

ARTÍCULO ORIGINAL

Exposición fotográfica como herramienta de visibilización de la lactancia materna: análisis descriptivo en un entorno hospitalario

Leyre López García^{1,2,3}

Laura Galarza Francisco^{2,3,4}

Ester Peña Álvarez^{2,5}

Paula Fernández Sangil⁶

Paola Alexandria Pinto de Magalhães^{2,3,7}

1. Graduada en Enfermería. Máster en Salud Pública. IBCLC. Apoyo a la investigación. Universidad de Navarra, Facultad de Medicina, Departamento de Medicina Preventiva y Salud Pública.

2. Instituto de Nutrición y Salud (INS). Universidad de Navarra, Campus Universitario, 31009, Pamplona, España.

3. IdisNa (Instituto de Investigación Sanitaria de Navarra). Pamplona. España.

4. Graduada en Nutrición Humana y Dietética. Máster en nutrición y salud hormonal de la mujer. Apoyo a la investigación en NavarraBiomed.

5. Especialista en Enfermería Obstétrico-Ginecológica, Graduada en Enfermería. IBCLC. Clínica Universidad de Navarra.

6. Graduada en enfermería. Especialista en Cuidados Intensivos. Máster en enfermería pediátrica. Máster en rol avanzado y Gestión de enfermería. Clínica Universidad de Navarra.

7. Profesora colaboradora e investigadora. Universidad de Navarra, Facultad de Enfermería, Departamento de Enfermería Comunitaria y Materno Infantil.

Correspondencia: leyrelopezga@gmail.com

Citación: López García L, Galarza Francisco L, Peña Álvarez E, Fernández Sangil P, Pinto de Magalhães PA. Exposición fotográfica como herramienta de visibilización de la lactancia materna: análisis descriptivo en un entorno hospitalario. RevPuls 2026; 2(2)

RESUMEN

Introducción

La comunicación visual es una herramienta clave para difundir conocimientos sobre lactancia materna (LM). Las exposiciones fotográficas favorecen su normalización y promueven una cultura de apoyo social. En la Semana Europea de la Lactancia Materna 2025 se organizó una exposición fotográfica en un hospital de tercer nivel.

Objetivo

Describir la satisfacción del público con la exposición y explorar su percepción sobre la importancia de visibilizar la LM.

Población y métodos

Estudio descriptivo transversal mediante encuesta ad hoc dirigida a sanitarios, personal, pacientes y acompañantes.

Resultados

Participaron 11 personas, mayoritariamente mujeres, españolas, universitarias y sanitarias. Todas manifestaron alta satisfacción, comodidad e importancia de visibilizar la LM. Destacaron la exposición como útil para normalizar la LM, combatir tabúes, recuperar la cultura de lactancia y fomentar el diálogo, proponiendo repetir la iniciativa.

Conclusiones

La exposición resultó útil para sensibilizar y promover la LM, aunque participaron principalmente personas sensibilizadas. Es necesario seguir investigando.

Palabras clave: Lactancia materna; Fotografía; Promoción de la salud.

ABSTRACT

Introduction

Visual communication is a key tool for disseminating knowledge about breastfeeding. Photographic exhibitions promote its normalization and foster a culture of social support. A photographic exhibition was organized at a tertiary hospital during European Breastfeeding Week 2025.

Objective

To describe public satisfaction with the exhibition and explore their perception of the importance of making breastfeeding visible.

Materials and methods

A cross-sectional descriptive study was conducted using an ad hoc survey administered to healthcare professionals, staff, patients, and their companions.

Results

Eleven people participated, mostly Spanish women, university graduates, and healthcare professionals. All expressed high satisfaction, comfort, and an appreciation for the importance of making breastfeeding visible. They highlighted the exhibition's usefulness in normalizing breastfeeding, combating taboos, reviving a breastfeeding culture, and fostering dialogue, suggesting that the initiative be repeated.

Conclusions

The exhibition proved useful in raising awareness and promoting breastfeeding, although the participants were primarily sensitized to the topic. Further research is needed.

Keywords: Breast Feeding; Photography; Health Promotion.

INTRODUCCIÓN

La comunicación visual representa una herramienta pedagógica fundamental para la difusión de conocimientos relacionados con la lactancia materna (LM). Las intervenciones educativas que integran elementos visuales junto con información científica han demostrado una mayor efectividad en la modificación de actitudes y comportamientos vinculados a esta práctica. Este tipo de comunicación posee la capacidad de influir en el conocimiento, así como en las percepciones sobre las barreras, los beneficios y las posibles soluciones asociadas tanto a la LM como a la alimentación con fórmula. En este sentido, la exposición fotográfica contribuye a la normalización de la LM en los espacios públicos, favoreciendo la construcción de una cultura de apoyo social^(1,2).

Así pues, en el contexto de la celebración de la Semana Europea de la Lactancia Materna 2025, se llevó a cabo una exposición fotográfica titulada “Visibilizando la lactancia materna” en un centro hospitalario de tercer nivel por primera vez. Esta exposición se dirigió a los/las profesionales de la salud y trabajadores/as de la Clínica Universidad de Navarra (CUN) en Pamplona (Navarra), y a los/las pacientes y a sus acompañantes, que estuvieran interesados en reflexionar sobre la importancia de la LM desde una perspectiva humana, científica y cultural. A través de imágenes cuidadosamente seleccionadas y cedidas por Amagintza (Grupo de Apoyo a la Lactancia y la Maternidad en Navarra), se buscó sensibilizar, informar y fomentar el diálogo en torno a esta práctica fundamental para la salud materno-infantil.

Derivado de la exposición, se llevó a cabo un trabajo de investigación cuyo objetivo fue describir el grado de satisfacción del público ante una exposición fotográfica sobre LM en el ámbito hospitalario, y explorar su percepción acerca de la importancia de visibilizarla.

MATERIAL Y MÉTODOS

Se trata de un estudio descriptivo transversal desarrollado mediante una encuesta poblacional *ad hoc* a través de Google Form, que recogió datos sociodemográficos, experiencia con la LM, nivel de satisfacción con la exposición y opiniones sobre la necesidad de visibilizar la LM. El acceso al cuestionario se realizó mediante el escaneo de un código QR incorporado en un cartel situado junto a la exposición fotográfica, donde se animaba a participar (**Imagen 1**) y estuvo disponible durante el tiempo de contemplación de las imágenes (del 30 de septiembre al 10 de octubre de 2025). Esta participación estuvo abierta a profesionales sanitarios, personal no asistencial, pacientes y acompañantes que contemplaron la exposición. Los posibles participantes fueron informados de los objetivos y las características del estudio, ya que se incluyó una sección explicativa del propósito del estudio en el cuestionario en línea. Se contó con la autorización de CUN para realizar la exposición fotográfica y tras consultar con la Comisión de Formación Continuada del centro, y obtener su aprobación, se llevó a cabo un análisis estadístico descriptivo de los datos recogidos.

Las variables cualitativas se describieron mediante frecuencias absolutas y porcentajes. Dada la reducida muestra del estudio, la variable cuantitativa edad se resumió mediante mediana y rango intercuartílico (RIQ).



Imagen 1. Montaje de la exposición en el pasillo del hospital, junto a los carteles informativos y el código QR de la encuesta. Esta imagen ilustra cómo la LM se integra en el entorno cotidiano del centro (cerca de áreas de Ginecología-Obstetricia y Pediatría), facilitando el acceso a la información.

RESULTADOS

Respondieron a la encuesta 11 personas, con edades comprendidas entre los 17 y 54 años, el 91% de procedencia española (**Tabla 1**).

La mayoría (82%) tenía estudios universitarios y el 54,5% eran profesionales sanitarios. Estudiantes y asesoras de grupos de apoyo representaron el 18%, y solo un acompañante respondió (**Tabla 1**). No participó ningún paciente.

Tabla 1. Características sociodemográficas de la muestra (n = 11)

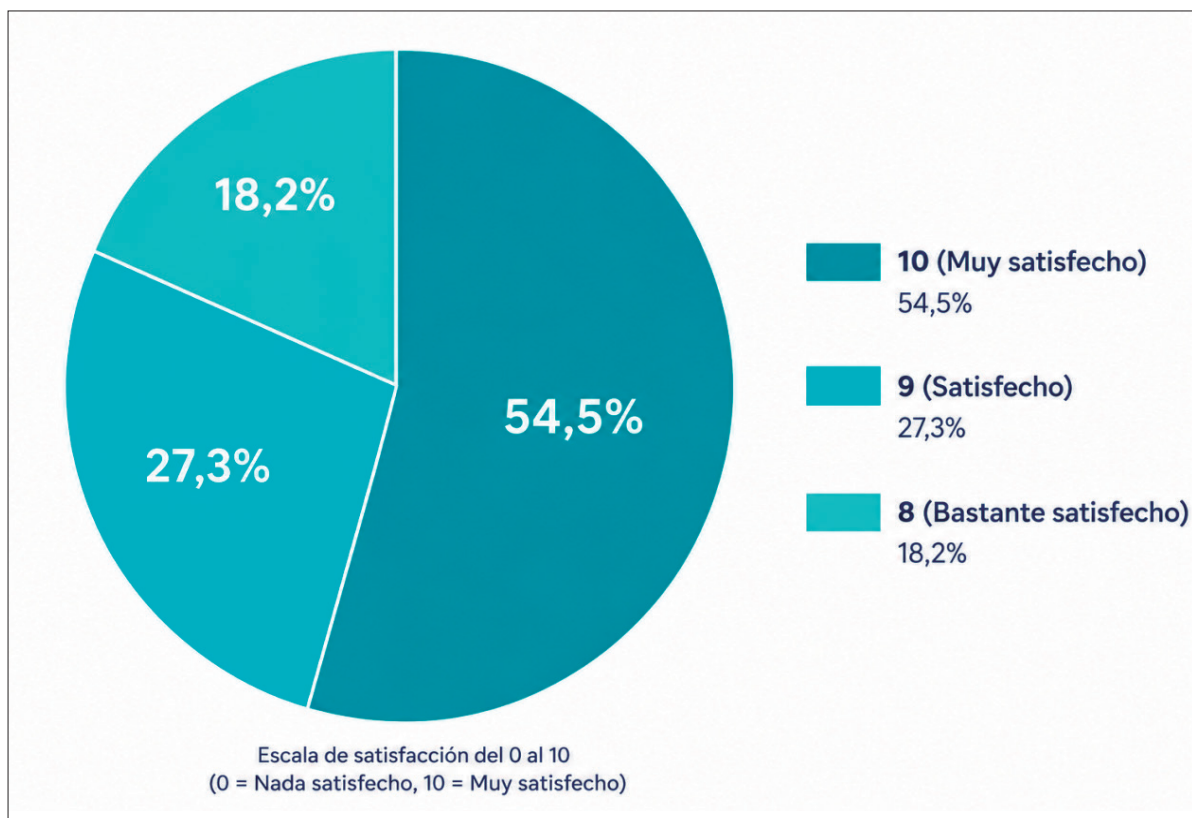
Variable	Valor
Edad (años), mediana (RIQ)	38 (29,5–46,0)
Sexo, n (%)	
Mujer	10 (90,9)
Hombre	1 (9,1)
Procedencia, n (%)	
España	10 (90,9)
África	1 (9,1)
Nivel de estudios, n (%)	
Estudios universitarios	9 (81,8)
Formación Profesional de Grado Superior	1 (9,1)
Estudios secundarios	1 (9,1)
Perfil de los participantes*, n (%)	
Profesional sanitario	6 (54,5)
Trabajador/a CUN	3 (27,3)
Estudiante o profesional en formación	2 (18,2)
Asesora de lactancia	2 (18,2)
Acompañante	1 (9,1)

RIQ: rango intercuartílico (percentil 25–percentil 75).
* La variable “Perfil de los participantes” permitía la selección de múltiples respuestas; por ello, los porcentajes no suman el 100%.

El 91% eran mujeres y el 70% había amamantado, con una duración media de la LM de 3,5 años. El 100% manifestó estar bastante o muy satisfecha con

la exposición (media ponderada de 9,36) (**Tabla 2**), sentirse cómoda al verla y considerar importante visibilizar la LM.

Tabla 2. Satisfacción con la actividad de visibilización (n=11)



Las respuestas abiertas destacaron la valoración de la exposición por “ayudar a visibilizar la lactancia” y abordar un “tema necesario”.

El confort al observar la exposición se vinculó a la percepción de la LM como “algo natural”, “una acción cotidiana” y parte de “la naturaleza humana”.

Asimismo, se subrayó la necesidad de visibilizar la LM para “recuperar la cultura de lactancia”, combatir tabúes persistentes y fortalecer su normalización.

Un comentario frecuente fue el deseo de repetir y ampliar la actividad (n=6).

DISCUSIÓN

Parece que la participación en la encuesta de este estudio responde al interés de personas ya sensibilizadas con la LM, por formación, profesión y experiencia previa con la lactancia. Aunque en la literatura consultada se han analizado las acciones comunitarias

y el apoyo entre pares para la promoción de la LM⁽³⁾, la evidencia científica existente sobre el perfil socio-demográfico, motivacional y experiencial de aquellas personas que participan en actividades públicas de visibilización de la LM es escasa, y por ello constituye un área de investigación interesante.

En cuanto a la necesidad de visibilizar la LM, en la bibliografía revisada se pone de manifiesto que las imágenes de LM propician que las madres amamenten públicamente y, asimismo, parece ser que el mayor uso de materiales visuales puede mejorar la aceptación de la sociedad de la LM en público^(3, 4). Además, aquellas acciones dirigidas a la nutrición infantil, que promueven y apoyan la LM, son consideradas aportaciones fundamentales para la salud pública a nivel mundial⁽⁵⁾ y también se recomienda normalizar la LM más allá de la infancia y en el ámbito público⁽⁶⁾.

No se han identificado trabajos previos que evalúen específicamente la satisfacción de los visitantes de una exposición fotográfica sobre LM, pero si equiparamos la satisfacción en el presente estudio (medida en una escala de 0 a 10 donde 0 es nada satisfecho y 10 muy satisfecho) con la comodidad (medida con la

escala analógica visual donde 0 es muy incómoda y 10 muy cómoda) valorada en un estudio sobre la opinión acerca de fotografías de LM que incluye también a niños más mayores⁽⁶⁾, podemos ver cómo en las primeras 2 semanas es ligeramente inferior (puntuación media de 9,36 y de 8,5 respectivamente), y la diferencia se incrementa a mayor edad del infante (puntuación media de 7,5 a los 13 meses y 6,9 a los 2,5 años). Teniendo en cuenta que evaluar la satisfacción permite conocer la aceptación de este tipo de intervenciones y su potencial como método de promoción de la LM, resulta pertinente ahondar en este vacío de conocimiento.

En otra revisión sistemática cualitativa de 2022 se investigaron las barreras y los facilitadores de la LM en público en aquellos países pertenecientes a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), encontrándose que las ideas y las conductas de las mujeres en relación con la LM en público son, con frecuencia, resultado de los sentimientos de vergüenza y ansiedad como respuesta a un entorno social adverso⁽⁷⁾. Por ello, las acciones llevadas a cabo para promover la LM, centradas en apoyar legalmente a las mujeres, incrementar los conocimientos de la comunidad y reducir la estigmatización del pecho materno, pueden ser favorables⁽⁷⁾. Este hallazgo coincide con la importancia otorgada en el presente trabajo a la visibilización de la LM a través de la exposición fotográfica.

La evidencia científica existente sobre este tipo de intervenciones comunitarias en LM para su promoción, es limitada. Sin embargo, es más numerosa la literatura sobre Photovoice (fotografía participativa), visibilización de la LM en entornos públicos y acciones comunitarias basadas en imágenes.

En un estudio cualitativo con fotografía participativa llevado a cabo en Reino Unido en 2023⁽⁸⁾, mujeres lactantes fotografiaron entornos comunitarios donde amamantaban para identificar barreras y facilitadores de la LM en espacios públicos. Las imágenes se utilizaron como un instrumento de investigación participativa y de concienciación orientada a responsables políticos y gestores, proponiéndose aumentar la visibilidad de la LM en espacios públicos como estrategia para normalizarla, ya que el ambiente, con frecuencia, apoya simbólicamente la LM⁽⁸⁾.

Otro proyecto de Photovoice guiado por el modelo socio-ecológico en Georgia⁽⁹⁾, animó a mujeres negras lactantes a identificar y fotografiar 3 tipos de barreras que dificultaban el amamantamiento y/o acceder a recursos de apoyo a la LM: sociales, culturales y físicas. Este estudio puso de manifiesto que el contexto

local es fundamental para entender y afrontar estas barreras, como la falta de espacios físicos, la escasez de apoyo de la familia y entre iguales, la importancia de superar la estigmatización de la LM y la promoción de más entornos amigables con la lactancia⁽⁹⁾. A partir de esta identificación, se llevaron a cabo acciones comunitarias y sugerencias para hacer de la ciudad un entorno propicio para la LM, constituyendo así un gran ejemplo de la fotografía como herramienta precursora del cambio social y la promoción comunitaria⁽⁹⁾.

Por otro lado, Fiona Giles, en su artículo de 2018⁽¹⁰⁾, hace un análisis de cómo la fotografía actual puede favorecer la normalización de la LM e incrementar su aceptación por la sociedad y subraya cómo las imágenes públicas de mujeres lactantes (incluyendo desde selfies de LM compartidos en redes sociales, hasta las artes plásticas) permiten incorporar la LM en la vida diaria, impulsándola más allá del hogar y cuestionando el concepto de permanencia en el entorno privado. Sin embargo, concluye que al facilitar la visualización de representaciones convencionales, o con fines centrados en defender la LM, estas imágenes de mujeres y niños/as lactantes quedan aisladas y distantes de la cotidianeidad, excluyendo a las madres del ámbito social⁽¹⁰⁾.

En un estudio mencionado anteriormente y llevado a cabo en Nueva Escocia, Canadá⁽⁶⁾, la exposición de fotografías permitió explorar las normas sociales y la percepción de la población acerca de la LM. Los datos se recopilaron de un expositor instalado en diferentes ámbitos: centros comunitarios, parroquia, centros de educación y juegos infantiles, centro de ocio, residencia de ancianos, supermercados y entorno universitario⁽⁶⁾. Esta investigación puso de manifiesto que la aceptación varía dependiendo del contexto en el que se presenta la madre, existe mayor comodidad con la LM en el ámbito privado que en el público, y con criaturas más pequeñas frente a los niños/as más mayores (estos últimos recibieron más comentarios negativos)⁽⁶⁾. Las madres y padres aprobaban más las imágenes de LM que los adultos jóvenes y los habitantes de zonas urbanas⁽⁶⁾.

Aunque no se han publicado muchos ensayos o estudios experimentales sobre exposiciones fotográficas como herramienta de visibilización de la LM en ámbitos distintos al sanitario, encontramos dos ejemplos más de experiencias y proyectos artístico-comunitarios, que ponen de manifiesto la importancia de las acciones de sensibilización de la población general acerca de la LM y el uso del arte a través de la imagen como instrumento para normalizarla. La publicación de Aimee Grant de 2016⁽¹¹⁾ permite abordar el estigma so-

cial de la LM a través de su invisibilización, analizando un caso en Reino Unido en 2014 donde varias mujeres fueron criticadas por practicar y reclamar su derecho a la LM en público, fruto de opiniones sexistas, la hipersexualización del pecho femenino y la incomodidad que presentaron otros al presenciar a mujeres amamantar en espacios públicos⁽¹¹⁾. Este punto de vista tiene su origen en la desigualdad de género y en la visión del pecho como algo sexual en vez de poner la atención en la función fisiológica de la nutrición⁽¹¹⁾.

Por otro lado, Natalie Doonan en 2018⁽¹²⁾, comparó su proyecto audiovisual de investigación-creación “Voir le jour” donde muestra la LM en público como un bien comunitario. Este trabajo forma parte de otro más amplio que incluye proyecciones comunitarias de imágenes y grabación de experiencias de LM fuera del hogar, narradas por mujeres lactantes, expertos en LM y activistas⁽¹²⁾. Así, este proyecto permite la visibilización de esta realidad, también *on line*, y de nuevo pone en cuestión los conceptos de ámbito público y privado⁽¹²⁾. Doonan sostiene que la incomodidad que genera ver a mujeres amamantar a sus criaturas, forma parte del cambio en la creencia de que los ámbitos público y privado son campos circunspectos y desunidos⁽¹²⁾.

Podemos decir que la exposición fotográfica en el ámbito hospitalario contribuye a la consecución de las metas de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas⁽¹³⁾ ya que conlleva acciones de cambio social (visibilización de la LM, transformación de las normas sociales, aumento de la alfabetización sanitaria y disposición de ambientes amigables con la LM), más allá de su valor artístico. En primer lugar, está relacionada con el ODS 3. “Salud y bienestar”⁽¹³⁾, ya que mediante la promoción de la LM se puede favorecer la salud materno infantil y comunitaria, siendo una estrategia de gran importancia para la salud pública mundial⁽⁵⁾.

La intervención también puede vincularse al ODS 5. “Igualdad de género”⁽¹³⁾, porque apoya las decisiones libres e informadas de las mujeres lactantes permitiendo el ejercicio de sus derechos reproductivos y su autonomía, y aumenta la visibilidad de la LM en el espacio público reduciendo el estigma asociado a la visión del cuerpo femenino.

La Alianza Mundial para la Acción en Lactancia Materna (WABA por sus siglas en inglés) también alineó en 2016 su campaña anual de la Semana Mundial de la Lactancia Materna (WBW por sus siglas en inglés) con los ODS, considerándose una estrategia fundamental en la promoción de la LM⁽¹⁴⁾.

La WBW de este año 2026 bajo el lema «Lactancia materna para un comienzo sostenible en la vida: fortalecer lo que funciona», pone el foco en el “seguimiento del progreso y la evaluación del impacto de la LM en la nutrición, la seguridad alimentaria y la reducción de la pobreza”⁽¹⁵⁾. También refuerza la importancia de la colaboración de todos los actores de la “Cadena cálida de apoyo a la lactancia materna”⁽¹⁵⁾, ya que cuidar la lactancia no es una responsabilidad que recae únicamente en las mujeres lactantes, sino que es un compromiso compartido y que requiere el apoyo de la familia, profesionales sanitarios, entorno laboral, grupos de apoyo a la lactancia, centros educativos y formativos, instituciones y la comunidad en general⁽¹⁵⁾.

Por todo ello, al igual que se ha constatado en el trabajo de Grant et al.⁽⁷⁾, y a la luz de los resultados del presente estudio, se considera importante invertir en investigación que permita, tanto llevar a cabo como evaluar, intervenciones para la promoción de la LM dirigidas al ámbito social, y no solamente acciones a nivel individual, poniendo especial atención a las poblaciones más vulnerables⁽⁵⁾ y en diferentes contextos.

Limitaciones

Este estudio presenta algunas limitaciones que deben tenerse en cuenta al interpretar los resultados.

En primer lugar, el reducido tamaño de la muestra limita la potencia estadística y la capacidad de extrapolar los hallazgos a otras poblaciones.

Por otro lado, la investigación tuvo lugar en un entorno específico, por lo que las características concretas del contexto pudieron influir en los resultados obtenidos y limitan su generalización a otros ámbitos.

Además, parece que la participación en la encuesta responde al interés de personas ya sensibilizadas con la LM, por formación, profesión y experiencia previa con la lactancia. Esto podría condicionar sus actitudes y respuestas introduciendo un posible sesgo de participación.

En cuanto a la exposición fotográfica, contó con una pequeña selección de imágenes, pudiendo ser insuficiente para generar un impacto más profundo en el público observador.

Por último, durante la elaboración de la discusión, se encontró escasa literatura científica sobre la visibilización de la LM a través de una exposición fotográfica, lo que dificultó la comparación de los resultados con investigaciones previas y limitó la profundidad de la discusión.

Fortalezas

Esta iniciativa ha permitido utilizar la exposición fotográfica como herramienta de visibilización de la LM en la Clínica Universidad de Navarra de Pamplona por primera vez, observándose un elevado grado de satisfacción con la acción.

Además, el presente trabajo ha puesto de manifiesto la necesidad de desarrollar nuevos estudios que amplíen el conocimiento en esta área y ha sentado las bases de justificación de futuras intervenciones, tanto en el ámbito hospitalario como en otros contextos.

CONCLUSIONES

La exposición fotográfica es un buen medio a través del cual visibilizar, informar y fomentar el diálogo en torno a la LM.

Así pues, son necesarias las iniciativas que permitan reflexionar sobre la importancia de la LM desde una perspectiva humana, científica y cultural y seguir investigando en este campo.

Agradecimientos a: nuestras compañeras de la Comisión de Promoción y Apoyo a la Lactancia Materna de la Universidad de Navarra por su apoyo, Ainhoa Gallego Navas y Lara Sánchez del Castillo (Clínica Universidad de Navarra. Madrid), Pablo Tabuenca Agramonte, Leire Ramírez Ruiz de Erenchun y Maider Belintxon Martín (Facultad de Enfermería. Universidad de Navarra); y a Amagintza (Grupo de Apoyo a la Lactancia y Maternidad. Navarra) por la cesión de las fotografías para la exposición.

BIBLIOGRAFÍA

1. Ribeiro PDL, Cherubim DO, Padoin SMDM, Paula CCD. Creation and validation of a visual educational technology content for lactation physiology learning. *Rev Bras Enferm.* 2020;73(6):e20190564. doi:10.1590/0034-7167-2019-0564
2. Frerichs L, Andsager JL, Campo S, Aquilino M, Dyer CS. Framing Breastfeeding and Formula-Feeding Messages in Popular U.S. Magazines. *Women Health.* 28 de noviembre de 2006;44(1):95-118. doi:10.1300/J013v44n01_06
3. Yang, Y., Liu, H., Cui, X. et al. Experiencias y percepciones de las madres sobre el apoyo de los pares de lactancia materna: una revisión sistemática cualitativa. *Int Lactancia materna J19*, 7 (2024). <https://doi.org/10.1186/s13006-024-00614-3>
4. Newell, C., Sandoz, E., y Tyndall, I. (2022). Un estudio piloto del impacto de la exposición breve a las imágenes de las madres lactantes en las actitudes hacia la lactancia materna de la madre en público. *Comunicación sanitaria*, 37(2), 185-190. <https://doi.org/10.1080/10410236.2020.1830511>
5. Supriya Subramani, Rasita Vinay, Julian W. März, Michaela Hefti, and Nikola Biller-Andorno. Ethical Issues in Breastfeeding and Lactation Interventions: A Scoping Review. *Journal of Human Lactation* Volume 40, Issue 1, February 2024, Pages 150-163. Doi. 10.1177/08903344231215073.
6. Chan K, Whitfield KC. Artículo: "Demasiado viejo" y "demasiado frío": malestar hacia las fotografías de la lactancia materna más allá de la infancia y la lactancia pública en Nueva Escocia, Canadá. *J Hum Lact.* 2022 Mayo;38(2):353-363. doi: 10.1177/08903344211046191. Epub 2021 Sep 22. PMID: 34549657; PMCID: PMC9016677.
7. Grant A, Pell B, Copeland L, Brown A, Ellis R, Morris D, Williams D, Phillips R. Opiniones y experiencia de la lactancia materna en público: una revisión sistemática cualitativa. *Matern Niño Nutr.* 2022 Oct;18(4):e13407. doi: 10.1111/mcn.13407. Epub 2022 1 de agosto. PMID: 35914544; PMCID: PMC9480936.
8. A.E. Burton, A.L. Owen, J. Taylor, S.E. Dean, E. Cartledge, E. Wright, N. Gallagher. Evaluation of environmental features that support breastfeeding: A photovoice study. *Appetite*, Volume 199, 2024 107397. ISSN 0195-6663. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2024.107397>. (<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0195666324002009>)
9. Marshall NA, Cook CS. Trust Black Women: Using Photovoice para amplificar las voces de las mujeres negras para identificar y abordar las barreras a la lactancia materna en el sureste de Georgia. *Practo de promoción de la salud.* 2023 Mayo;24(1_suppl):128S-139S. doi: 10.1177/15248399221135102. Epub 2022 23 de noviembre. PMID: 36419257.
10. Giles, F. Imágenes de mujeres amamantando en público: soledad y socialidad en el retrato fotográfico reciente. *Int Lactancia materna J* 1313, 52 (2018). <https://doi.org/10.1186/s13006-018-0194-5>
11. Aimee Grant. "I...don't want to see you flashing your bits around": Exhibitionism, othering and good motherhood in perceptions of public breastfeeding. *Geoforum.* Volume 71, 2016, Pages 52-61. ISSN 0016-7185. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2016.03.004>. (<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0016718515301627>)
12. Doonan, N. (2018). Voir le jour: La lactancia materna y los bienes comunes. *Estudios de alimentos canadienses La Revue Canadienne Des études Sur l'alimentation*, 5(1), 156-162. <https://doi.org/10.15353/cfs-rcea.v5i1.22713>. Naciones Unidas. Objetivos de Desarrollo Sostenible. [Internet. Citado 01/08/2026]. Naciones Unidas. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-development-goals/>
14. WABA (World Alliance for Breastfeeding Action). Semana Mundial de la Lactancia Materna (WBW). [Internet. Citado 02/08/2026]. WABA. <https://waba.org.my/wbw/>
15. WABA. Breastfeeding for a Sustainable Start in Life: Strengthen What Works. WABA World Breastfeeding Week 2026. [Internet. Citado 02/08/2026]. WABA. <https://worldbreastfeedingweek.org/>