

ANÁLISIS DE CONTENIDO DE LOS MANDATOS MASCULINOS EN LOS SPOTS DE IGUALDAD DE GÉNERO HACIA UN AVANCE PARA LA EQUIDAD DE GÉNERO.

Eje Temático: Nuevas y viejas masculinidades

Lic. en Psic. Carmina Gisela Espinoza Espinoza
(Pasante de maestría)

Mtra. En Psic. Cristina Rodríguez Juárez
Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

Palabras clave: cultura, equidad, mandatos culturales, masculinidad, equidad, transmisión.

Resumen:

En este artículo se describen los diferentes tipos de mandatos masculinos que muestran los 2 spots de igualdad de género “HeforShe” y como estos siguen contribuyendo a una desigualdad en cuestiones de equidad de género desde lo público hasta lo privado de la vida en la sociedad mexicana, que es a la cual van dirigida estos productos publicitarios, se describen los diferentes mandatos establecidos para los varones y como estos afectan e influyen en ambos sexos.

Se especifica esta situación en cada uno de ellos, así como se plantean y sugieren requerimientos socioculturales mínimos para un cambio más pertinente y eficaz hacia la equidad de género en los tiempos actuales, pues como lo menciona la WFT por su siglas en ingles México tiene avance en este tema, sin embargo con los mismos dispositivos que utiliza para el cambio muestra las necesidades que aún se tiene para continuar hablando de una real equidad de género en este país. De acuerdo a nuestro objeto de estudio, al ser un contenido mediático actual, se optó por el método de análisis de contenido que nos permitió expresar la problemática del momento determinado, pues el trabajo se presenta en tres partes, la primera describió un breve recorrido del avance que se ha tenido en materia de género en México, en la segunda parte se explicaran las coacciones sociales de los mandatos sociales y como se encentramos ahí los mandatos

masculinos y por último se describirán y debatirán los que aún están presentes en estos spots mostrando la desigualdad vigente que se vive día a día en nuestra sociedad mexicana y que nos permitieron definir cuáles son las necesidades socioculturales que se requieren para continuar con el avance en equidad de género.

Premisa o supuesto teórico: El reconocimiento de los aspectos silenciados en el hombre permite una mayor aproximación real hacia la igualdad de género, continuar reproduciendo los mandatos masculinos conduce a reforzar la desigualdad de género.

Introducción:

En la actualidad con los avances de las mujeres a nivel público ha sido un logro reconocido por diferentes instituciones, sin embargo deja de lado al otro actor “el hombre” que con su participación aceleraría los logros alcanzados para obtener mayores beneficios para ambos sexos, es por eso que es importante hablar de las masculinidades, es decir darles voz y conocer que es lo que se necesita para ir incorporándolos al trabajo en la búsqueda de una igualdad de género.

Y esto lo logramos a través de ir describiendo los mandatos masculinos que se encuentran presentes en la campaña “HeForShe”, en este trabajo solo se analizó un spot que fue muy polémico ya que sale inmediatamente después del anuncio de que México se suma a la campaña de la ONU.

Se va haciendo más evidente la importancia de la participación del hombre y como su contribución marca una diferencia es cuestiones de género. También muestra que la problemática de género no solo corresponde a los sexos como actores sociales, sino que este cambio lleva implícito diferentes esferas sociales, culturales y económicas. Y que si se busca un cambio permanente y consistente es necesario ir incorporando más estas cuestiones a las políticas públicas del país para que tengan una mayor validez y su efecto sea más consensado y participativo, pues si bien el estado es el que legitima y valida los comportamientos de los sujetos dentro de esta sociedad.

Menciona también la necesidad de seguir analizando los diferentes dispositivos de cambio que usan, pues como se ve en los resultados de este trabajo existen muchas inconsistencias y ambigüedades que denotan una falta de compromiso real y que pareciera que han venido dosificando en beneficio de un patriarcado que sigue presente en nuestros días y que cuesta mucho trabajo erradicar sus efectos.

Desarrollo:

Solo puedo reconocirme reconocido por el otro en la medida en que ese reconocimiento del otro me modifica: es deseo, es lo que se estremece en el deseo.

Jean-Luc Nancy, Hegel: la inquietud de lo negativo

Comenzamos este trabajo con la cita de Hegel que retoma Butler (2009) en su libro “Dar cuenta de sí mismo”, también se retoma porque a lo largo de esta propuesta se enlazara con lo que plasma la autora en esta obra, ella cita a Hegel en el apartado “Interrogantes Poshegelianos”:

...El reconocimiento no puede darse de manera unilateral. Tan pronto como lo doy, potencialmente me lo dan, y mi forma de ofrecerlo me es potencialmente ofrecida... (Butler, 2009)

...Con esta sentencia advierte que la autoconciencia advierte que no puede tener un efecto unilateral sobre la otra autoconciencia... (Butler, 2009)

Es decir en los trabajos o logros que se han alcanzado sobre el tema de igualdad de género como se observa según estadísticas mundiales de la ONU mujeres, la OIT, nacionales como el INEGI y otra infinidad de medidas fidedignas, en resumen, mencionan que las mujeres en la actualidad por ejemplo ocupan el mayor número de matrícula en estudios de nivel superior Lamas (2009) no sólo esto se están incorporando a carreras que antes sólo eran consideradas para hombres, pues como se sabe la mujer incursiona en estos niveles académicos en carreras nobles que le permiten conciliar las responsabilidades que le implica la vida privada con lo público.

Y ahora da otro paso al romper este paradigma inicial al incorporarse a carreras que solo eran preferentemente para hombres, otro alcance que es muy reconocido es en el ámbito laboral en el cual se menciona no sólo la incorporación de la mujer como tal, sino que hoy va ocupando puestos de alto mando que antes sólo le permitían a los hombres, sin embargo hoy la lucha se sigue dando en la búsqueda de la igualdad de salario dificultad que diferentes intuiciones como a industria del séptimo arte han denunciado públicamente, y que nos muestra que algo sigue pasando que desde los años en los que la mujer inicia a luchar por esta igualdad en los derechos laborales y en nuestros días, ha pasado más de un siglo y permanece la desigualdad, parece

que es aquí donde entra otra cara de la moneda, que podría dar respuesta a esta situación y que ya diferentes grupos e instituciones han manifestado como lo menciona Lagarde (1997) las construcciones culturales para los hombres influyen en las mujeres y viceversa.

...La lucha por la igualdad de género no le corresponde sólo a la mujer, es una cuestión que necesita dar lugar y voz a que ha pasado con los hombres en todo este tiempo y específicamente este momento transicional que vivimos, como se posiciona ante el performance colectivo que muestran las mujeres desde sus diferentes circunstancias, manifestar que le sucede a él, cómo se ha vivido el todo este tiempo, hacer un recorrido histórico de las cuestiones de género paralelo con el hombre, donde a la par que se habla de la mujer se hable de que estaba pasando en ese momento con el hombre, si no seguiremos cayendo en cuestiones donde se maximiza la posición de víctima de un lado y victimario por el otro y la propuesta es salir de estos constructos que se vuelven círculos eternos y viciosos de conmemoración o luchas inciertas y retóricas, que no llegan a ningún fin real.

Pues a ciencia cierta no se sabe con quién se lucha, entonces el dar lugar al estudio de los mandatos a los que está expuesto o formado el hombre impiden un serio abordaje para que la desigualdad. Para un efecto sobre el otro nunca es unilateral, siempre va implicar el otro y aquí el otro por el lugar que ocupa de privilegios va dosificando el avance que también le beneficiaría, pero aún no quiere o desea asumir esa responsabilidad. (Butler, 2009)

Es por eso que se eligieron los spots de HeForShe donde se busca que el empoderamiento de las mujeres permita que los hombres estén comprometidos con la igualdad en todos los campos: el hogar, la calle y los centros de trabajo (Morales, 2016).

Como se observa su mismo título lleva en primera instancia la incorporación de los hombres a la causa de igualdad de género, un punto de mucho acierto, pero también vislumbra una cuestión de suma importancia ¿lo hacen por ellas?, ¿“ElPorElla”? no es “HeForHe” ni “SheForShe” es decir se incorporan de una forma en la que se sigue omitiendo cómo esta desigualdad de género impuesta por poderes hegemónicos también les afecta a ellos.

Como “He” puede determinar un cambio para “She”, pero no “She” para “She”, ni “SheForHe” no genera el mismo impacto, entonces implícitamente se está mostrando que “He” tiene un poder que no tiene “She” y por obviedad sobre lo decisivo para la igualdad de género.

Entonces el “HeForShe” exhibe que continua la posición de poder de un sexo sobre otro y que sin poner de manifiesto esto es difícil que continúen los cambios acelerados que buscan en estas campañas y lo único que manifiestan es lo contradictorias que pueden llegar a ser.

Entonces habría que cuestionarse lo mencionó mandatario Osorio Chong en el evento cuando México se suma a la campaña HeForShe de ONU mujeres:

...convoco a reflexionar sobre los roles, actitudes y creencias en favor de la equidad de género, pero sobre todo “a desmontar aquellas prácticas que nos alejan de ideal de Igualdad...

Y continúa diciendo:

...Hoy con el acompañamiento de ONU Mujeres hemos decidido acelerar el cambio hacia la igualdad, visibilizar los estereotipos de género que limitan el desarrollo...

(Morales, 2016)

Pero como el poder también brinda beneficios imaginamos que también determinan que *desean visibilizar y como*, sin embargo estos espacios nos permiten realmente hacer una crítica hacia lo que recibimos para poder generar mejores direcciones de cambio y propuestas de seguimiento y no sea sólo retórica.

Los beneficios que brinda la masculinidad no permiten un cambio más directo, pues como lo menciona Bordieu (2000) al ser “víctimas relativas”, entonces no existe un pleno interés en modificar su postura aunque también en cierta medida les sea incomoda, retoma la frase de Virginia Wolf que dice: ...ellos tienen un buen papel..., es decir dentro de este juego a ellos les toca un papel más agradable.

Observar esta determinación social no hace preguntarnos ¿qué sigue avalando esta postura de los géneros? Y podría ser necesario recapitular la historia, hablar de lo que es la masculinidad y feminidad.

Masculino y femenino los podemos identificar como resultado del género, reflexionar en uno nos lleva inmediatamente al otro. Lamas (2008) define género como una construcción simbólica e imaginaria que soporta los atributos asignados a las personas a partir de la interpretación cultural de su sexo: distinciones biológicas, físicas, económicas, sociales, psicológicas, eróticas, afectivas, jurídicas, políticas y culturales impuestas.

Entonces encontramos que la construcción simbólica de la masculinidad se ha asociado al hombre, aun sabiendo que esto no es determinante, pues el género se juega en ambos sexos, históricamente lo ha personificado el hombre, sin decir que es exclusivo de él, pareciera que así es.

En los estudios sobre masculinidades de Cornell (2003) menciona que la masculinidad es un proceso de relación entre estructuras sociales con las prácticas y experiencias a lo largo de la vida de los hombres en tres esferas: la productiva, el poder y cathesis. A nuestro parecer hace una síntesis de las diferentes deficiones que han venido dando diferentes autores y todos coinciden en los aspectos que el categoriza y que nos permiten hacer una crítica.

Bourdieu (2000) comenta que gracias a que el principio de visión social construye la diferencia anatómica y que esta diferencia social construida se convierte en el fundamento y en el garante de la apariencia natural de la visión social que la apoya, se establece una relación de causalidad circular que *encierra el pensamiento en la evidencia de las relaciones de dominación*, inscritas tanto en la objetividad, bajo la forma de divisiones objetivas, como en la subjetividad, bajo la forma de esquemas cognitivos que, organizados de acuerdo con sus divisiones, organizan la percepción de sus divisiones objetivas

Es decir la manera simbólica que se les atribuye es a la vez convencional y “motivado”, es percibido por tanto como casi natural, se podría decir que se siguen perpetuando las dicotomías y la visión de un mundo binario, que acota las posibilidades del movimiento de los sexos en el género y manifiesta las consecuencias del poder que lleva toda construcción social.

Y es aquí donde radica el problema cuando socialmente nos acostumbramos a ver estas manifestaciones que determinan los convencionalismos sociales que afectan al hombre y la mujer proporcionalmente de acuerdo a sus características socioculturales y económicas.

Entonces vemos como el patriarcado siempre se está actualizando en las nuevas coyunturas y produciendo nuevas formas de expresarse, por esta razón es importante identificar cuáles son los atributos o mandatos masculinos que siguen reproduciendo los varones en nuestros días.

Si desglosamos algunos de los atributos dicotómicos que propone Bourdieu (2000) podemos observar lo siguiente:

Masculino-activo	Femenino-pasivo
Dirige	Conducida
Crea	<i>Reproduce</i>
Expresa	Calla
Publico	Privado
Posee	Carece
Erotiza	Erotizada
Domina	Subordinada

Esto nos dice algunas de las características de los mandatos masculinos, pero también encontramos otros según Cornell (2003) en lo productivo encontramos la división sexual del trabajo, la designación de tareas por género; en el poder encontramos la subordinación de las mujeres y la dominación de los hombre; en la cathesis lo referente a vínculos emocionales, el deseo sexual, libido estructurada socialmente, todo esto ligado a elementos como clase, raza, etnia, religión, nacionalidad, región franja etaria y generación.

Si desglosamos cada uno de estos para realizar nuestro análisis de contenido encontramos:

El primer mandato que vemos presente es el de la virilidad en el spot de HeForShe, pues en todos los apartados observamos que aparece: **Si él puede.... Yo puedo o Si ella puede... yo puedo**, lo que responde a nuestra primera codificación *frecuencia ponderada* y de *ausencia* como el

elemento que tiene mayor importancia en las frases construidas en estos spots, pues es el que más aparece en las frases y que nos lleva a una explicación analítica en primer lugar la construcción del enunciado en una forma condicional “si ella puede” entonces “yo puedo”, que nos muestra que para todo cambio como lo señala Judith Butler se requiere del otro, un cambio nunca es unilateral y es de las primeras veces que aparece esto implícito en las campañas de igualdad de género y en segundo lugar en la codificación de ausencia no encontramos la representación del “Yo puedo” que es como responder de manera implícita a un mandato masculino de la virilidad: si se es hombre se puede, a los hombres se les dice desde pequeños en la cultura mexicana “ni modo que no puedas” o te vas a rajar, un hombre nunca se raja, él siempre puede. Entonces observamos que implícitamente tratando de romper mandatos o estereotipos los tiene que romper entrando en los mismos o utilizando los mismos imperativos, pero no explícitos.

En la codificación de *intensidad* en la cual utilizan un discurso menguado, tímido, condicional:

Si él puede... Yo puedo o Si ella puede... yo puedo

No es un discurso contundente o imperativo de cambio es más bien eventual o accidental; porque no tenemos nada asegurado en el supuesto “Si...yo”, nos dice hay posibilidad de que pase, pero también de que no, y no pasa nada (y la realidad es que pasa mucho al dejarlo a que sea opcional), restringido o como pidiendo permiso

Como lo menciona Lamas (2015) el orden social está tan profundamente arraigado que no requiere justificación, se impone así como auto evidente y es considerado como “natural” gracias al acuerdo casi perfecto e inmediato que obtienen de estructuras sociales como la organización social de espacio y tiempo y la división sexual del trabajo.

Hay algo profundamente evidente que se omite en el manejo de la este discurso el hecho de que en nuestros días y como sociedad urbana mexicana ambas partes de las parejas y familias tienen que trabajar, deja de ser una opción y más una necesidad, pues como vemos los comerciales van dirigidos hacia la clase obrera, case trabajadora.

Y es una muestra clara de lo que dice Paul Kershaw que cita Martha Lamas: el patriarcado incluye una amplia gama de incentivos culturales, políticos y económicos que incitan a los

hombres a comportarse de manera no optima desde el punto de vista social realizando una cantidad mucho menor de actividades de acuerdo a las que tendrían que asumir si no existiera la división sexual del trabajo.



Si él puede cuidar a su bebé....

Yo puedo cederle mi asiento

Aquí analizamos *Presencia* de incorporar cuidado de los hijos de un hombre con playera rosa, lo cual es una ambigüedad pues en este apartado quiere mostrar la incorporación del hombre en un rol de cuidado de sus hijos, pero también lo hace con un color que tradicionalmente se le ha asignado a la mujer.

El uso de la playera en otro contexto y otro discurso no nos diría nada, pero aquí muestra una contradicción.

Otra condición es la *Ausencia* nos lleva a tora premisa “puede no poder”, traslada el discurso a algo opcional, eventual y después se transforma en condicional, sólo si el otro hace yo también podría.

Otro cuestionamiento del orden de toda la frase es ¿Por qué no podría? y que da para pensar infinidad de posibilidades pero ahora solo es importante mostrarla.



Si mi esposa puede trabajar en una construcción

Yo puedo encargarme de cuidar a mi hija

Trabajo en construcción mujer

Observamos la codificación de *Ausencia* de algo importantísimo que ha mantenido a la mujer en la vida privada la crianza y cuidado de los hijos, si pensamos en a primera sentencia observamos que ella va a trabajar, pero el distractor parece ser el tipo de trabajo al que va “construcción algo nuevo” en nuestros días para las mujeres, pero al mismo tiempo muestra que alguien debe cuidar a la hija entonces por que la la opción de “Yo puedo”, pues ¿ y si no la cuida él, quién cuida a su hija?.

En este frase al igual que la mayoría que se encuentra en el spot observamos la *intensidad* en el orden de la oración todas comienzan con si ella, esa otra que puede entonces entro yo después denotando uno que ella juega un papel más importante en las cuestiones de igualdad de género y lo hago por ella y en ningún apartado del espot se menciona que lo que hacen o están haciendo por ellos.



Si ella puedo trabajar manejando un taxi

Yo puedo hacer las compras cuando me toca

Notamos la codificación de *presencia* en el color del taxi, ya que muestra cómo se continua con el estereotipo ligando colores a sexos, lo que representa el color rosa tradicional para representar a la mujer, y ahora llevarlo a un ámbito laboral como el taxi, sigue marcando la dicotomía de los sexos en el constructo social de género, algo que limita y genera discriminación hacia otras diferencias.

Hacer las compras “cuando me toca” es la única frase que se observa como logro, muestra que ya hay una propuesta de mejora en la división de las tareas y una incorporación en las mismas.



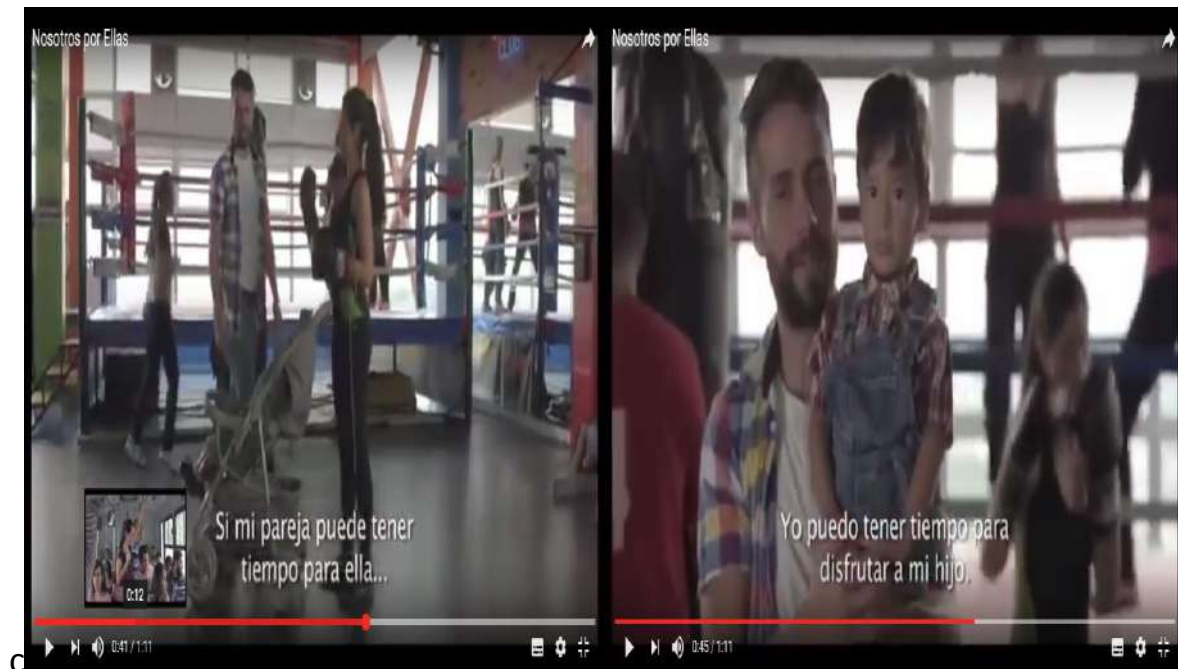
Si mis nietas pueden aprender a jugar fútbol...

Yo puedo aprender a cocinar

Codificamos en *intensidad* en la frase “yo puedo aprender a cocinar” utiliza la palabra aprender que denota una connotación menos intensa de la que se necesita en cuestiones de género, y aquí también se muestra un desconocimiento de cuanto tiene que las mujeres participan en los deportes, no es nuevo, y cuanta diferencia para que ellos apenas comiencen con la iniciativa de aprender.

Sin embargo también notamos la *Presencia*: las niñas también siguen “jugando juegos tradicionales”, no solo al futbol, pues en la escena donde el abuelo entra a la cocina ellas están jugando con trastecitos, lo que podría decir mientras el hombre de abuelo aprende a cocinar (incursionar en cuestiones de lo privado) a la mujer no se le ha quitado la asociación con juegos que implican el ámbito de lo privado como la cocina.

Podría sonar como un “Guarda a calma se seguimos reproduciendo lo tradicional”...



Si mi pareja puede tener tiempo para ella...

Yo puedo tener tiempo para disfrutar a mi hijo

Esta es muy fuerte pues en la codificación de *ausencia* implica preguntarse varias cuestiones en la primera sentencia “si mi pareja puede tener tiempo para ella”

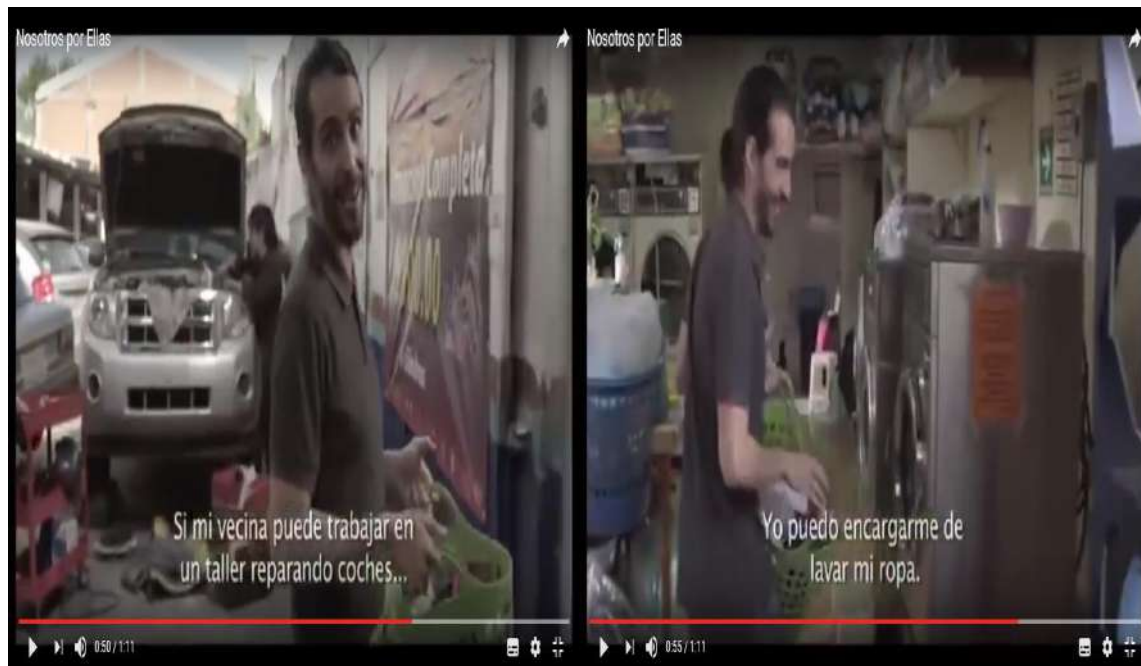
¿Por qué ella no pudiera tener tiempo para ella misma?

¿Cuándo lo perdió y cómo? Parece que esto es de lo que se necesita hablar.

Y ¿porque él no tenía tiempo para disfrutar de su hijo? O ¿se tiene que tener tiempo para disfrutar? ¿Qué se lo impedía?

Presencia: el tiempo libre en un hobby muy poco usual para las mujeres, será que quieren decir son pocas las que usan su tiempo

La intensidad del constructo está en la utilización redundante verbos, que se vuelven incensarios para decir lo que se pretende decir, pero que sin embargo con esto se puede suavizar distraer de la asignación de atributos femeninos al hombre



Si mi vecina puede trabajar en un taller reparando coches...

Yo puedo encargarme de lavar mi ropa

Ausencia de algo sumamente determinante si no se encarga él de su ropa ¿Quién se encargará? Y ¿por qué?...



Si mi hija puede vivir sola....

Yo puedo apoyar su decisión

Aquí analizamos la presencia de él que apoya es hombre a una mujer que no puede vivir sola y además es una mujer con síndrome de Down que esto daría para más análisis.

En ausencia denota la siguiente cuestión -Una mujer no puedo vivir sola y ¿ si no tiene su apoyo? ¿No podrá hacerlo?, si la que la apoyará fuera mujer también que dice la imagen.

Los anteriores apartados vimos cómo va encaminado hasta que en este vemos específicamente del poder en este, la subordinación de las mujeres de pedir apoyo (Autorización, el hombre legítima a otros), y la no autonomía de la mujer o independencia.



Voz mujer: ¡Empieza ahora, firma el pacto! #NosotrosPorEllas

Por último encontramos la codificación de *orden que tiene establecido* cada uno de las propuestas comienzan son situaciones visibles que menos implican en la constitución del mandato social masculino como permitir que le cedan un asiento, cuidado de los hijos, ir a las compras, son situaciones en las que se ha visto más a los hombres, y va aumentando.

En *intensidad* a situaciones que van implicando más al varón como cocinar, cuidado de hijos para el uso del tiempo libre de la mujer, algo que sólo se había permitido sólo él, pasa al lavado de la ropa situación muy difícil de concebir para muchos hombres mexicanos, para terminar con la muestra de que si una mujer puede vivir sola también no necesita su provisión o defensa; como observamos hay un orden bien establecido que les permite ir concibiendo cada paso del cambio.

Entonces se podría decir que no se puede hablar de cuestiones de género de manera directa y libre, sino que se tiene que dosificar los cambios que se buscan desde que se comenzó de la búsqueda de una igualdad de género.

CONCLUSIONES:

Como vemos la manifestación de la virilidad en el hombre es un signo característico, que es recibido o percibido por los otros como hazaña que se glorifica y enaltece y que los beneficios que brinda es uno de los principales motivos por los cuales se tiene el ritmo de progreso que se tiene en cuestiones de género.

Si continuamos minimizando y normalizando todas estas situaciones el avance en igualdad de género se tardará cada vez más, pues se observa como el patriarcado tiene sus formas contemporáneas de seguir ganando terreno y dejar en desventajas a ambos sexos.

Entonces observamos que implícitamente tratando de romper mandatos o estereotipos los tiene que romper entrando con los mismos o utilizándolos sin que sean explícitos.

Se omite en el manejo de la esta discurso el hecho de que en nuestros días y como sociedad urbana mexicana ambos partes de las parejas y familias tienen que trabajar y el cambio observado deja de ser una opción y parte más de una necesidad.

Se debe comenzar a denunciar y hablar de incentivos culturales, políticos y económicos que tienen los hombres en esta desigualdad de género, pues esta misma les permite olvidar los altos costos que pagan por seguir conservando esos “beneficios”. Continuar sacando a la luz lo que sucede en el ámbito privado como la familia pues es ahí donde se gestan los elementos más importantes en las relaciones que reproduce y avala el estado.

Como lo menciona Bourdieu (2000): ...La autoconciencia aprende esta lección, ante todo, en el contexto de la agresión a la otra, en un vano esfuerzo por destruir la similitud estructural entre ambas y recuperar una posición soberana: «esta acción de la una tiene en sí la doble significación de ser tanto su propia acción como también la acción de la otra. (. . .) Cada una ve que la otra hace lo mismo que ella; cada una hace por sí lo que exige de la otra y, por lo tanto, también hace lo que hace solo en la medida en que la otra hace lo mismo»...

Referencias:

Bourdieu, P. (2000). La dominación Masculina. Barcelona: Anagrama.

Butler, J. (2009). Dar cuenta de sí mismo. Violencia ética y responsabilidad. Buenos Aires: Amorrortu.

Connell, R. (2003). Masculinidades. Universidad Autónoma de México. México.

Lagarde, M. (1997). Identidad genérica y feminismo. Costa Rica: Instituto de Estudios de la Mujer, Universidad Nacional.

Lamas M. (2015). Conversatorio "Romper el Círculo Reproductivo de la Desigualdad: repensando la masculinidad" Semana de Igualdad de Género. Biblioteca Vasconcelos –

Lamas, M. (2008). Cuerpo, Diferencia Sexual y Género, México: Taurus.

Lamas, M. (2009) Miradas feministas sobre las mexicanas del siglo XX. México: Fondo de Cultura de México.

Referencias electrónicas:

Asociación Internacional Mujeres Abrazando a México A.C. (AMAM). Recuperado el 25 de septiembre de 2016 de <http://mujeresamamasociacion.jimdo.com/>

Morales, A. (22-febrero-2016). México se suma a la campaña “HeForShe” de la ONU. EL Universal. Recuperado <http://www.eluniversal.com.mx/articulo/nacion/sociedad/2016/02/22/mexico-se-suma-la-campana-he-she-de-la-onu>

ONU MUJERES (ONU) Recuperado el 20 marzo 2017 <http://www.unwomen.org/es/where-we-are/americas-and-the-caribbean>.

Spot “HeforShe” Recuperado https://www.youtube.com/watch?v=6OUI_BiY_gM