerencia en la creación de notas encontramos las secciones internacional y deportes.

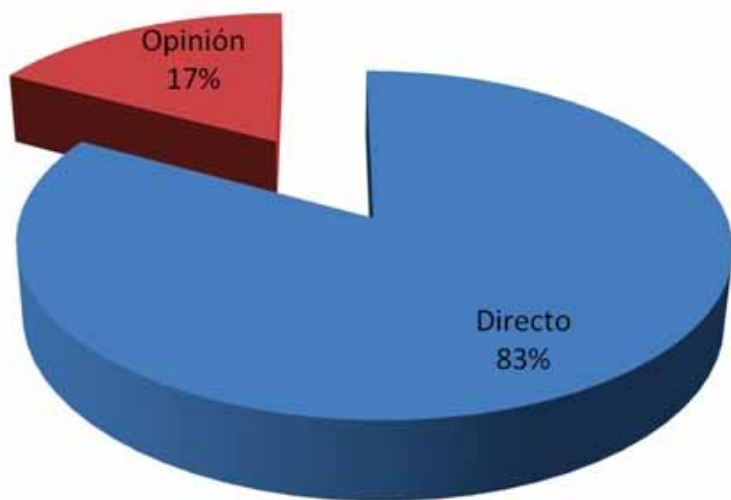


- Mujer y familia se integra por un 43% de notas escritas por reporteras. Podemos ver que el ámbito de lo privado (la familia) sigue siendo un tema de mujeres, para mujeres y escrito por mujeres.



Del total de los reporteros tenemos que el 35% cubre el ámbito de Estudios legislativos, seguido por el de Ciudadanía con el 31% y en tercer lugar Medios de comunicación con un 25%. Esto corresponde a los ámbitos con mayor presencia en la prensa, lo que indica que los temas prioritarios para la prensa son escritos mayoritariamente por varones.

- En cuanto a la distribución de notas por tipo de contenido: informativo o de opinión, tenemos que las mujeres transmiten información de modo directo en un 83%, mientras que



El monitoreo de CIMAC concluye, a manera de resumen que, “en general, las temáticas de Política y Deportes constituyen secciones donde la presencia de los hombres es mayoritaria; de manera contraria, las secciones de Cultura y Espectáculos representan las secciones de mayor presencia femenina. Por lo tanto, podemos afirmar que las secciones de los periódicos reproducen la asignación tradicional de género, dándoles voz a las mujeres para hablar de lo privado, de los dominios que ‘naturalmente’ les corresponden. Por otra parte, las secciones que caracterizamos como masculinas cuentan con una participación femenina que no es representativa de los puestos de toma de decisiones que ocupan las mujeres en la actualidad”.¹⁶

Otras alertas despertadas por las asociaciones nacionales e internacionales en torno a la situación de la mujer en el periodismo, son las que conciernen a las condiciones laborales de las reporteras, las cuales muchas veces son desiguales en relación con la de los periodistas varones.

Algunos datos, como los señalados por el estudio “Condiciones laborales de las y los periodistas en México, un acercamiento” realizado también por CIMAC, apuntan a que: “Aun cuando cada día hay un mayor número de periodistas del sexo femenino trabajando en industrias como la televisiva y radiofónica, la representación de mujeres en los puestos de dirección, gerencia, subdirección y jefatura de los medios electrónicos no va más allá del 15 por ciento.”¹⁷

Aunado a esto, las condiciones laborales a las que se enfrentan no son alentadoras, pues, en general,

¹⁶ CIMAC. Op. Cit. P. 46

¹⁷ CIMAC/Fundación Friedrich Ebert. Condiciones laborales de las y los periodistas en México, un acercamiento. México. 2008. p. 9

¹⁸ Ibidem.

existe aún “una relación de marginación, y también de discriminación, de las mujeres en las industrias mediáticas”¹⁸, que incluye acoso sexual, rutinas de trabajo exhaustivas, así como reconocimiento y remuneración económica desiguales.

“En general –asegura el informe-- se carece de prestaciones laborales, seguridad social y estabilidad en el empleo con dignidad... No existe, además, un Ombudsman del periodista que pueda intervenir como conciliador y asesor ante afectaciones en sus derechos laborales; y, para quienes ejercen el periodismo, las intimidaciones, agresiones, secuestros relacionados con la libertad de expresión y el acoso sexual, en el caso de las mujeres, no se registran como riesgos de trabajo”.¹⁹

En los usos y costumbres de la prensa, es común que las reporteras se enfrenten a situaciones originadas por su condición de sexo, tales como el recibir solicitudes de favores sexuales a cambio de información, por parte de las fuentes, e incluso de trabajo, por parte de los editores. Asimismo, los estereotipos y prejuicios que prevalecen en la sociedad en relación con las mujeres como el machismo se siguen reproduciendo en los contenidos de los medios.

Las barreras del sexismo

A partir de datos como los aquí presentados podríamos afirmar que la construcción de la opinión pública descansa en mayor medida en la voz masculina. Son los hombres quienes principalmente hablan de las mujeres, aun cuando traten temas que les afectan a ellas directamente, como es el caso del aborto, tema sobre el cual se ha discutido recientemente en México, pero desde una perspectiva masculina, protagonizada por personajes públicos y periodistas en su mayoría varones, y que ha derivado en la toma de decisiones por parte de instituciones religiosas y políticas también representadas en su mayoría por hombres.

El predominio de la visión masculina es tal, que incluso las periodistas han tenido que adoptar muchas veces las mismas actitudes que sus compañeros, e incluso, inmersas en la rutina, han caído en su trabajo en los mismos vicios que ellos, utilizando, por ejemplo, un lenguaje sexista.

Una anécdota en ese sentido la describe Rosa María Valles Ruiz: Irma Fuentes, reportera del diario Novedades a finales de los años sesenta y principios de los setenta, adoptó medidas drásticas como vestirse como hombre, para que “no la trataran como una dama, sino como un periodista”, como ella decía. El jefe de redacción de aquél entonces Daniel Ramos Nava, se empezó a dirigir a ella como “reportero Fuentes”.²⁰

El sexismo en el periodismo se observa, por tanto, en el número de mujeres que opinan en los diarios contra la de hombres, así como en temáticas y en usos del lenguaje marcados por estereotipos de género, más allá de la afirmación de que la buena escritura o la inteligencia, no tienen sexo.

He aquí la paradoja: “En los últimos 30 años la presencia femenina en la factura informativa ha ido creciendo geométricamente. Existen diarios, revistas, estaciones de radio donde las mujeres pueden llegar a constituir hasta más del 50 por ciento del personal. Nada de ello, sin embargo, ha significado todavía un cambio fundamental en el contenido y enfoque de las informaciones. Este es el gran reto del siglo XXI”.²¹

¹⁹ Ibid. p. 10

²⁰ Valles Ruiz Rosa María. Op. Cit, p.141

²¹ Lovera, Sara. Op. Cit.

La mayoría de los temas que hablan de la situación de las mujeres en los medios tienen que ver, en este orden, con violencia familiar, nota roja (asesinato, violación), violación de derechos, política, indigenismo, situación laboral y, al último, mujeres exitosas. Y cuando las mujeres son noticia, predominan los calificativos morales por encima de los hechos. Si fue víctima de violencia por parte de su pareja, por ejemplo, en ocasiones se le culpa por “haberlo provocado”; si detenta algún poder, se destacan primero sus atributos físicos o su arreglo personal, antes que sus logros; en otros casos, las políticas ocupan los espacios noticiosos por su relación con algún personaje público hombre, sobre todo si es su esposa o su amante. Todavía sorprende que una mujer llegue a ocupar cargos públicos e incluso, como sucedió en México recientemente, los partidos las nombran para cubrir la cuota exigida de mujeres en el gremio, y luego, una vez ganadas las elecciones, les exigen que renuncien al cargo.

Como asegura la periodista mexicana Lydia Cacho –quien fuera víctima de secuestro y tortura por su reportaje sobre la pederastia Los demonios del Edén–, “aun hoy en día en algunos medios las historias de mujeres fuertes, inteligentes y valientes (que no sean madres, monjas o prostitutas) son tratadas como excepciones de la regla”.

Y la opinión forma opinión. La teórica y académica Susana González Reyna plantea que “en los espacios de opinión periodística presenciamos una combinación de motivaciones sociológicas y lingüísticas en la elaboración del mensaje, que resumen un discurso social vigente y aceptado, que constantemente evalúan los acontecimientos pero también los refuerzan y reciclan mediante la ‘reconstrucción’ que hace el periodista de la realidad”.

La incidencia del periodismo en la vida privada y pública puede determinar la participación social y política de las mujeres, sin embargo, si la imagen de las actividades de las mujeres en los medios es mínima, éstas no figurarán ni como protagonistas ni como participantes en la sociedad. Estaríamos, pues, ante una democracia incompleta, una democracia en donde se margina a la mitad de los ciudadanos.

Así, romper las barreras del sexismo en el periodismo es uno de los grandes desafíos de hoy. Un periodismo no sexista constituiría, como lo propone la red Comunicación e Información de la Mujer, “una herramienta útil para analizar y comprender las características que definen la condición social en que viven las mujeres y las condiciones sociales, ideológicas y culturales que generan la desigualdad y la discriminación construidas y reconstruidas por siglos contra las mujeres”.²²

Por lo tanto, si bien las mujeres han sido silenciadas y excluidas del poder y del ámbito público, debe ser labor del periodismo en tanto tribuna de las causas justas, desenmascarar las visiones dominantes como estrategia que repercuta y penetre a la sociedad y sus símbolos.

Logros y desafíos de las periodistas

El cambio social y la democratización de los medios de información surgen de las voces contundentes de las líderes de opinión; de las redes de periodistas mujeres y de sus foros de expresión; de la profesionalización del periodismo para el ejercicio ético, plural e incluyente.

²² CIMAC. Hacia la construcción de un periodismo no sexista. p. 5

Las mujeres que participan del periodismo de opinión, a través de artículos en las páginas editoriales de diarios, columnas periodísticas o programas de radio y televisión, participan de un ámbito público y de poder, y por ende en la toma de decisiones en una sociedad. Hay quienes, aun con el riesgo que implica, denuncian asuntos como la pederastia, corrupción, tráfico de influencias o delincuencia organizada, o que proponen un “periodismo de esperanza” que logre penetrar en las realidades más marginales.

Cientos de reporteras que hacen su trabajo diario desde las redacciones han ido a contracorriente, han roto el silencio; han estado en las filas de la revolución “pasiva” y “silenciosa” ejerciendo el poder desde la resistencia.

Algunas redes y asociaciones de periodistas entienden a los medios como instrumentos de cambio. Así, tenemos a la Fundación Internacional de Mujeres en los Medios; la Red Internacional de Periodistas con visión de género; la Asociación Española de Mujeres Profesionales de los Medios de Comunicación, o la ya mencionada asociación mexicana Comunicación e Información de la Mujer AC, por nombrar sólo algunas.

La Fundación Internacional de Mujeres en los Medios (IWMF), por ejemplo, es una red mundial que se constituyó en 1990 con sede en 130 países, que se dedica fundamentalmente a fortalecer el papel de la mujer en los medios de comunicación de todo el mundo, con el objetivo de promover la libertad de prensa. También trabaja para crear un marco de oportunidades para que participen plenamente en los medios. Ha elaborado informes muy interesantes como el de Margaret Gallagher sobre Patrones de Género en los Medios que llevó a cabo en 43 países y cuyo objeto de estudio fue la representación profesional de las mujeres en las noticias.

La UNESCO, junto con la Federación Internacional de Periodistas, ha lanzado campañas como la titulada “Las mujeres hacen las noticias”, para promover la equidad, así como ha publicado manuales sobre igualdad de género en el periodismo.

En México, CIMAC se ha dedicado por más de 20 años a combatir el sexismo en los medios, a través de cuatro líneas acción: una agencia de noticias multimedia, (Cimac-noticias), que monitorea y difunde todo tipo de informaciones con perspectivas de género; un área de Estrategias de Comunicación, Prensa y Capacitación, que lleva a cabo talleres de sensibilización y cursos profesionalizantes en torno al tema, y el programa de Redes de Periodistas y el Centro de Documentación, un espacio que facilita e impulsa el trabajo periodístico de investigación.

A través de “un trabajo profesional con perspectiva de género que visibilice, desde un lenguaje sin estereotipos, la condición social que viven las mujeres”, CIMAC pretende “construir un mundo equitativo donde en la sociedad y en los medios de comunicación se miren, escuchen y respeten todas las voces en igualdad de condiciones, algo que no se logrará si en nuestro trabajo periodístico excluimos lo que le sucede a las mujeres”.²³

Y como esta asociación, múltiples redes nacionales e internacionales han comenzado a unir esfuerzos para hacer valer la voz de las periodistas, así como abrir los ojos y los oídos de sus compañeros, jefes y conciudadanos hacia sus realidades. Poco a poco, pujando a contracorriente, ellas han logrado construir nuevos espacios y tener presencia en distintos medios de comunicación.

Dice Sara Lovera:

²³ CIMAC. Hacia la construcción de un periodismo no sexista. . p.

“Hemos rescatado la experiencia personal y colectiva de las mujeres que han pintado el mundo y sus vidas como vitrales coloridos. Es decir, esta cultura se ha desarrollado y difundido; ha sido construida a través de la escritura y de la experiencia de las mujeres. Hoy esos pensamientos surgidos de la reflexión en pequeños grupos, develados en libros, espacios académicos y grupos sociales, podría asaltar los medios de comunicación de masas”.²⁴

En suma, en el terreno de los logros, ha habido numerosas mujeres periodistas en todo el mundo que han realizado esfuerzos para difundir imágenes más realistas y objetivas de la mujer actual; que han escrito reflexiones con contenidos distintos; que han trabajado minuciosamente temas de derechos humanos, salud reproductiva, experiencias de vida. Y aunque quizá no han conseguido suficientes espacios, han sido motores de cambio.

Asimismo, se han puesto en marcha algunas estrategias, como el de conformar redes de comunicadoras y también la de explorar las nuevas herramientas para la circulación de libre y horizontal de las ideas, como los blogs y las redes sociales.

En el amplio y difícil terreno de los desafíos, está el de intervenir a los grandes medios. Pues “estas experiencias no serán suficientes si las mujeres no se apropian de las nuevas tecnologías y no opera en los medios un proceso democratizador... La lucha es por una visión de género incluyente, no sexista y democrática. La utopía es que estos deseos dejen de ser una quimera”.

Reconocer la voz de las mujeres como una “opinión diferenciada”, tal como lo sugirió aquel congreso celebrado en España, va acorde con aquellas utopías e ideales. Reconocer sus opiniones y hacer eco de ellas, es un paso más en el camino espinoso hacia el cambio social y la democratización de los medios. Y –rectifico– no sólo en México, como prometí en el título de este texto, sino en todo el mundo.

Referencias Bibliográficas

- Arendt, Hannah. *De la historia a la acción*. Buenos Aires. Paidós. 1995
- CIMAC / Unesco. *Hacia la construcción de un periodismo no sexista*. México: 2009
- CIMAC *Participación política de las mujeres 2009. Una mirada desde los medios de comunicación*. México: 2009
- CIMAC. *Tejedoras de la palabra. Hablan los medios*. México: 2003
- CIMAC/Fundación Friedrich Ebert. *Condiciones laborales de las y los periodistas en México, un acercamiento*. México. 2008.
- Lever, Elsa. “Desde la resistencia. Mujeres de opinión”. En <http://www.mujeresnet.info/>
- Lovera, Sara. “Los desafíos de la comunicación de género”, en *Sala de Prensa Web para profesionales de la Comunicación Iberoamericanos*. Año III, Vol. 2, Mayo de 2001.
- Valles Ruiz, Rosa María. “Mujeres periodistas: empoderamiento restringido”, en *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*. Mayo-agosto, año/vol. XLVIII, no. 197 UNAM: 2006

²⁴ Lovera, Sara. Op. Cit.



**Mujeres periodistas: Hacia el cambio social y
la democratización de los medios en México**

Virtualis No. 2, Julio - Diciembre 2010
<http://aplicaciones.ccm.itesm.mx/virtualis>

ISSN: 2007-2678