

# La complejidad en la construcción de lo femenino. Imágenes y discursos en el Día Internacional de la Mujer

Diana Elisa González Calderón\*

## Resumen

Este documento pretende identificar los conflictos discursivos en torno al Día Internacional de la Mujer a partir de analizar las imágenes que el buscador Google aporta en su primera búsqueda para comprender que esta “sugerencia” de contenidos, para un público diverso con distinto nivel crítico, sigue construyendo saberes en torno al género desde lo que se consume en escenarios virtuales. La crítica se sustenta en un corpus basado en la teoría fílmica feminista por ser un aparato potente de desnaturalización de las imágenes en torno a las mujeres y aportar elementos valiosos de disección desde el ámbito de emisión y recepción.

## Palabras claves

Representación, género, discurso, Día Internacional de la Mujer

## Abstract

*This document aims to identify the discursive conflicts around International Women's Day by analyzing the images that the google search engine provides in its first search, to understand that this "suggestion" of content for a diverse audience with different critical levels, continues to build knowledge around gender from what is consumed in virtual settings. The criticism is based on a corpus based on feminist film theory as it is a powerful device for denaturing images around women and provides valuable dissection elements from the broadcasting and receiving environments.*

## Palabras claves

*Representation, gender, speech, International Women's Day*

---

\*Facultad de Arquitectura y Diseño  
Universidad Autónoma del Estado de México  
Contacto: [dianaeligonzalez@yahoo.com.mx](mailto:dianaeligonzalez@yahoo.com.mx)  
ORCID <https://orcid.org/0000-0003-3016-1115>

## Introducción

La historia de las mujeres está compuesta de claroscuros, que más allá de ser provocados por su esencia humana, han sido impuestos por un entorno que permite y valida, pero también omite y oculta.

No es ajeno el dato de que una gran cantidad de mujeres han cedido su protagonismo a una contraparte masculina por no estar validada su participación en el espacio público. Las mujeres han ido ganando terreno por mérito propio y el cambio de paradigma no solo se ubica en la mujer como sujeto y sus avances, sino en la misma propuesta de consumo de imágenes que determina un deber ser nuevamente impuesto por la sociedad, con demandas y asignaciones que perpetúan un rol que amerita ser deconstruido.

Las imágenes mediáticas son escenarios valiosos de análisis por ser un ente que comunica, por su alcance e impacto en públicos específicos y por ser espacios desde donde se construye sentido con intención específica.

Dice Roland Barthes (2002) que ninguna imagen es ingenua, pues es indicador de relaciones, jerarquías, y por lo tanto de un universo de pensamiento y valor. La imagen vista como una representación conlleva la palabra ideología, por lo que es un elemento potente de discurso con impacto concreto hacia alguien.

Cuando la imagen representada suma el concepto género, hace visible un discurso social y por lo tanto cultural en torno a las relaciones, de aquí la importancia de revisar estas miradas a las mujeres y confrontarlas con el avance de los estudios teóricos, así como de la misma subjetividad. Esta subjetividad, es quizás el escenario más importante de discurso a favor de las mujeres y sus causas, pues no devienen como ocurrencia, sino hablan desde la misma experiencia de vida.

La experiencia de vida señalada es diversa, multidimensional y sectorial, siendo para las mujeres un escenario omitido en la construcción que

se genera en los medios de comunicación y un dato ausente en la escritura de su historia.

Dicho lo anterior, el análisis de las mujeres como idea y sujeto ha estado pendiente y por lo tanto es tarea urgente separar, entender y ubicar las convencionalidades para lograr avances de distinto orden a nivel social, así como en sus productos culturales.

El género y la manera de ser representado han perpetuado una configuración social, que como imaginario, han establecido jerarquías con resultados limitativos para ciertos sujetos sociales. Los medios de comunicación han sido escenarios de aprendizaje de las formas del deber ser.

De aquí que resulten interesantes las miradas que desnaturalizan lo que por tanto tiempo se entendió como lo correcto y confronten la mirada patriarcal que ha sido sustento histórico del planteamiento de la cultura y de la idea de las mujeres en lo público y lo privado.

## Metodología

Este análisis se ha fundamentado en un corpus teórico que aborda los estudios de la imagen como representación a partir de los estudios de la imagen y la comunicación, así como de la teoría filmica feminista y el concepto “cine de mujeres” como concepto potente al ser deconstructivo de las representaciones y que ayudará a desnaturalizar la unidad de análisis.

El corpus de análisis se constituye por una selección de imágenes que, en la primera página de búsqueda en Google, se ofrecen como contenidos al término Día Internacional de la Mujer, lo que supone sugerencias inmediatas al término. El trabajo llevado a cabo desmenuzará la totalidad y sus partes para hacer una disección, a la luz de diversos postulados, del corpus teórico seleccionado, con la intención de identificar los diversos conflictos en la construcción de las imágenes y sus discursos.

## Imagen y discurso mediático

La definición de la palabra imagen viene de la raíz imitari o imitación, la cual señala el nivel de iconicidad y el grado figurativo (Galindo, 1988), pero Villafañe señala que el concepto es mucho más amplio a la representación icónica, pues comprende procesos de pensamiento, percepción y memoria (2006). Por lo que la definición de imagen atendería a un fenómeno de construcción mental con origen sensorial, que tiene sentido basado en la experiencia previa o relacionada a ella por quien la percibe.

Pero en términos de imagen visual, es posible entenderla como un conjunto de signos dados a partir de códigos diversos, que de manera sintáctica construyen sentido y valor. En ella se imprimen de manera consciente o no, intenciones que develan la relación sujeto-objeto captado, de aquí que Barthes destacara la imposibilidad de la imagen ingenua y sin sentido. De la misma manera, Prieto Castillo (1983) reafirma la postura de Barthes al decir que toda expresión es una postura ante la realidad, postura que puede distorsionar, parcializar o explicar la voluntad de quien la emite. Al respecto, Catalá (2005) señala que en un ejercicio de recepción, en las imágenes se imprime una doble mirada, en la que una atiende a la mirada planteada en la imagen misma y la segunda está dada por el observador, por lo que es importante entender la construcción y el medio.

Es así que desde los sesenta McLuhan hiciera énfasis en la relación directa entre medio y mensaje (Roncallo, 2014) y cómo el soporte afecta el contenido, reflexión detonada también por Barthes (2002) al señalar cómo el título mismo de un periódico o aporte lingüístico incidían en la percepción de la imagen o contenido.

La significatividad de la imagen desde la postura de recepción no escapa de lecturas diversas que se detonan por diferentes aspectos: el escenario referencial constituido por todo lo que sabemos de la imagen misma y que atiende a lo social, lo histórico y lo político. Desde el territorio de emisión importa también el origen de la imagen en cuanto

tiene una autoría y este tiene una historia, una tendencia, una ideología que se filtra y estructura un mensaje codificado con toda intención para alguien.

Si bien la mirada se construye culturalmente (Catalá, 2005), el concepto de representación habla de lo que la realidad es, bajo la óptica de una mirada particular, por lo que es un recurso artificial que no escapa de la subjetividad. Pero el ser humano necesita representar para explicar, posicionar y comprender, por lo que hace uso de formas simbólicas que se amparan dentro de una lógica cultural.

Los medios de comunicación reimprimen la realidad a través de representaciones parcializadas en términos espaciales, temporales y de punto de vista, y a su vez denotan un nivel de relación al referente señalado; otro tema será indagar el nivel de aprehensión del receptor ante estas manifestaciones mediáticas.

Los medios de comunicación tienen una función didáctica en cuanto a estilos, modos de vida y patrones de conducta e influyen en la construcción de identidades como maneras de entender el mundo (Torres, 2008), por lo que el uso de estereotipos simplifica la realidad a modelos fáciles de clasificación bajo una lógica muchas veces moralista. Sin embargo, aunque son modelos de conducta, influyen otro tipo de referencias y experiencias en la relación sujeto-representación que ayuda a interpretar al receptor, reforzando, matizando o anulando el impacto del discurso mediático.

## Mujeres y representación

El análisis de las representaciones, desde el punto de vista de la teoría filmica feminista, parte de la idea de que las mujeres han sido vistas desde un filtro ideológico que las ha encasillado y a la vez discriminado. Por lo que toda deconstrucción, apunta a la urgencia de un cambio de paradigma: “Si se altera el orden de la representación dominante se inicia un proceso de deconstrucción de un cierto lenguaje [...], el que acompaña o sostiene al «modelo de representación institucional»” (Millán, 1999, p.37).

Desde la investigación feminista, los estudios de la representación cobran especial interés al identificarse como unidades potentes de sentido insertas en estructuras de alto consumo, como lo son las imágenes de los medios, así como el cine.

Los movimientos de las mujeres de los sesenta y setenta hicieron evidente la ausencia de presencia y participación en el ámbito público, por lo que desarrollaron una interesante crítica sobre el género en sus prácticas y discursos con la intención de desnaturalizar el concepto. Surgieron discusiones que recayeron en el estudio de imágenes de las mujeres, los medios y el cine, que fueron vehículos importantes de impacto social, en los que se abordaron cuestionamientos sobre subjetividad, placer, relaciones de poder, modelos de feminidad y modos de producción. La teoría fílmica feminista combinó la reflexión y el activismo. Diversas posturas de análisis coinciden en que las relaciones de poder en toda sociedad permean ideológicamente su producción cultural y por lo tanto, las relaciones individuales.

Su intención de análisis abordó la obra de importantes directores que conformaron la mirada del cine clásico tradicional, pero también de mujeres que con su obra, confrontaba ese planteamiento. Uno de los textos más brillantes de la época fue *Placer visual y cine narrativo* de Laura Mulvey (1976) que analiza la escotofilia y el narcisismo, el primero como el placer de mirar y someter a otra persona al control de esa mirada, y el narcisismo como el acto de identificación con la imagen vista. En este sentido, destaca la idea del cuerpo de las mujeres como un objeto de consumo visual, donde ella es observada y él quien observa, como posibilidades otorgadas a cada género. El cuerpo de las mujeres como objeto genera un espectáculo dado por los planos y movimientos de cámara, enfoque, montaje, recorte y la misma mirada. Colaizzi señala que este documento reflexiona sobre “[...] producción cultural inserta en un sistema político-ideológico, cuya función es la creación y naturalización de las nociones opuestas y complementarias de la feminidad y masculinidad”. (2001, p.9)

Surgieron importantes estudios críticos que abordaron las representaciones de las mujeres, en ese sentido Molly Haskell señala que “[...] la auto-compasión de sí misma y las lágrimas empujan a la espectadora a aceptar su sitio en lugar de rehusarlo...” (1974, como se citó en Colaizzi, 2002, p.155).

El corpus analizado no escapó de una narración sexista, que redujo a cada género a la delimitación de roles y sus respectivas permisividades, lo que ubicó al hombre en el territorio de lo público y de la acción, así como a la mujer en el territorio de lo privado y la pasividad. Dicha labor deconstructiva hizo evidente una ideología que posicionó a la mujer como incapaz de nombrarse y hacerse dueña de su propia representación.

Ante la concepción generalizante de la idea “mujer”, es Teresa de Lauretis (1992) quien señala que la complejidad femenina está en constante cambio, y distingue a la mujer ficcional de la mujer real que se construye desde su historia, destacando la importancia de la praxis, es decir, de la mujer vista desde su subjetividad como una variedad que interesa mostrar.

Uno de los conceptos más interesantes que emanaron de esta teoría fílmica tiene que ver con el llamado “cine de mujeres” planteado por Claire Johnston en 1975. Fue un concepto de acción política contra la mirada patriarcal. Señalaba el carácter limitativo de las representaciones, donde se generan evidentes conflictos por romper las normas sociales impuestas a las mujeres. Lo anterior supone un cambio de paradigma, pues el cine de mujeres no pretende la muerte del placer visual, sino la construcción de otro marco de referencia (De Lauretis, 1992). En este sentido, Annette Kuhn (1991) señala la importancia de que más mujeres se ubiquen en territorios de intervención cultural para aportar una mirada distinta a las ausencias señaladas.

A lo largo de la historia, las mujeres no han tenido el manejo de su representación. Desde la enunciación también existe el conflicto de señalar objetivamente a un sujeto femenino, más allá del imaginario que los hombres han hecho de las mujeres por tener codificaciones culturales que han

permeado más allá de lo aparente, pues incluso se traslucen en el lenguaje mismo... entonces “¿Cómo hablar de esa otredad?” (Millán, 1999, p.29); de ahí la importancia de bocetar desde las letras, las imágenes, el cine, la política, la ciencia, el deporte y cualquier otra actividad, una definición de ser mujer desde la experiencia propia y subjetiva, con codificaciones que emanen de las propias mujeres y no desde el acondicionamiento social y cultural.

Giulia Colaizzi refiere que el tratamiento de las mujeres en los medios no escapa del manejo estereotipado de la feminidad “[...] como sujetos pasivos, castigados si se atreven a plantearse una actitud activa, a desear o cuestionar el modelo hegemónico” (2001, p.7-8). Frente a la representación del cuerpo de las mujeres en los medios interesa identificar para deconstruir, pero importa también lo que se cuenta y la experiencia en el espectador. Hacer visible lo invisible, señalaría Kuhn (1991), es una actividad analítica que expone las ausencias y las visibiliza como presencias.

Privilegiar la experiencia y la mirada subjetiva de las mujeres que señalaba De Lauretis para nombrarse requiere destacar como equívoca la generalización de las mujeres. La experiencia de vida enseña, construye y transforma. Decir “mujeres” es un abanico de diversos colores, formas, profesiones, aficiones y roles. Señalarse es una oportunidad para las mujeres e industrias culturales, así como para los estudios de la imagen en los contextos actuales, el replantearse nuevas maneras de entender a ese sujeto-mujer complejo.

## El Día Internacional de la Mujer

El Día Internacional de la Mujer se conmemora el 8 de marzo. Fue establecido por Naciones Unidas en 1975 y proclamado por la Asamblea en 1977. De este la ONU ha señalado: "se refiere a las mujeres corrientes como artífice de la historia y hunde sus raíces en la lucha plurisecular de la mujer por participar en la sociedad en pie de igualdad con el hombre" (BBC, 2019). Conmemorado en todo el mundo, hace visible la lucha por la igualdad a lo lar-

go de la historia. Tiene sus orígenes en las manifestaciones de las mujeres que reclamaban el derecho al voto, mejores condiciones de trabajo y la igualdad entre los sexos (ONU, s.f.).

De hecho, sus raíces están en el movimiento sindical del siglo XX en Estados Unidos y Europa, y uno de los eventos más significativos ocurrió en 1848, cuando Elizabeth Cady Stanton y Lucretia Mott convocaron en Estados Unidos a la primera Convención Nacional por los Derechos de las Mujeres, reclamando las limitaciones y exigiendo derechos civiles, así como sociales, políticos y religiosos.

Se celebró por primera vez el 28 de febrero de 1909 y en 1910 se proclamó el Día Internacional de la Mujer Trabajadora. En 1917, las mujeres en Rusia decidieron protestar un 8 de marzo por "Pan y Paz" es decir, por el fin de la guerra y alimentación (Unesco, s.f.). Sin embargo, hubo un hecho sensible en el devenir histórico: en el mes de marzo de 1911, más de 140 mujeres murieron en un incendio de la fábrica Triangle en la ciudad de Nueva York, se trató principalmente de migrantes y quedó en evidencia la precariedad y abuso de su condición laboral. Por todo lo anterior, en 1975 la ONU declaró el 8 de marzo como Día Internacional de la Mujer. Cada año, este día hace visible la historia de las mujeres y la lucha permanente por sus derechos, lo que ha sido un motivo de unión en apoyo a su participación en todos los ámbitos de la sociedad, así como de reconocimiento a todas las mujeres que han escrito a cada paso la historia.

## Imágenes y discursos en el día internacional de la mujer

La llegada de Internet a la vida cotidiana ha traído consigo grandes beneficios como plataforma de contenidos. Estos contenidos llegan a ser de uso cotidiano como de búsqueda especializada. Google es el buscador más solicitado en la Red y diariamente, se generan más de 150 millones de consultas en menos de 0,2 segundos (Gómez, 2005). Google, Inc. nació en 1998, sus fundadores se basaron en palabras clave buscadas, lo que era un sistema inven-

tado por otra firma. El nombre refiere a la palabra googol, que significa el número representado por 1 elevado a 100 (Carreras, 2012).

Señala el autor que los resultados de búsqueda parecieran ser una combinación del “índice de popularidad”, calculado de forma compleja y actualizado con frecuencia, y el “índice de contenido” el cual depende de cada búsqueda, que está dada por cada palabra-clave en un listado de páginas relevantes. En cada oportunidad de interacción, las tendencias de los motores de búsqueda pueden integrar las necesidades de información, siendo tendencias a nivel población (Sanz-Lorente, 2020). Somos una sociedad cada vez más conectada por Internet. Su masificación ha sido una auténtica revolución no solo en lo referente a tecnología, sino en lo que concierne a interacción social.

El Día Internacional de la Mujer se ostenta como una fecha de unificación en torno a una causa, el desconocimiento de su origen lleva a muchas personas a un mal uso del término que se confunde al grado de ser reiterativo de eso que reclama. Es decir, si bien la fecha atiende a visibilizar a las mujeres en la lucha por sus derechos desde sus logros y pendientes, suele ser que el término en muchos casos sea usado para felicitar solo por haber nacido mujer, reiterando las características dadas por convención social y cultural, por lo que a nivel retórico, lleva a señalar que las mujeres deben estar en el ámbito privado, de pasividad y limitativo desde los códigos cromáticos y figurativos utilizados.

Lo que se muestra a continuación es copia de una pantalla sobre los primeros datos de búsqueda que arrojaron las imágenes relativas a este día. Aunque la búsqueda pudiese variar por fecha, hora y geografía, se consideró como una manera aleatoria de acceder a contenidos disponibles a cualquier persona referentes a la fecha citada, y que al mostrarse como los primeros datos, suelen ser más significativos en impacto que los arrojados en páginas posteriores, pues se entendería que se está navegando y serían variables a cada persona, ya que dependen de la interacción de búsqueda.

Desde un análisis de contenido, se procederá a la revisión de los elementos formales y su discurso, para posteriormente focalizar algunos elementos de interés que convienen a los objetivos de este documento, lo que permitirá visibilizar parte de los argumentos que complejizan la construcción de lo femenino desde la lógica de la teoría asentada.

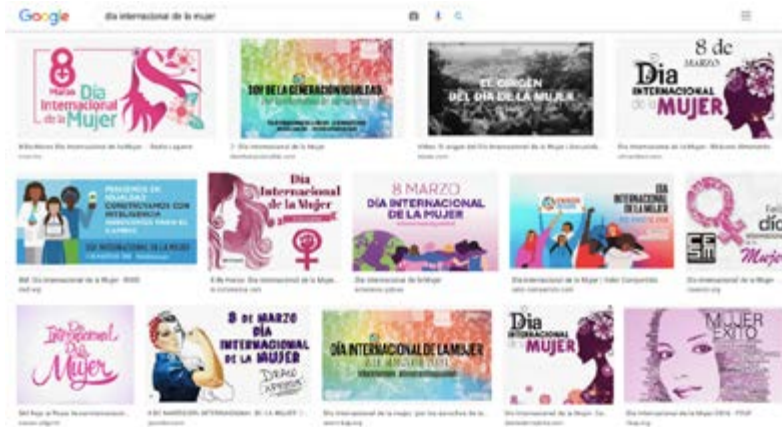


Imagen 1

Palabras de búsqueda: Día Internacional de la Mujer  
Fecha de captura: 28 de febrero de 2021

Aproximadamente se contabilizan catorce imágenes. A primera vista hay una cromática similar en ocho de ellas, tonalidades que deambulan entre colores cálidos como el rosado, lila y morado. Cuatro o cinco de los resultados manejan otro tipo de tonalidades donde el azul claro toma especial presencia y se aprecia que hay otro tipo de colores como el amarillo o naranja. En seis imágenes aparece representada una mujer, en seis imágenes aparece más de una mujer y en dos únicamente aparece el recurso lingüístico y gráfico no humano.

Uno de los elementos a destacar es la variedad de mujeres que se muestran en la imagen, se aprecian distintos tonos de piel, estaturas, color de cabello, peinados e incluso acciones. Decir mujer es diferente a decir mujeres. Históricamente el constructo de lo femenino recae en una codificación específica que valida cierta belleza de tipo hegemónica, por lo que mostrar las diferencias en





Las imágenes muestran una expectativa a lo femenino en cuanto a conductas de género, que suelen asumirse de manera natural al estar en el universo cercano y de consumo. Mirar de frente es una estrategia de empoderamiento en la representación de las mujeres que evoca seguridad, firmeza y eso es lo que se percibe en la imagen 4.

Sin embargo, el aporte lingüístico que aparece como conformando el cabello, se constituye por una serie de palabras que parecieran definirla. Aparentemente, esto podría verse como un reconocimiento a sus capacidades, pero esta creencia de ser multitareas, llega a ser una consigna obligada para las mujeres y no así para los hombres, lo cual llega a ser un lastre impuesto: “Las mujeres destinan 26,5 horas a la semana a cuidar a hijos o familiares, tareas domésticas y colaboraciones sin sueldo en ONG, frente a las 14 horas de ellos” señala Gómez (2018) para El País. En cuanto al tiempo que se destina para el trabajo remunerado y sin remuneración: “Las mujeres destinan más horas a las labores domésticas y de cuidados, con 65 por ciento de su tiempo de trabajo total, y 32.3 por ciento, a aquellas actividades por las que regularmente se recibe un ingreso monetario”, señala el Instituto Nacional de las Mujeres (Barragán, 2020).

De aquí que la expectativa generada por la imagen en cuanto al desempeño de las mujeres, tiene un significativo peso que no debería ser obligada por estar inserta en un sistema inequitativo entre las tareas que se asignan a cada género.



Imagen 5 (fragmento de la imagen 1)

La imagen 5 muestra una dualidad: una mujer dividida en dos niveles de resolución, uno más real y el otro apenas en boceto, lectura que podría llevarse a la distinción del sujeto ficcional al sujeto real que señalara De Lauretis; pero también sobre la importancia de la reescritura propia y el valor de la subjetividad, es decir, ante un pensamiento patriarcal que ha imaginado y creado la idea de lo femenino, toca el turno a las propias mujeres de escribir su historia.

La mujer empoderada que ha sido emblema del Día Internacional de la Mujer atiende a uno de los postulados más importantes: que la mujer pueda liberarse de esa imagen que históricamente la ha encasillado, segmentado y limitado, para que finalmente pueda ser sujeto de la acción, dueña de sus decisiones, de su cuerpo y la representación de sí misma.

## Conclusiones

Este documento ha pretendido mostrar cómo el universo de las imágenes es una unidad potente de análisis al ser parte de un orden simbólico tradicional y estar inserta en un sistema patriarcal.

Las imágenes de los medios son parte de la educación alterna a la que estamos expuestos todos los días, estas imágenes imprimen una idea del ser y deber ser que tiene que contextualizarse, así como ser analizada.

Las nuevas tecnologías están cada vez más cercanas a cualquiera siendo un espectador diverso que puede o no, tener un marco crítico que desnaturalice y confronte esos mensajes. De aquí la importancia de impulsar la formación en la alfabetidad visual, mediática y digital para todo público, principalmente para infancias y adolescencias por estar en mayor riesgo ante estos escenarios.

El recorrido que llevan las mujeres repensando su historia es un buen ejemplo de los pendientes en torno a las masculinidades, en las cuales los hombres deberían bocetar nuevas formas de ser, estar y relacionarse. Los modelos que se han perpetuado a lo largo del tiempo son constructos que deben replantearse ante los nuevos tiempos.

Sin duda, cada paso dado en la historia de las mujeres debe ser conmemorado con respeto y visión de futuro ante los pendientes actuales. El Día Internacional de la Mujer es un buen motivo para repensar los pasos dados y por dar, pero también para valorar a las mujeres que nos precedieron y que gracias a ellas gozamos de derechos y oportunidades.

Finalmente, hay que destacar a los muchos otros grupos en situación de vulnerabilidad que están ausentes en el escenario de los medios, pues esa invisibilización u omisión es una trasgresión a sus derechos.

Los pasos dados en la escritura de la historia de las mujeres, debe ser una estafeta que se pase de generación en generación. Todo cambio social cuesta y la misma historia da cuenta de ello. La imagen de las mujeres sigue siendo territorio en disputa, pero del cuerpo representado al cuerpo real, hay otras batallas pendientes. Entender nuestro momento es una obligación y una responsabilidad heredada y debemos estar a la altura.

## Referencias

- Barthes, R. (2002). Lo Obvio y lo Obtuso: Imágenes, gestos, voces. Paidós.
- BBC (7 de marzo de 2019) "Cuál es el origen del Día de la Mujer (y por qué se conmemora el 8 de marzo)" en BBC News Mundo
- Carreras, R. (2012). Cómo clasifica google los resultados de las búsquedas: factores de posicionamiento orgánico. Memoria Doctoral. Universidad Complutense de Madrid. <https://eprints.ucm.es/id/eprint/17450/1/T34083.pdf>
- Catalá, J. (2005). La imagen compleja. La fenomenología de las imágenes en la era de la cultura visual. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona.
- Colaizzi, G. (2001). El acto cinematográfico. Género y texto fílmico. Lectora 7.
- Galindo, E. (julio-diciembre, 1988). Hacia una teoría de la imagen. Perfiles educativos, (41-42), 77-84.
- Gómez A. (2005). Unir, Compartir, Distribuir: la Búsqueda de Información en la Red. El caso Google; Razón y Palabra. [https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/17209/file\\_1.pdf?sequence=1](https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/17209/file_1.pdf?sequence=1)
- Gómez, M. y Delgado C. (13 de febrero de 2018). La mujer dedica el doble de horas que el hombre al trabajo no pagado. El País. [https://elpais.com/economia/2018/02/12/actualidad/1518462534\\_348194.html](https://elpais.com/economia/2018/02/12/actualidad/1518462534_348194.html)
- Colaizzi, G. (2002). Cine e Imaginario Sociosexual. Selva M. y Solà A. (Comp.) Diez años de la Muestra Internacional de Filmes de Mujeres de Barcelona: Paidós, 41-56.
- Johnston, C. (1973). Notes on woman's cinema. Seft.
- Kuhn, A. (1991). Cine de mujeres. Feminismo y cine en Signo e imagen 25. Catedra.
- Lauretis, T. (1992). Alicia ya no en Feminismo, Semiótica cine. Colección Feminismos, Cátedra, Universidad de Valencia.
- Millán, M. (1999). Derivas de un cine en femenino. Porrúa.
- Mulvey, L. (1989). Visual Pleasure and Narrative Cinema, en Screen 16, Bloomington: Indiana University Press. 6-18.
- ONU (s.f.). Historia del Día de la Mujer. Organización de las Naciones Unidas. <https://www.un.org/es/observances/womens-day/background#:~:text=La%20fecha%20fue%20el%2019,y%20a%201a%20no%20discriminaci%C3%B3n%20laboral>
- Roncillo-Dow, S. (2014). Marshall Mc Luhan: el medio (aún) es el mensaje 50 años después de comprender los medios. Palabra Clave, 17(3), 582-588.
- Sanz-Lorente M. (2020). Tendencias temporales de los patrones de búsqueda de información sobre servicio de asistencia sanitaria domiciliaria en España. Hospital a Domicilio, 4(1), 15-23.
- Torres, P. (2008). La recepción del cine mexicano y las construcciones de género, ¿formación de una audiencia nacional? en Revista de estudios de género. La ventana, (7), 58-103.
- UNESCO (s.f.). Día Internacional de la Mujer. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. <https://es.unesco.org/commemorations/womenday>



Atribución-NoComercial-SinDerivadas  
Permite a otros solo descargar la obra y compartirla con otros siempre y cuando se otorgue el crédito del autor correspondiente y de la publicación; no se permite cambiarlo de forma alguna ni usarlo comercialmente.