

Mujer, cuerpo y sexualidad: un debate con las Defensoras de Lectoras de una revista argentina

Flavia Verónica Pauwels
flaviapauwels@hotmail.com



Licenciada en Ciencias de la Comunicación por la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires (UBA), institución en la cual se desempeña como docente en la materia Diseño de la Información Periodística. Cuenta, además, con el título de Postgrado de Especialista en Planificación y Gestión del Periodismo (UBA). Actualmente se encuentra realizando su tesis de Maestría en Periodismo (UBA) acerca de la figura del Defensor del lector y del oyente en los medios argentinos, tema sobre el cual ya ha publicado una serie de artículos. A nivel profesional se ha desempeñado como periodista en medios gráficos, televisivos y en comunicación institucional.

Palabras claves: Periodismo. Autorregulación. Ombudsman. Lectores. Mujer.

Resumen

La participación de los públicos canalizada al interior de los medios por una figura como la del Ombudsman o Defensor/a puede ser uno de los caminos para ejercer el Derecho a la Información. Este artículo propone un acercamiento a la experiencia de la revista argentina *Luna*, ya que allí será posible observar cómo los reclamos de las lectoras provocaron un cambio concreto en los criterios utilizados por la publicación para representar a las mujeres.

--

Estereotipos basados en el género, proyección de imágenes negativas y degradantes, productos violentos o pornográficos, insistencia en mantener roles tradicionales. Con estas críticas a los medios de comunicación concluyó en 1995, en China, la Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer.

Sin embargo, el llamado de atención no se quedó solo en la condena, porque el mismo documento de la cumbre apostó a que "los avances en la tecnología de la información que han facilitado el desarrollo de una red mundial de comunicaciones" podrían contribuir a un cambio en "políticas estatales, actitudes privadas y comportamientos", lo cual redundaría en una representación más "equilibrada de los diversos estilos de vida de las mujeres".

La autorregulación de los medios, en cuanto a su actuación frente a este tema, fue también una propuesta de la Conferencia. En los artículos 278 y 279 se señaló que "los sistemas de difusión nacionales e internacionales" debían elaborar, "en la medida en que ello no atente contra la libertad de expresión, mecanismos reglamentarios, incluidos los voluntarios" para fomentar una imagen no estereotipada de la mujer. También se advertía a las organizaciones no gubernamentales que debían estimular la creación de "grupos de control que puedan vigilar a los medios y celebrar consultas con ellos a fin de velar para que las necesidades y los problemas de la mujer se reflejen en forma apropiada" (Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer, 1995).

Tras trece años de ese cónclave poco parece haber cambiado. Diversos especialistas en el tema coinciden en que los medios "no han estado a la altura del cambio social de las mujeres" desempeñando así un "rol

conservador” (Aznar, 2005, p. 243), dándole un “tratamiento desigual, asimétrico, caduco, despectivo y a veces discriminatorio” (Gallego Ayala, 2002).

Las razones de la resistencia al cambio por parte de los medios “son complejas”, según explica Elvira Altés Rufias (2000) ya que “la mirada periodística se asienta sobre una cosmovisión social compartida que sigue siendo marcadamente patriarcal”. Es así como, las propias prácticas periodísticas que “ceden la palabra a quienes están en las cúpulas jerárquicas” -y que siguen siendo en su mayoría hombres-, los comunicadores y comunicadoras que no son formados en universidades o institutos terciarios “para mirar la realidad desde un enfoque de género” (Santoro, 2006) y el todavía escaso número de mujeres que ocupan puestos superiores, de toma de decisiones en los medios (Naciones Unidas, 2006) contribuyen a que las transformaciones sigan siendo muy lentas.

Particularmente en Argentina uno de los últimos monitoreos que sobre este tema realizó la Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC) -en 2005- ratificó el panorama que se observa a nivel internacional: apenas un 22% de las noticias tiene como protagonistas a figuras femeninas y cuando éstas aparecen lo hacen en función de su “experiencia personal o testimonio de vida, pocas veces como experta o comentarista especializada”. Es como “víctima” en informaciones de violencia o crímenes donde se da la mayor centralidad de la mujer (Aguilar, 2006, marzo 3).

En tanto, diversas organizaciones gubernamentales y no gubernamentales trabajan en el país para dar visibilidad a este tema. El Consejo Nacional de la Mujer y el Comité Federal de Radiodifusión realizaron el 25 de noviembre de 2006, en ocasión de celebrarse el Día Internacional de la No Violencia Contra las Mujeres, una consulta a medios y profesionales de la comunicación acerca de qué criterios ponen en práctica al tratar noticias vinculadas con esta problemática. Algunas de las sugerencias dadas por estos organismos estatales a los medios señalaron la importancia de que realicen una “valoración informativa adecuada” del tema, ya que la violencia y los malos tratos contra mujeres y niños “es una violación a los derechos humanos”. Marcaron también como necesaria “una mayor reflexión para evitar reforzar estereotipos”, la importancia de “contextualizar la información”, de dejar en claro “quién es el agresor y quién la víctima”, de “cuidar el lenguaje utilizado” y de “alertar sobre los posibles riesgos a que están expuestas las mujeres maltratadas” (Consejo Nacional de la Mujer, 2006, noviembre 25).

Por su parte, el Observatorio de Medios de la Unión de Trabajadores de Prensa de Buenos Aires (UTPBA) llevó a cabo en septiembre de 2006 un seminario de reflexión crítica sobre “la relación de los medios con las cuestiones femeninas y las de poder entre hombres y mujeres”. El mismo concluyó con la propuesta de crear una Agencia de Noticias de la Mujer (Artemisa 2006, septiembre 28). También se concretó en noviembre de 2006 el Primer Encuentro Nacional de Periodistas con Visión de Género que finalizó con la creación de una red que permitirá el contacto e intercambio entre profesionales acerca de esta temática (Artemisa, 2006, noviembre 15).

Finalmente, el Código de Ética aprobado el 25 de noviembre de 2006 por los integrantes del Foro de Periodismo Argentino (FOPEA) señaló en su artículo 34 que “deben evitarse las generalizaciones que dañen a grupos minoritarios, las demarcaciones sexistas, las observaciones provocativas y los prejuicios de cualquier tipo”.

Considerando entonces el panorama planteado, aparece como relevante indagar cómo la participación de los públicos canalizada al interior de los medios por una figura como la del Ombudsman¹ o Defensor/a, puede ser uno de los caminos para mantener vivo el debate acerca de la forma en la cual la prensa representa a las mujeres.

En particular este artículo -que se desprende de una investigación mayor realizada para la Maestría en Periodismo de la Universidad de Buenos Aires- propone un acercamiento a la experiencia de la revista argentina *Luna*. Allí será posible observar cómo los reclamos de las lectoras provocaron un cambio concreto en los criterios utilizados por la publicación. Antes, aparece como un paso obligado mencionar brevemente la historia del Ombudsman en la prensa y, en especial, los conceptos de aquellos especialistas que sostienen que esta figura de autorregulación debe promover una pedagogía del Derecho a la Información.

La misión de mediar entre medios y públicos

El origen de la figura del Ombudsman se ubica en Suecia a principios del siglo XIX, donde se designaba de esta forma a quien tenía el cargo público de recibir las quejas de los ciudadanos sobre el desempeño del gobierno. Con el tiempo la función se generalizó, ya no sólo restringida al ámbito de lo político (Nauman, 1994).

En la prensa, el Ombudsman (también llamado en idioma español “Defensor/a”, en portugués “Ouvidor” o “Provedor” y en inglés “Public Editor” o “Readers’ editor”) fue adoptado por primera vez en Estados Unidos en 1967 por el periódico Louisville Courier-Journal, de Kentucky. En tanto que, en Europa, fue en 1969 cuando el Consejo de Prensa de Suecia instituyó también tal función. En América latina la experiencia pionera la llevó adelante en 1989 el diario Folha de São Paulo (Brasil) y a partir de 1990 se repitieron casos similares en Venezuela, Colombia, Paraguay, Ecuador y México (Herrera Damas, 2005).

Según la *Organization of the News Ombudsmen* (ONO), entidad fundada en 1980 que agrupa a profesionales que trabajan en esta especialidad, los objetivos de los Defensores en los medios son: mejorar la imparcialidad, precisión y responsabilidad de los periódicos, aumentar su credibilidad, servir como crítica interna, investigar las quejas de los lectores y recomendar acciones correctivas.

Sin embargo, y más allá de los propósitos, la institución del Ombudsman en la prensa a nivel mundial no es todavía un fenómeno masivo. Sí hay países en los cuales los medios han insistido en esta figura y la han mantenido a lo largo del tiempo, incluso en Latinoamérica -si se observan los casos de Brasil y Colombia-. Según explica el ex presidente de la ONO, Ian Mayes (2006, marzo 19) “hay un súbito y creciente interés en el tema (pero aún) no se ha expandido mucho. Hoy habrá unos cien -Defensores- en medios de todo el mundo”.

La pedagogía del Derecho a la Información

Quienes confían –tanto en el ámbito periodístico o académico en la efectividad del Ombudsman- destacan su rol de “conciencia” de la redacción, “la piedra en el zapato que mantiene al medio despierto y activo” (Restrepo, 2005) al recordarle los principios éticos que prometió cumplir. Una especie de “referi” (Mayes, 2006, marzo 19) que escucha los reclamos del público por los errores que se cometen al informar y, a la vez, quien también debe prestar atención a los explicaciones de los periodistas.

Se trata de un oficio dentro de los medios que todavía se considera “en construcción” (Rey, 2003) y que supone, en su proyecto más ambicioso, que quien se designa como Ombudsman, se convierta en “mucho más que un simple oidor de quejas” (Restrepo, 2005) y que lleve adelante una “educación ciudadana en derechos comunicativos” (Alfaro Moreno, 2004, octubre).

En este sentido dos ex Defensores de lectores colombianos, como Javier Darío Restrepo y Germán Rey, coinciden en remarcar que el Ombudsman pone en marcha una “pedagogía del Derecho a la Información”. Un derecho que debe ser “enseñado” para “convertir a los lectores pasivos en activos que examinen el periódico con ojo atento” (Restrepo, 2003), aunque los resultados de esta acción no siempre se vean “a corto plazo” (Rey, 2003).

Argentina: el caso de la revista Luna

Como se ha mencionado ya en otros artículos (Pauwels, 2005a, 2005b, 2006, 2007) los casos de Defensorías del público en la prensa argentina han sido escasos, aunque no por ello poco significativos. Lo implementó por primera vez la revista cultural La Maga en 1992 y luego le siguieron la revista Luna en 1997, el diario Perfil -durante los cortos tres meses de existencia que tuvo en 1998 y a partir de 2005 cuando reapareció como semanario- y finalmente la Radio de la Ciudad de Buenos Aires, en 2004.

Específicamente Luna, de editorial Perfil, se presentó como una revista cuya intención era “ampliar el espacio de las mujeres y salir de lo convencionalmente femenino” (1999, marzo 26). En este sentido, además de incluir las típicas secciones de las llamadas revistas femeninas (cocina, belleza, decoración, viajes) destacó -por su ubicación, relevancia y espacio- tres secciones. La primera, denominada “Actualidad”, que ofrecía notas sobre asuntos de discusión del momento referidos a la política, la economía, los casos policiales o la educación. La segunda, ocupada por el Dossier, el cual desplegaba la investigación periodística que se anunciaba en la tapa y que remitía generalmente al análisis de conflictos vinculares, problemáticas sexuales, temas de debate social o cuestiones de salud. Y finalmente, y con una ubicación

estratégica detrás del sumario, la columna de la “Defensora de las lectoras”. Este cargo fue ocupado a lo largo de la historia de la revista, en primer lugar por la periodista y escritora Cecilia Absatz y en segundo término -a partir de febrero de 1998- por la profesora en Filosofía y también periodista, Clara Fontana.

En cuanto a la finalidad de tal función, Absatz explicó en su columna inicial que la Defensoría implicaba “una manera diferente de entender una publicación” porque mostraba la intención de someterse “al escrutinio severo de su destinataria”, a quien le reconocía explícitamente “el derecho” de “discutir el producto que acababa de comprar” (1997, abril 4). Clara Fontana, por su parte, definió a la función como “una propuesta de diálogo” y destacó que “la lectora que al principio era casi desconocida fue imponiendo su voz y se hizo audible. (Ahora) ya forma parte de *Luna* como su cara oculta, la que señala y critica” (1998, abril 24).

Lo que las lectoras reclaman

La cuestión que adquiere verdadera relevancia en el caso de las cartas que las lectoras enviaron a *Luna* fue aquella que mostró el debate acerca del modelo de mujer que la revista decía representar. Esta discusión – que se prolongó durante las gestiones de las dos Defensoras- puso como actor protagónico al cuerpo de la mujer, tanto en lo referido a su estética como a la expresión de su sexualidad.

Cuerpos “reales” vs. cuerpos “irreales”

“*Luna* nos propone un acto liberador y en seguida se somete a las generales de la ley. Hace lo mismo que hacen las otras revistas”. Esta dura crítica de una lectora identificada como Silvia se repitió en mensajes de otras mujeres y marcó una contradicción: el medio había prometido una mirada distinta de la mujer, pero en los hechos no se animaba a romper con los criterios que asociaban a la delgadez y a la juventud con la belleza.

“Estoy harta de ver una moda que es imposible para nosotras y estoy saturada de mirar ropa para otras [...] Sean pioneras. Promuevan una política diferente, con moda para todas, con modelos reales”, exhortaba Silvia (1998, julio 3).

¿Cómo enfrentaron, entonces, las Defensoras estas críticas?. En primer lugar, Absatz dio la razón a la editora de moda, quien se justificó diciendo que la función de la sección era “transmitir las tendencias de la temporada” y que “el agregado de talles y precios era parte de la información, no una orden” (1997, mayo 9). Fontana, llegado su turno, dio una explicación similar. Afirmó que “*Luna* evita decirles a las lectoras cómo tienen que parecer”. “El propósito –agregó- es abrir un abanico de opciones [...] para que puedan elegir por sí mismas” (1998, marzo 6).

Tales respuestas no conformaron a las lectoras, quienes siguieron pidiendo en sus cartas “modelos reales”. Fontana, entonces, volvió a pedir las explicaciones de la editora de moda, quien esta vez argumentó que a la revista le resultaba difícil conseguir “modelos robustas o de baja estatura” porque no pasaban por “el filtro” de las agencias (1998, abril 3).

Tres meses después y ante una nueva carta con quejas sobre el mismo tema Fontana debió admitir que “las respuestas que dimos a las lectoras cuando criticaron el modo en que *Luna* encara la moda fueron insuficientes”. La Defensora señaló que la revista había “aceptado como razonables criterios que han sido impuestos [...] por los intereses del negocio de la vestimenta” y que promueven un “tipo de mujer único, muy estilizado y hasta irreal como criterio de esbeltez y belleza, lo que implica un cierto grado de devaluación para todas las otras”. Fontana indicó que la carta de la lectora había servido para que *Luna* revea su posición y muestre –en este aspecto- “un gran cambio” (1998, julio 3).

¿Qué fue lo que sucedió entonces?. *Luna* no abandonó la sección de moda “tradicional” con modelos profesionales jóvenes, altas y delgadas, pero sí incorporó una mayor cantidad de notas en las que quienes exhibían las ropas eran las llamadas “mujeres reales”. Una señora con estatura de 1,59 lució vestimenta en talles chicos; una maquilladora de la propia revista mostró como con talles grandes también se podía ser “sexy y con estilo”, una relacionista pública fue la protagonista de una nota sobre la moda en verano para las que tienen “más de 40 años” y una maestra fue fotografiada en su escuela exhibiendo “ropa cómoda” para las que trabajan “doble jornada”. En cada uno de estos casos -para reforzar el hecho de que quienes se mostraban eran las denominadas “mujeres reales”- se incluyeron perfiles con sus datos: el nombre, la

edad, la profesión, los gustos y los criterios que empleaban a la hora de elegir ropa acorde a sus figuras. También se reiteraron notas con vestimenta de costo “más accesible”. Por ejemplo, en una se mostró cómo “los precios económicos no son sinónimo de poca calidad” y cómo “se puede armar un buen guardarropas sin necesidad de hacer grandes gastos”.

¿Información sobre sexo o pornografía?

Las dos Defensoras de *Luna* debieron enfrentar además otro tipo de cuestionamientos, esta vez de quienes se declaraban molestos por la “insistencia” con la cual la revista trataba “asuntos relativos a la sexualidad”, lo cual era considerado como “pornografía” por algunos lectores. Las quejas se centraban no sólo en el contenido de los textos sino también de las fotos –sobre todo de tapa- y hasta en las publicidades.

¿Qué hicieron las Defensoras en estos casos?. Ambas mantuvieron la misma postura. Aceptaron que, por ejemplo, ciertas fotos “podían ser provocativas” y algunos informes estaban escritos en un “tono crudo” y “sin eufemismos”. Sin embargo –y a diferencia de lo sucedido en el debate sobre el cuerpo de las modelos- en ningún momento solicitaron a la revista algún cambio en el tratamiento de estos temas. Absatz justificó tal parecer argumentando que los informes estaban realizados con un “criterio serio y analítico” (1997, agosto 29). Una respuesta similar dio Fontana cuando explicó que la revista, al abordar estos temas, recurría “a la asesoría y a la opinión de los especialistas tratando de no romper el equilibrio entre información y decoro”. El tratamiento de estas cuestiones se justificaba, según la Defensora, porque una de las consignas de *Luna* era “analizar y exponer los problemas que preocupan a las mujeres del fin de siglo” (1998, marzo 13).

Este intercambio de opiniones entre el medio y el público puso en escena algunos de los prejuicios ligados a la mujer y su sexualidad. En ocasiones fue la revista la que incurrió en ellos y las lectoras lo reprocharon, como cuando en un recuadro que resumía las causas de la infidelidad femenina se mencionaba “la búsqueda de recursos económicos”. Una lectora atenta increpó a *Luna* diciendo: “¿Yo entendí bien o confunden la infidelidad con la prostitución?”.

Esta calificación de la mujer que tiene una vida sexual activa como alguien de conductas promiscuas apareció también en los comentarios de algunas lectoras, como aquella que consideró que “se perdía de vista a la mujer de verdad” si se hablaba sobre el orgasmo. En estos casos fueron las Defensoras las que señalaron que:

Hay clasificaciones y motes que sobreviven de antiguas creencias, cuando la sexualidad y la moralidad tenían un origen común: la religión. En ese entonces las mujeres se dividían en buenas y malas según su estilo de sexualidad. Felizmente –esos calificativos- empezaron a esfumarse (Fontana 1998, mayo 15).

Una lectora avaló la respuesta de la Defensora y enfrentó al resto diciendo:

No entiendo a la generación de mi madre que sigue encasillada en prejuicios arcaicos como creer que sólo deben pensar en casa, hijos y cocina [...] Las costumbres han cambiado, ¿por qué no van a cambiar las revistas? (1998, junio 19)

A modo de cierre

En una de las últimas conferencias anuales de la *Organization of the News Ombudsmen* (ONO) que se llevó a cabo en San Pablo (Brasil) en mayo de 2006, los expositores coincidieron en señalar que la credibilidad “debe ser hoy en día la preocupación principal de periodistas y medios de comunicación”. En pos de ello, sostuvieron, aparece como imprescindible “acercarse más al público” y ser “más transparentes”, o sea, clarificar los valores e intereses que están defendiéndose (Beraba, 2006, mayo 14).

Estas convicciones no faltaron en el caso de *Luna*, la cual desde sus inicios manifestó que la Defensoría implicaba la “intención editorial de hacerse responsable” por las informaciones publicadas y el reconocimiento del “derecho” del público a cuestionar el producto que se le ofrecía. Este canal abierto al diálogo posibilitó un cierto cambio en criterios implementados por la revista, como aquellos que se seguían para seleccionar a las modelos. Lo importante detrás de esta polémica fue que lo que apareció en debate es

si la revista representaba a la “mujer actual” como sostenía, o, si todavía reproducía muchos de los estereotipos ligados a una imagen “tradicional” de lo femenino.

Ya en el final de este artículo se sostiene que la existencia de la Defensoría en LUNA mostró que este tipo de iniciativas pueden contribuir a replantear cuál es la imagen de la mujer que transmite la prensa. En esta revista la autorregulación por sí sola no impidió que ciertas notas cayeran en la repetición de estereotipos ligados a la mujer, pero allí estuvieron entonces las lectoras para reprocharlo. Lo mismo sucedió al revés, cuando fue algún integrante del público el que bregó por el mantenimiento de roles tradicionales, fueron las Defensoras las que impulsaron la reflexión sobre la necesidad de un cambio.

Tal como explicó Aznar (2005, p. 243) los medios pueden “contribuir a reforzar los roles, las estructuras o los modos de conducta establecidos” pero también, si se lo proponen, “pueden desempeñar un papel crítico y ayudar a promover aquellas transformaciones que hacen a una sociedad más justa”. Las Defensorías pueden ser en este último sentido un punto de partida, un lugar abierto a la reflexión conjunta de periodistas, públicos y organizaciones no gubernamentales que trabajan en las problemáticas de las mujeres. Un desafío que se propuso hace más de trece años en la cumbre de China pero que, todavía, en materia de autorregulación de los medios argentinos avanza a paso lento.

Notas

¹ Algunos de los medios que designan como “Ombudsman” al encargado de recibir los reclamos del público, mantienen esa denominación también cuando el cargo es ocupado por una mujer. Por tal razón en este trabajo sí se hablará de Defensor/a pero no se utilizará Ombudsman/Ombudswoman. Según Mendes (1999) ésta última denominación sería incorrecta, porque el término no proviene del inglés sino que es de origen sueco.

Referencias bibliográficas

- Aguilar, Paola (2006, marzo 3). “Las mujeres aparecen en apenas 2 de cada 10 noticias”. En: *Diario Clarín*. Disponible on line en: <http://www.clarin.com>. Fecha de consulta: enero de 2007.
- Alfaro Moreno, Rosa María (2004, octubre). “Ardua democratización. Las batallas de un observatorio de medios”. En: *Etcétera*®. Disponible on line en: <http://www.etcetera.com.mx/pag57ne48.asp>. Fecha de consulta: enero de 2007.
- Altés Rufias, Elvira (s.f.). “¿Cómo funcionan y para qué sirven los estereotipos en los medios de comunicación?”. Disponible on line en: http://www.bizkaia.net/Home2/Archivos/DPTO1/Noticias/Adjuntos/297_mujeres.jornadas03.Ponencias.doc. Fecha de consulta: enero de 2007.
- Artemisa (2006, noviembre 15). “Primer Encuentro Nacional de Periodistas con Visión de Género”. En: *Artemisa Noticias*. Disponible on line en: <http://www.artemisanoticias.com.ar>. Fecha de consulta: enero de 2007.
- Artemisa (2006, septiembre 28). “Comunicación y Género: los medios y las relaciones de poder”. En: *Artemisa Noticias*. Disponible on line en: <http://www.artemisanoticias.com.ar>. Fecha de consulta: enero de 2007.
- Aznar, Hugo (2005). *Ética de la comunicación y nuevos retos sociales*. Barcelona. Paidós.
- Beraba, Marcelo (2006, mayo 14). “Credibilidad y transparencia”. En: *Diario Folha de San Pablo*. Disponible on line en: <http://www.folha.uol.br>. Fecha de consulta: enero de 2007.
- Consejo Nacional de la Mujer (2006, noviembre 25). *Tratamiento periodístico de la Violencia Contra la Mujer. Consulta a periodistas*. Disponible on line en: <http://www.cnm.gov.ar>. Fecha de consulta: enero de 2007.
- Consejo Nacional de la Mujer (2002). *Género y medios masivos de difusión. Introducción a la Perspectiva de Género. Plan Federal de la Mujer*. Consejo Nacional de la Mujer. Buenos Aires.
- Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer (1995). Beijing. China. Disponible on line en: www.un.org/documents/ga/conf177/aconf177-20sp.htm. Fecha de consulta: enero de 2007.
- FOPEA (2006, noviembre 25). *Código de FOPEA. Principios éticos para la práctica periodística*. Primer Congreso Nacional de Ética Periodística. Buenos Aires.

- Gallego Ayala, Joana (2002). *La prensa por dentro: producción informativa y transmisión de estereotipos de género*. Barcelona. Los libros de la Frontera.
- Herrera Damas, Susana (2005). "Situación del Ombudsman en el mundo". En: *Sala de Prensa N 76*. Disponible on line en: <http://www.saladeprensa.org>. Fecha de consulta: enero de 2007.
- Lovera, Sara (s.f.). "Las imágenes de la mujer en los medios de comunicación de masas. Centro de Investigación de la Mujer". En: *LaNeta*. Disponible on line en: http://www.laneta.apc.org/telemanita/bol10_art3.htm. Fecha de consulta: enero de 2007.
- Mayes, Ian (2006, marzo 19). "Discuto con 400 periodistas y defiendo a 14 millones de lectores". En: *Diario PERFIL*, p.60, Buenos Aires.
- Mendes, Jairo Faria (1999), "Ombudsman: o espaço para autocrítica nos jornais". Instituto Gutenberg (Centro de Estudos da Imprensa). Brasil.
- Naciones Unidas (2006). Día Internacional de la Mujer. Disponible on line en: <http://www.un.org/events/women/iwd/2006>. Fecha de consulta: enero de 2007.
- Nauman, Arthur (1994, junio). "News Ombudsmanship: Its History and Rationale". En: *Press Regulation: How far has it come?*. Corea. Disponible on line en: www.newsombudsmen.org/articles.htm. Fecha de consulta: enero de 2007.
- Organization of the News Ombudsmen (s.f.). "Frequently asked questions about ombudsman". Disponible on line en: <http://www.newsombudsmen.org/articles.htm>. Fecha de consulta: enero de 2007.
- Pauwels, Flavia (2005a). "El defensor del lector: ese gran ausente de los medios argentinos". En: *Sala de Prensa N 76*. Disponible on line en: <http://www.saladeprensa.org>. Fecha de consulta: enero de 2007.
- Pauwels, Flavia (2005b). "La primera experiencia de un defensor del oyente en un medio público argentino". En: *Sala de Prensa N 85*. Disponible on line en: <http://www.saladeprensa.org>. Fecha de consulta: enero de 2007.
- Pauwels, Flavia (2006). *Abrir el juego: los primeros defensores de lectores de la prensa argentina en la revista La Maga*. Carrera de Postgrado en Especialización y Planificación del Periodismo. Universidad de Buenos Aires.
- Pauwels, Flavia (2007). "La vuelta del Ombudsman al periódico argentino PERFIL". En: *Zona Dura. Diario sobre Diarios*. Disponible on line en: <http://www.diariosobrediaros.com.ar>. Fecha de consulta: enero de 2007.
- Restrepo, Javier Darío (2005). "El derecho a la información en la agenda del Ombudsman" En: *Sala de Prensa N 76*. Disponible on line en: <http://www.saladeprensa.org>. Fecha de consulta: enero de 2007.
- Restrepo, Javier Darío (2003). "En defensa del derecho a la información". En: *Sala de Prensa N 53*. Disponible on line en: <http://www.saladeprensa.org>. Fecha de consulta: enero de 2007.
- Rey, Germán (2003). "El Defensor del lector: un oficio en construcción". En: *Sala de Prensa N 53*. Disponible on line en: <http://www.saladeprensa.org>. Fecha de consulta: enero de 2007.
- Santoro, Sonia (2006, agosto 16). "Formando al periodismo". En: *Artemisa Noticias*. Disponible on line en: <http://www.artemisanoticias.com.ar>. Fecha de consulta: enero de 2007.