



COLECCIÓN CONOCIMIENTO CONTEMPORÁNEO

# Género y educación ante la manipulación de la comunicación

Coords.

Sara Rebollo Bueno

Cristina Pérez de Algaba

Luis Manuel Fernández Martínez

*Dykinson, S.L.*

## PROPUESTAS DE PARTICIPACIÓN MEDIÁTICA CON ENFOQUE DE GÉNERO INTERSECCIONAL EN EL TERCER SECTOR DE LA COMUNICACIÓN

---

M. CRUZ TORNAY-MÁRQUEZ

*Universidad de Nebrija*

JOSÉ CANDÓN-MENA

*Universidad de Sevilla*

### 1. INTRODUCCIÓN

La democratización de la comunicación fue durante largo tiempo una de las principales demandas de las organizaciones y movimientos sociales, de manera específica, en el contexto de América Latina (Segura, 2014). Desde mitad del siglo XX, multitud de experiencias demostraron la importancia estratégica del acceso a los medios, fundamentalmente, a las radios comunitarias, para las grandes masas excluidas del acceso y representación en los medios de comunicación privados (Peppino Barale 1998; 1999). A partir de la década de los noventa, la propiedad oligopólica de los medios de comunicación fue observada como un obstáculo a la garantía de derechos y libertades que en ese momento estaban siendo reconocidos con el retorno de las democracias. La reivindicación por la democratización de los sistemas mediáticos continuó hasta principios del siglo XXI, cuando la coyuntura política y legislativa en gran parte de los países del continente permitió el reconocimiento del derecho a comunicar en igualdad de oportunidades y condiciones, tratando de promover la participación de la ciudadanía y la creación de nuevos actores comunicativos (Ramos, 2013; Reyes, 2014; Ramos, 2018).

En este contexto, el impulso democratizador del sector de la comunicación se convierte en una oportunidad para la participación ciudadana, el empoderamiento mediático y la activación de procesos comunitarios que de manera específica se vinculan con los medios de comunicación

sin fines de lucro pertenecientes al Tercer Sector de la Comunicación (TSC) (Ramos et al., 2018). Durante décadas, los movimientos sociales y colectivos han utilizado este tipo de medios como canal de expresión y auto-representación (Gumucio, 2001) haciendo de la comunicación una forma de activismo. Desde una perspectiva de género, el papel estratégico de la comunicación adquiere mayor relevancia, en tanto que el rol doméstico de la identidad femenina excluyó a las mujeres de la participación en la vida pública (Millet, [1970] 2010). Aún en la actualidad, la invisibilización de las mujeres en roles no tradicionales y la ausencia en puestos de responsabilidad y toma de decisiones prevalece en los medios de comunicación privados y públicos, pero, también, en aquellos medios sin ánimo de lucro.

El cambio social que tradicionalmente se ha vinculado a este tipo de medios demanda estrategias que garanticen la inclusión desde una perspectiva de género interseccional. Las brechas de género que se producen en el ámbito de la expresión pública, la desigualdad estructural y la discriminación frenan la participación y presencia de las mujeres en las organizaciones, especialmente en aquellas en las que prevalecen lógicas masculinas. Las entidades deben contemplar las brechas de desigualdad que limitan el acceso de las mujeres al derecho a comunicar (Vega, 2010; 2014), más aún, entre aquellas poblaciones que han sufrido la violencia y la discriminación de manera histórica y que, todavía en la actualidad, presentan las mayores tasas de exclusión y obstáculos en el acceso a la educación, a la salud y a la justicia (CEPAL, 2020).

Es evidente que sin la participación de las mujeres no es posible la democratización de la comunicación y, de ahí, la importancia de que los Estados, las organizaciones sociales y los medios de comunicación, incorporen un enfoque de género que promueva y garantice el derecho de las mujeres a comunicar. Por todo ello, en este trabajo se presenta una propuesta multidimensional que identifica los obstáculos de las mujeres al derecho a la comunicación y los elementos que deben ser tomados en cuenta para potenciar y favorecer la participación mediática y el empoderamiento comunicativo.

## 2. METODOLOGÍA

La realización de esta propuesta multidimensional se basa en la observación participante en medios del tercer sector de la comunicación, la realización de entrevistas en profundidad a expertos -miembros de medios y de organizaciones de medios comunitarios-, entrevista grupal en una radio comunitaria dirigida por mujeres afrovenezolanas y la realización de una intervención comunicativa comunitaria con mujeres indígenas kichwa en una emisora comunitaria. Además, se analizó la legislación en materia de comunicación desde una perspectiva de género interseccional en dos países de la región -Ecuador y Venezuela- que permitió determinar los requisitos que podrían obstaculizar el acceso de las mujeres a la solicitud de frecuencias.

La información recabada fue sistematizada, dando como resultado dos tipos de resultados: aquellos que obstaculizan la participación de las mujeres y aquellos que la favorecen o potencian. Dentro de estas dos áreas se crearon categorías de análisis que permiten reconocer y caracterizar los elementos que obstaculizan o favorecen la participación y que son los siguientes: económicos/materiales; burocráticos/logísticos; simbólicos/inmateriales.

## 3. RESULTADOS

Una mirada amplia sobre los medios de comunicación permite identificar tres áreas clave para el análisis desde una perspectiva de género: las áreas de la representación, la participación y la agenda mediática. Respecto a la representación, se observa una prevalencia de los estereotipos de género, lo que implica que las mujeres sean representadas de manera tradicional en roles domésticos o, bien, de manera hipersexualizada y cosificada (WMTN, 2021). Además, se produce la invisibilización de las mujeres como sujetos informativos y la casi desaparición de mujeres racializadas y, en consecuencia, la ausencia de referentes más allá de la blanquitud hegemónica. Con relación al área de la participación, se identifican brechas horizontales y verticales, es decir, la presencia de mujeres en secciones o puestos considerados feminizados -o secciones *blandas*- y la desaparición en puestos de dirección y toma de decisiones

(Vega & Ortega, 2014). Por último, el análisis de la agenda mediática contrasta con el de la agenda política de los movimientos de mujeres, si bien, es posible observar la inclusión de nuevas secciones de carácter feminista que aparecen en el contexto de las más recientes movilizaciones (Fernández-Hasan, 2016).

Las organizaciones y movimientos de mujeres han entendido el carácter estratégico de la comunicación y de las tecnologías para la auto-representación, la articulación de redes y la coordinación de acciones en el ámbito virtual que consiguen amplificar las demandas y globalizar su impacto. A pesar de ello, las apropiaciones tecnológicas no están exenta de riesgos, en tanto que la presencia de activistas en redes sociales ha trasladado al ámbito digital diferentes formas de violencia, hostigamiento y discursos de odio (Lewis et al., 2016; Nadim y Fladmoe, 2019). Por otra parte, y continuando en el contexto latinoamericano, se identifican diferentes experiencias de acceso al derecho a la comunicación a través de medios digitales feministas (Janz, 2019), pero que, de manera general, se producen en un entorno urbano por parte de mujeres activistas, que han accedido a la educación y, por tanto, con mayores posibilidades de participación de las que son posibles entre mujeres de entornos rurales.

Una vez descrito el diagnóstico del ámbito de la comunicación desde una perspectiva de género, a continuación, se plantean los elementos que frenan la participación de las mujeres y que se observan en tres categorías: económicos/materiales, burocráticos/logísticos, simbólicos/inmateriales.

### 3.1. ELEMENTOS QUE OBSTACULIZAN LA PARTICIPACIÓN

La categoría de elementos Económicos/materiales recoge tres aspectos que condicionan o frenan la participación de las mujeres en el Tercer Sector de la Comunicación, donde existe un protagonismo de actividades y tareas de carácter voluntario. De manera general, las mujeres presentan mayores tasas de informalidad y precariedad en el empleo, siendo paradigmático el caso de Ecuador, donde solo el diez por ciento de la población indígena en edad de trabajar dispone de un empleo adecuado (INEC, 2022). Esta situación se considera un obstáculo para la

participación de mujeres cuya dedicación principal se centra en la obtención de recursos prácticamente en el día a día, lo que resulta difícil compaginar otro tipo de actividades, más aún si no son remuneradas. Por otro lado, la falta de recursos económicos también obstaculiza la realización de traslados o trámites relacionados con la participación de carácter voluntario. Una brecha fundamental entre poblaciones es aquella que se produce entre habitantes de territorios rurales y urbanos, la misma que ya fuera explorada por Pablo González Casanova (2006) en su teoría sobre colonialismo interno. Las poblaciones pertenecientes a zonas rurales, por ejemplo, mujeres indígenas campesinas, presentan mayores dificultades para realizar desplazamientos a las zonas urbanas donde habitualmente se encuentran las sedes de organizaciones del Tercer Sector, lo que, además, implica gastos de desplazamiento y el condicionamiento de los horarios del transporte público. El tercer elemento material identificado se relaciona con la existencia o, en este caso, ausencia, de organizaciones sociales que respalden el proceso comunicativo. La historia de los medios de comunicación en América Latina está intrínsecamente conectada con la historia de los movimientos sociales (Tornay-Márquez, 2021) que accedieron a los medios de comunicación, fundamentalmente, radios comunitarias, como estrategia para el cambio y la transformación social. Por ello, se considera relevante el hecho de que existan organizaciones o colectivos que sostengan el medio comunitario y promuevan la participación de sus miembros o, incluso, que destinen recursos a la contratación de personal en tareas de comunicación.

La segunda categoría de obstáculos identificada es la de elementos burocráticos o logísticos que limitan la participación de las mujeres. En primer lugar, se plantea la mayor dificultad para la realización de proyectos relacionados con el medio comunitario, entre los que destacan los requisitos establecidos para la solicitud de frecuencias. El análisis de la legislación en el caso ecuatoriano, la Ley Orgánica de Comunicación y su reglamento, evidencia la complejidad de la documentación exigida, más aún para poblaciones que presentan las tasas más bajas de acceso a la educación. Por otra parte, a menudo los medios cuentan con limitaciones para ofrecer empleos de manera estable e, incluso, dificultades

para cumplir los requisitos que permitan la contratación de personal en caso de que existieran recursos económicos para ello. En la perspectiva logística, aunque conectado con elementos simbólicos/inmateriales, se haya la priorización de las tareas en el ámbito doméstico que impiden a las mujeres desarrollar un liderazgo social o el cuidado de personas a las que no pueden dejar desasistidas. En algunas comunidades rurales indígenas de la sierra central ecuatoriana, por ejemplo, el único tiempo de socialización se produce en la tarde de los sábados, cuando los miembros de la comunidad se reúnen para tratar asuntos de interés común. En el ámbito logístico también se sitúan aquellos elementos relacionados con las brechas de desigualdad asociadas a la pertenencia al territorio rural, entre las que se destacan las peores conexiones de transporte o el aislamiento de comunidades en época de lluvias.

En tercer lugar, se identifican aquellos obstáculos pertenecientes a la categoría “Simbólicos/inmateriales” y que se relacionan con las violencias estructurales relacionadas con el colonialismo, el racismo y el machismo que intervienen como factores de exclusión. Entre ellos destaca la interiorización del carácter excluyente de los medios privados, asociados a la élite blanca y mestiza y, por tanto, a la no percepción como sujetos comunicativos de la otredad subalternizada. Las mujeres también pueden ver dificultada su participación en espacios públicos cuando no cuentan de apoyo familiar o de miembros de la comunidad, más aún en poblaciones en las que la cultura de pertenencia a la comunidad es relevante. En el trabajo desarrollado en comunidades rurales, a menudo quedaba de manifiesto la importancia de la aprobación de una figura masculina para la participación de las mujeres en actividades fuera de la comunidad. También, en el seno de las organizaciones, la cultura machista puede determinar la participación, o no participación, de las mujeres, por ejemplo, con la reproducción de los roles de género al interior de las organizaciones, donde las mujeres asumen tareas de menor relevancia o, en el caso de los medios de comunicación, siendo excluidas de tareas técnicas. Por otro lado, en el ámbito de la esfera virtual, el hostigamiento y violencia digital hacia mujeres comunicadoras y activistas parece haberse convertido en la cara oculta del empoderamiento

mediático y que ha convertido a las redes sociales, especialmente, Twitter, en espacios hostiles que disuaden la participación.

De forma general, se observa como los elementos identificados en las distintas categorías responden a violencias estructurales que derivan en situaciones cotidianas de racismo, discriminación y exclusión y que obstaculizan la participación de las mujeres de forma general y las brechas en el acceso a derechos, incluido el acceso al derecho a la comunicación.

**TABLA 1.** Elementos que obstaculizan la participación

Obstáculos	Económicos/ materiales	Precariedad económica que impide la participación en actividades de carácter voluntario
		Ausencia de recursos para realizar trámites y desplazamientos relacionados con la participación
		Ausencia de organizaciones sociales que respalden el proceso comunicativo
	Burocráticos/ logísticos	Dificultades para llevar a cabo la realización de proyectos relacionados con el medio comunitario
		Limitaciones de los medios para ofrecer empleos y retribuciones estables
		Priorización de las tareas del cuidado en el ámbito doméstico: dificultades para desarrollar un liderazgo social
		Pertenencia al territorio rural: brechas entre las comunidades y núcleos urbanos y precariedad en las conexiones
	Simbólicos/ inmateriales	Interiorización del carácter excluyente de los medios privados, en relación al físico, la formación y al estatus social y económico
		Ausencia de apoyo familiar o de los miembros de la comunidad
		Cultura machista y excluyente en el interior de las organizaciones
		Hostigamiento y violencia digital hacia mujeres comunicadoras y activistas
		Situaciones de violencia, racismo, discriminación y exclusión

Fuente: elaboración propia

### 3.2. ELEMENTOS QUE FAVORECEN LA PARTICIPACIÓN

Seguidamente, como propuesta para promover la presencia de las mujeres en los medios de comunicación, específicamente, en aquellos sin ánimo de lucro, se indican aquellos elementos que pueden potenciar y

favorecer la participación mediática y el empoderamiento comunicativo y que son presentados en los ámbitos público, comunitario e individual.

En el identificado como ámbito público se recogen cinco elementos que podrían potenciar la participación en el Tercer Sector de la Comunicación, en este caso, desde una perspectiva de género interseccional. En primer lugar se observa el reconocimiento de marcos legislativos dirigidos al reconocimiento de nuevos actores mediáticos y la promoción de medios comunitarios. Durante décadas, los sistemas comunicativos en América Latina se han caracterizado por una alta concentración de la propiedad en un reducido número de grupos privados y por las limitaciones a un sector comunitario que, en algunos casos, ni siquiera era reconocido en la legislación. La incorporación del derecho a la comunicación en algunas de las constituciones de la región -Ecuador y Bolivia- y la aprobación de normativa que regulaba el reparto equitativo de frecuencias entre sectores público, privado y comunitario son algunos de los elementos que desde el ámbito público pueden favorecer la participación ciudadana en el Tercer Sector de la Comunicación. En un sentido similar se observa la creación de medidas de acción afirmativa reconocidas en las legislaciones que persiguen apoyar la promoción de colectivos históricamente excluidos y vulnerables y que se pueden materializar en la formación de la ciudadanía o, incluso, en becas o contratos para mujeres comunicadoras. Desde el ámbito público también se identifican los procesos que favorecen la participación de la ciudadanía de forma general y, específicamente, en el espacio comunicativo. De manera global, la Cuarta ola del feminismo ha sido activadora de procesos de empoderamiento mediático y tecnológico que han permitido la articulación y visibilización del movimiento. Precisamente, las apropiaciones mediáticas y tecnológicas están siendo uno de los rasgos característicos de un feminismo que encuentra en las redes sociales un canal de expresión. El ámbito digital es utilizado por las mujeres activistas y por organizaciones que aprovechan la potencialidad de las tecnologías de la información y la comunicación para promover el cambio social, pero, también, como estrategia profesional por parte de comunicadoras freelances.

Desde el ámbito comunitario se identifican cuatro elementos que colaboran en la promoción de la participación de las mujeres en el Tercer

Sector de la Comunicación. En primer lugar, la existencia de organizaciones y de redes de emisoras comunitarias que, de manera general, apoyan y promocionan el trabajo de sus asociados. La existencia de este tipo de redes en el territorio facilita el crecimiento del sector a través de la formación de nuevos comunicadores, incluido el apoyo técnico, que es fundamental para democratizar la comunicación y lograr el empoderamiento mediático de la ciudadanía. Desde una perspectiva de género interseccional, e igual de importante que el anterior elemento, es la existencia de tejido social y de organizaciones y movimientos de mujeres. La experiencia durante años de observación participante revela la importancia estratégica de la comunicación para las organizaciones, que no siempre disponen de presupuesto o de personal cualificado para realizar tareas de comunicación. Se considera que la existencia de organizaciones de mujeres puede favorecer la puesta en marcha de proyectos comunicativos relacionados con los objetivos de la organización, entre ellos, emisoras o programas de radios, aprovechando las facilidades y potencialidad de la emisión online, la creación de podcasts, contenidos en redes sociales, entre otros tipos de contenidos comunicativos que promuevan la participación.

Como se vio en otros apartados, la imposibilidad de remunerar el trabajo en el Tercer Sector limita la participación de personas que no disponen de un empleo adecuado generador de ingresos económicos satisfactorios y que, a su vez, permita tiempo libre para la realización de actividades de carácter voluntario. Para revertir esta situación, los medios podrían llevar a cabo estrategias que faciliten la autogestión y sostenibilidad al largo plazo, incluyendo la contratación o remuneración de personal y a través, por ejemplo, de proyectos socioproductivos o de desarrollo local. También desde el ámbito comunitario, las organizaciones y redes pueden trabajar en la promoción de la alfabetización digital y mediática de las mujeres, especialmente, de aquellas con bajo nivel formativo. En estos casos, la radio comunitaria, el medio más democrático en este sentido, se convierte en un importante canal, fundamentalmente, para poblaciones de lenguas subalternizadas.

Finalmente, desde el ámbito personal/individual se observan elementos que activan el interés en la participación y que se vinculan con procesos

de empoderamiento, entre ellos, la involucración de las mujeres en procesos colectivos dirigidos al cambio social, el interés en formar parte de procesos colectivos -comunitarios, políticos, sectoriales, etc. En tercer lugar, se considera que un elemento importante para fomentar la participación de las mujeres desde una perspectiva interseccional se haya en la puesta en valor de sus conocimientos y la involucración en temáticas que le generen confianza y en las que puedan intervenir con seguridad. En este sentido, podemos citar programas de radio de mujeres afrovenezolanas dedicados al cultivo tradicional del cacao o de mujeres indígenas en los que recordaban los platos típicos de la cocina de la sierra.

**TABLA 2.** *Elementos que favorecen la participación*

Elementos potenciadores	Ámbito público	Reconocimiento de nuevos actores mediáticos y promoción de medios comunitarios
		Medidas de acción afirmativa dirigidas a la participación de las mujeres
		Cuarta ola del feminismo: activadora de procesos de empoderamiento
		Participación de mujeres activistas en ámbito digital
		Potencialidad de las tecnologías de la información y comunicación
	Ámbito comunitario	Existencia de organizaciones y redes de emisoras comunitarias
		Organización y articulación comunitaria, existencia de organizaciones y movimientos de mujeres
		Capacidad del medio para la autogestión y sostenibilidad
		Promoción de la alfabetización digital y mediática de las mujeres
	Ámbito personal/individual	Activación de procesos de empoderamiento dirigidos al cambio social
		Interés en formar parte de procesos colectivos
		Conocimiento de las temáticas abordadas en el ámbito comunicativo

Fuente: elaboración propia

## 6. CONCLUSIONES

El objetivo de la propuesta titulada “Propuestas de participación mediática con enfoque de género interseccional en el Tercer Sector de la Comunicación” era el identificar los elementos que obstaculizan el derecho a comunicar de las mujeres y llevar a cabo una propuesta que reúna aquellos aspectos que sí favorecen la participación mediática y el empoderamiento comunicativo. Como se ha podido observar, las situaciones estructurales de desigualdad se imbrican para desalentar y frenar la presencia de mujeres en la vida pública, abarcando distintas dimensiones en las esferas descritas. El derecho a la comunicación involucra otros derechos que aún no son disfrutados de forma plena por las mujeres, más aún, aquellas pertenecientes a colectivos históricamente excluidos. La dificultad en el acceso a la educación y la educación superior, las menores tasas de desarrollo humano, las situaciones de pobreza, la cotidianidad de la violencia machista y racista y, de forma general, las distintas formas de violencia estructural deben ser superadas para garantizar el disfrute de derechos, incluido el derecho a la comunicación. Precisamente, el derecho a la comunicación se convierte en activador de otros procesos, como lo son el empoderamiento individual y colectivo que, a su vez, se relaciona con el desarrollo de confianza, la autoestima, el sentido de la capacidad individual o grupal para realizar acciones de cambio y la dignidad (Rowlands, 1997). Por todo ello, es preciso que los estados, las comunidades y las organizaciones se impliquen en la superación de las brechas mencionadas para lograr el acceso de las mujeres a sus derechos fundamentales, incluyendo el derecho a comunicar. Se trata, además, de uno de los compromisos adquiridos por la Plataforma de Acción de Beijing que, en 1995, involucró a los Estados, medios de comunicación, ámbito educativo y organizaciones profesionales para avanzar hacia sociedades más igualitarias a través de la comunicación. En la propuesta presentada se presentan aquellos elementos observados en los procesos de apropiaciones comunicativas y tecnológicas por parte de mujeres, por tanto, pueden ser considerados como aspectos a tomar en cuenta para favorecer la inclusión y la participación de las mujeres y garantizar la pluralidad necesaria en sociedades democráticas e igualitarias.

## 7. REFERENCIAS

- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) (2021). *Anuario Estadístico de América Latina y el Caribe 2020*. <https://cutt.ly/HIx2KlQ>
- Fernández Hasan (2016). El ingreso de la agenda feminista a la agenda de los medios. *La Trama de la Comunicación*, 20(2), 127-143. <https://cutt.ly/kIxBcP2>
- González Casanova, P. (2006). *Sociología de la explotación*. CLACSO.
- Gumucio-Dagron, A. (2001). *Haciendo olas. Historias de comunicación participativa para el cambio social*. The Rockefeller Foundation.
- Janz, K. (2019). *Periodismo alternativo y militancia feminista: experiencia de portales digitales con enfoque de género en Ecuador*. Ciespal.
- Lewis, R., Rowe, M. & Wiper, C. (2017). Online abuse of feminists as an emerging form of violence against women and girls. *The British journal of criminology*, 57(6), 1462–1481. <https://doi.org/10.1093/bjc/azw073>
- Millet, K. [1970] (2010). *Política Sexual*. Ediciones Cátedra.
- Nadim, M., & Fladmoe, A. (2019). Silencing Women? Gender and Online Harassment. *Social Science Computer Review*, 39(2), 245–258. <https://doi.org/10.1177/0894439319865518>
- Declaración y Plataforma de Acción de Beijing (1995). <https://www.unwomen.org/es/digital-library/publications/2015/01/beijing-declaration>
- Peppino Barale, A.M. (1998). Radio educativa, popular y comunitaria en América Latina. La formación de un nuevo sujeto social. *Signo y Pensamiento*, 33, 27-34. <https://cutt.ly/JIx1T7Q>
- Peppino Barale, A.M. (1999). *Radio educativa, popular y comunitaria en América Latina*. Plaza y Valdés.
- Ramos, I. (2013). Trayectorias de democratización y desdemocratización de la comunicación en Ecuador. *Íconos. Revista de Ciencias Sociales*, 45, 67-82. <https://doi.org/10.17141/iconos.46.2013.133>
- Ramos, J. (2018). Derecho a la comunicación, estructuras de mediación y construcción social de la realidad. El aporte al derecho de las redes de medios comunitarios en América Latina en las regulaciones del siglo XXI. En F. Sierra, V. Barragán, y J. Moreno, *Derechos Humanos, comunicación y luchas por la dignidad* (pp. 143-184). Ciespal. <https://bit.ly/2RI2qo9>

- Ramos, J., Morais, S. y Barranquero, A. (2018). Las redes de comunicación alternativa ciudadana en España. Potencialidades, dificultades y retos. *OBETS. Revista de Ciencias Sociales*, 13(1), 121-148. <https://doi.org/10.14198/OBETS2018.13.1.05>
- Reyes, H. (2014). Activismo estatal y democratización social en Ecuador. Tensiones contrahegemónicas frente al poder mediático (2007-2013). *Nueva Sociedad*, 249, 108-118. <https://bit.ly/3ksA4uD>
- Rowlands, J. (1997). Empoderamiento y mujeres rurales en Honduras: un modelo para el desarrollo. En M. León, (comp.), *Poder y empoderamiento de las mujeres* (pp. 213-245). Tercer Mundo Editores.
- Segura, S. (2014). La sociedad civil y la democratización de las comunicaciones en Latinoamérica. *Íconos. Revista de Ciencias Sociales*, 49, 65-80. <https://bit.ly/2FMnGqe>
- Tornay-Márquez, M.C. (2021). Radios comunitarias en América Latina, una historia de las luchas populares de un continente. *Historia Actual Online*, 54, 53-62. <https://doi.org/10.36132/hao.vi54.2005>
- Vega, A. (2010). Las mujeres y el derecho humano a la comunicación: su acceso y participación en la industria mediática. *Revista mexicana de Ciencias Políticas y sociales*, 208, 81-95.
- Vega, A. (2014) (Ed.) *Media and Gender: A Scholarly Agenda for the Global Alliance on Media and Gender*. UNESCO/IAMCR.
- Vega, A. y Ortega, P. (2014). Acceso y participación de las mujeres en los medios informativos. *Telos, Revista de Pensamiento sobre Comunicación, Tecnología y Sociedad*, 98. <https://cutt.ly/0IxBVNV>
- Who Makes The News (2021). *GMMP 2020-2021 Final Report*. <https://cutt.ly/YIxNK48>