

libro de  
**resúmenes**

# Teorías de la comunicación y estudios de género: una simbiosis necesaria

II Congreso Nacional de la sección Género y Comunicación. VIII Congreso Nacional de la sección Teorías y Métodos de Investigación en Comunicación.



UNIVERSIDAD  
DE MÁLAGA

| **uma.es**



ASOCIACIÓN ESPAÑOLA  
DE INVESTIGACIÓN DE LA COMUNICACIÓN



Ayuntamiento  
de Antequera

## LIBRO DE RESÚMENES

“Teorías de la Comunicación y Estudios de Género: una simbiosis necesaria”

VIII Congreso Nacional de la sección ‘Teorías y Métodos de Investigación en  
Comunicación’

II Congreso Nacional de la sección ‘Género y Comunicación’

Del 20 al 21 de noviembre de 2025, Antequera, España

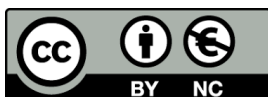
© UMA Editorial. Universidad de Málaga  
Bulevar Louis Pasteur, 30 (Campus de Teatinos) - 29071  
Málaga [www.umaeditorial.uma.es](http://www.umaeditorial.uma.es)

© Los autores

Diseño y maquetación: Benjamín Santiago Montiel

ISBN: 978-84-1335-451-4

Publicado en noviembre de 2025



Esta obra está sujeta a una licencia Creative Commons:  
Reconocimiento - No comercial - (cc-by-nc):  
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/deed.es>  
Esta licencia permite a los reutilizadores distribuir,  
remezclar, adaptar y desarrollar el material en cualquier  
medio o formato únicamente con fines no comerciales y  
siempre que se otorgue la atribución al creador.

## Introducción

Los ritmos frenéticos de la vida académica están, cada vez más, promoviendo un tipo de investigación descriptiva y descomprometida del orden social. El lanzamiento de este congreso nacional ha tenido el fin de atender a la necesidad de impulsar la investigación sobre nuevos procesos comunicativos, repensar las teorías y los métodos mediante la observación crítica de las transformaciones del sistema mediático y de la comunicación, la slow academia, el estudio del género en la producción y consumo de contenidos de los medios y el fomento de una investigación comunicativa comprometida con la igualdad de género.

Este evento es una propuesta conjunta de dos de las secciones temáticas de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación (AE-IC, <https://ae-ic.org/>): el VIII Congreso Nacional de la sección 'Teorías y Métodos de Investigación en Comunicación' y el II Congreso Nacional de la sección 'Género y Comunicación'. Nos hemos organizado en torno a una temática central que hemos denominado las 'Teorías de la comunicación y estudios de género: una simbiosis necesaria'. El conjunto responde a la búsqueda de sinergias entre ámbitos de investigación cercanos que puedan colaborar en repensar la realidad desde el género y potenciar una modalidad de investigación primordial para el desarrollo de una investigación comunicativa que responda a algunas de las demandas de conocimiento esenciales para explicar e interpretar nuestra sociedad actual.

El resultado es una invitación a repensar las teorías y las metodologías aplicadas a la investigación comunicativa desde los enfoques de género y roles jugados por lo femenino y lo masculino como construcción social y no como una simple realidad natural. Y, al mismo tiempo, un impulso para que la investigación de género y feminista se piense desde enfoques teóricos ambiciosos que superen la descripción investigada. Frente a una teoría de la comunicación que está muy "masculinizada" y unos estudios de género que se orientan con demasiada frecuencia a la explicación descriptiva y a-teórica, presentamos un foro de intercambio basado en las sinergias entre dos áreas de estudio, las teorías y el género, fundamentales para el avance de la comunicación en las sociedades contemporáneas.

Nos acompañan 50 propuestas, más de un centenar de investigadoras e investigadores referentes, equipos de investigación procedentes de diferentes universidades y colegas de distinta procedencia que harán de la ciudad de Antequera un espacio de encuentro, de intercambio y de reflexión.

Queremos también expresar nuestra gratitud al Ayuntamiento de Antequera por acoger este evento dentro de los lugares más emblemáticos de su extenso patrimonio, al grupo DCoop, a la Confederación Andaluza de Mujeres Rurales (COAMUR), a la Diputación Provincial, a la Universidad de Málaga y al proyecto Erasmus+ Skills-Rec por facilitar este foro de investigación y de entendimiento.

**Teresa Vera Balanza**

*Coordinadora de la Sección Género y Comunicación de la Asociación Española para la Investigación de la Comunicación*

## Comité organizador

Dr. Enric Saperas Lapiedra, URJC, Dir. Sección TMIC- AEIC  
Dra. Teresa Vera Balanza, UMA, Dir. Sección GENCOM-AEIC  
Dra. Leonarda García Jiménez, Coord. Sección TMIC- AEIC  
Dra. Alejandra Hernández Ruiz, Coord. Sección GENCOM-AEIC

## Comité organizador local

Ruth de Frutos  
Manuel García Borrego  
M<sup>a</sup> Eugenia González Cortés  
Paloma López Villafranca  
Benjamín Santiago Montiel  
Sara Espósito

Inmaculada Montes  
Alba Trujillo  
Ángel Gallardo  
Clemen Solana  
Mar Galera  
Marcos Pérez Urbano

## Comité científico

Lucía Benitez Eyzaguirre, UCA  
Belén Cambroner Saiz, UNIR  
Ángel Carrasco-Campos, UVA  
Enric Castelló Cogollos, URV  
María José Establés Heras, UCLM  
Itxaso Fernandez Astobiza, UPV-EHU  
Maximiliano Fernández Fernández, URJC  
Anna Fonoll Tassier, URV  
Ruth De Frutos, UMA  
Leonarda García Jiménez, UMU  
Gloria Gómez Diago, URJC  
Arantza Gutierrez Paz, UPV-EHU  
Esperanza Herrero Andreu, UMU  
María Luisa Humanes Humanes, URJC  
Margarita Ledo Andión, USC  
Malely Linares Sánchez, Universidad  
Autónoma de Zacatecas

Paloma López Villafranca, UMA  
Carlos Horacio Lozano Ascencio, URJC  
Manuel Martínez Nicolás, URJC  
Ignacio Moreno Segarra, UCM  
Trinidad Núñez Domínguez, US  
Luiz Pérez Nieto, UAB  
Marta Prego Nieto, UMU  
Xosé Ramón Rodríguez Polo, URJC  
Juan José Sánchez Soriano, UMU  
Benjamín Santiago Montiel, UMA  
Enric Saperas Lapiedra, URJC  
Francisco Seoane Pérez, UC3M  
Jaume Soriano Clemente, UAB  
Susana Torrado, UMU  
Iolanda Tortajada, URV  
Miguel Vicente Mariño, Uva  
Francisco A. Zurian, UCM

## PROGRAMA

### 20 de noviembre de 2025

8.30h. Acreditación de congresistas.

9:30h. Inauguración.

Representante de la Universidad de Málaga

Excmo. Sr. Alcalde de Manuel Barón Ríos de la ciudad de Antequera Protocolo Alcaldía

Dr. Enric Saperas, Universidad Rey Juan Carlos. Director TMIC. AE-IC

Dra. Teresa Vera Balanza, Universidad de Málaga. Directora Género y Comunicación. AE-IC

Representación institucional de la AEIC: presidenta Dra. Carmen Peñafiel, UPV-EHU

10:00. Conferencia inaugural Reorientar la agenda de las ciencias de la comunicación: epistemologías, teorías y género.

A cargo de Filipa Subtil Profesora coordinadora de la Escola Superior de Comunicação Social, Universidad Politécnica de Lisboa e investigadora de LIACOM e ICNOVA.

Modera: Leonarda García Jiménez, Universidad de Murcia

11h. Pausa café.

11:30h. Sesiones paralelas.

13h. Sesiones paralelas.

16:00h. Asamblea de socios. TMIC.

16:00h. Asamblea de socios. Género y Comunicación

17:00. Sesión plenaria Teorías y género: ¿cómo repensar el campo de la comunicación a partir de esta convergencia? Modera: Carlos Lozano Ascencio, URJC

Ponentes:

Esperanza Herrero Andreu, UMU

Ángel Carrasco Campos, Uva

Manuel Goyanes, UC3M

María Luisa Humanes, URJC

18:30. Pausa café.

19h. Sesiones paralelas.

### 21 de noviembre de 2025

9h. Sesiones paralelas

10.30h. Sesión plenaria Género y teorías: ¿cómo promover nuevos desarrollos en la teoría feminista comunicativa?

Modera: Ruth de Frutos, UMA

Ponentes:

Iolanda Tortajada, URV

Lucía Sell, US

Alejandro Barranquero, UC3M

12h. Pausa café.

12.30h. Conferencia de clausura Comunicación, significación y género: una apuesta vital.

A cargo de Giulia Colaizzi, Catedrática de Comunicación Audiovisual y Publicidad en el Departamento de Teoría de los Lenguaje y Ciencias de la Comunicación de la Universitat de Valencia.

Modera: Teresa Vera UMA

13.30h. Acto de clausura.

## PROPUESTAS PARA LA DISCUSIÓN

**Aplicación de la Investigación Acción Participativa (IAP), desde la teoría feminista**  
Mittzy Arciniega Caceres, María José Palacios Esparza, Monica Figueras Maz y Ariadna Fernández Planalls

**La metainvestigación en comunicación en España: género, internacionalización de artículos, tesis doctorales, grupos, proyectos y congresos**

Carlos Lozano Ascencio, Patricia Izquierdo-Iranzo, Juan Antonio Gaitán-Moya, Montserrat Jurado-Martín

**Teorías, objetivos de investigación y métodos para la obtención de datos en revistas académicas de comunicación internacionales con una perspectiva feminista**

Gloria Gómez Diago

**Cuando la Inteligencia Artificial es ciega al género: Una crítica feminista a las metodologías de Sentiment Analysis**

Darío Doña Falcón, María Pilar Medina Bravo

**Trayectoria y tendencias de la investigación sobre framing en España**

María Fernanda Novoa, Manuel Martín Algarra

**Comunicación política sobre género y sexualidad en Twitter (X): Análisis de toxicidad, sentimiento y discurso de odio (2015-2023)**

Javier Jiménez Amores, Manuel Escudero Garrido, William González Baquero

**"Hay cosas que son sagradas": La capitalización de la familia, la reproducción de la heteronorma y el modelo de vida neoliberal en el docureality Pombo**

Isabel Villegas Simón, María Castellví Lloveras, Ona Anglada Pujol

**INSTAGRAM para a visibilización de identidades que rompen estereotipos a través de la comunicación y la imagen. Las familias LGTBI como referentes**

María José Centenero de Arce, Isabel Escribano González

**Activismo feminista en el ecosistema digital, una aproximación necesariamente intermedial**

Lorena Gómez Puertas, Isaac Pecino Peláez, Cristina Perales García

**Internacionalización de la investigación en comunicación en España en la etapa post-Bolonia: perfiles, trayectorias y prácticas de liderazgo académico**

Ángel Carrasco-Campos, Enric Saperas, Manuel Martínez Nicolás, Daniela I. Monje

**El estudio de las teorías de la comunicación y el género en Iberoamérica desde una perspectiva de género: análisis de la producción académica en español en revistas de impacto (1980-2022)**

Marta Prego-Nieto, Yamila Hiram

**Conversaciones con las pioneras de los estudios de comunicación en Portugal**

Susana Torrado Morales, Filipa Subtil, Maribel Olmos, Marisa Torres da Silva

**(Re)construyendo la historia de la investigación de la comunicación en España desde un enfoque de género: notas para el debate**

Leonarda García-Jiménez, Esperanza Herrero, Marta Prego-Nieto

**Mujeres cineastas y publicitarias en España: legado, visibilización y educación mediática feminista**

María Cruz Alvarado López, Eva Navarro Martínez

Deconstruyendo los imaginarios androcéntricos y anglocéntricos: contribuciones de las mujeres investigadoras en comunicación en Iberoamérica

Juan José Sánchez Soriano, Leonarda García-Jiménez, Miquel Rodrigo Alsina

La perspectiva de género en las teorías críticas de la comunicación. Una propuesta de innovación docente

Inmaculada Casas Delgado, María Inmaculada Tobar Fernández, Aldana Ratuschny

Reinterpretando la Escuela de Columbia para nuestra ciencia y docencia: nuevas miradas a través de mujeres investigadoras

Esperanza Herrero

Pioneras (in)visibles: una lectura generacional y de género de las primeras profesoras en la Facultad de Ciencias de la Información (UCM)

Cristina López-Navas, Marta Prego-Nieto

50 años de indagaciones. Aportaciones de Margaret Gallagher a la crítica feminista de la comunicación

M<sup>a</sup>Teresa Vera Balanza

Queerizar la comunicación: la textilidad y el abismo

Daniel Cabrera Altieri

La investigación de la comunicación de la crisis climática y de la transición ecológica con perspectiva de género

Gemma Teso, María Cadilla Baz y Cristina López Navas

La academia española y europea frente a la investigación feminista de(s)colonial. Contradicciones inspiradas en las metodologías creativas en comunicación

Núria Araña Baró y David Archibald

Comunicar para emprender: El rol de la alfabetización mediática en el liderazgo desde la perspectiva de género

Maria Teresa Castilla Mesa, Astrid V. Barrera Enríquez y M<sup>a</sup> Purificación Subires Mancera

Gender, Politics, and Digital Media: OSINT's method insights from the 2024 European Elections in Portugal

Hadassa Oliveira y Claúdia Álvares

La heroína de acción en el cine de James Cameron: un análisis de redes sociales

Clara Rodríguez Navarro

Violencia digital y desinformación de género: una propuesta teórico-metodológica desde los estudios feministas en comunicación

M. Cruz Tornay Márquez

Desconfiar de las imágenes. Lecturas feministas del archivo en el cortometraje documental español contemporáneo

Laia Quílez

Violencias narradas, resistencias comunicadas: hacia una teoría educomunicativa feminista desde los márgenes

Paulina Alexandra Yacelga Anaguano

Estereotipos y sesgos de género en la prensa generalista en España: análisis de la representación de la música alternativa femenina (1990-2024)

Alba Trujillo López



Arte militante y fotoperiodismo. El caso de Pilar Aymerich en el Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía

Roberto Rodríguez Gálvez

"Beyond the smooth surface of the image": visual social semiotics as a systematic methodological approach to unveil gender discourses and ideologies

Silvana Mota-Ribeiro

Citation Inequalities of Brazilian Feminist Women Authors in intersectional studies between Communication Sciences, Women's Studies and Feminist Studies in Portugal: Analyzing the Marginalization of Global South Perspectives

Hadassa Oliveira

Representación de la mujer en la promoción de su inclusión en el sector TIC y tecnológico: Análisis de los mensajes digitales de la campaña institucional PorTICMujer del gobierno colombiano (2018-2022)

Sara Lucia Ossa-Rubio

Relatos de resiliencia de mujeres palestinas: comunicación situada e investigación-acción de la cooperación universitaria en tiempos de COVID-19

Ruth de Frutos García, Javier Díaz Muriana e Inmaculada Postigo Gómez

Periodismo y Cooperación Internacional: Un Análisis Crítico de la Perspectiva de Género en los medios locales de la Comunitat Valenciana

José Manuel Moreno Domínguez y Belén Zurbano Berenguer

Análisis computacional del pódcast desde una perspectiva de género: propuesta metodológica y fundamentos teóricos

Maria-Inmaculada Montes-Rodríguez

Autoimagen, deseo y vigilancia: cinco casos de autosexualización en redes sociales desde una perspectiva feminista crítica

Sara Esposito

El Observatorio de Igualdad de RTVE: logros y desafíos en los contenidos

Carmen María Navarro López y Miriam Salinas Guirao

Repensar los roles periodísticos desde las audiencias: una propuesta para renovar la agenda investigadora

María Luisa Humanes

TikTok como formato informativo. La adaptación al formato de vídeo corto de los contenidos informativos de tres cadenas de televisión públicas europeas de noticias 24 horas. Estudio comparativo de RTVE Noticias, BBC News y Franceinfo en el periodo 2023 y 2025.

Enric Saperas

Género y precariedad: efectos sobre la salud mental en las periodistas

María Iranzo Cabrera y Dolors Palau Sampio

Producción de podcast feministas en la industria del audio en España

Paloma López Villafranca y Teresa Piñeiro Otero

Booktubers: aplicación de la perspectiva de género al análisis de contenido de la mediación literaria en redes sociales

María Gladys Mathieu y Gloria Gomez- Escalonilla

Vinculaciones entre los movimientos tradicionales de videoactivismo y cine colaborativo: evolución y actualidad

Lázaro Cruz García y Virginia Villaplana Ruiz

El Bienestar Digital desde una Perspectiva de Género: Evidencias en la Población Adulta Europea de la Brecha Digital

Elena de Lara Gil

Hitos temporales en la estrategia de comunicación de la ultraderecha de Bolsonaro

Julia Gabriella Nogueira Munhoz y Pedro Pinto de Oliveira

La comunicación rural como comunicación de minorías. Un estudio de caso en Castillo de Locubín

Luis Lopez Lainez y Lucía Benítez Eyzaguirre

Los estudios queer en España: un ámbito de conocimiento emergente (2015- 2025)

Maria Jose Higuera Ruiz y Santiago Lomas Martínez

Publicidad y personas mayores: un análisis de la construcción de roles y estereotipos de edad desde la intersección con géneros y orientación afectivo-sexual en los anuncios de televisión española

Elvira Antón Carrillo y Magdalena Mut Camacho

¿Cuál es la formación inicial de periodistas sobre el colectivo trans? Un análisis de contenido de las asignaturas del grado en Periodismo.

Benjamín-Cristian Santiago-Montiel



## Aplicación de la Investigación Acción Participativa (IAP), desde la teoría feminista

Mitty Arciniega Caceres  
*Universitat Pompeu Fabra*

María José Palacios Esparza  
*Universitat Pompeu Fabra*

Monica Figueras Maz  
*Universitat Pompeu Fabra*

Ariadna Fernández Planalls  
*Universitat Pompeu Fabra*

La comunicación propuesta aborda la reflexión sobre la aplicación de la Investigación Acción Participativa (IAP), desde la teoría feminista., con especial énfasis en su dimensión metodológica. A partir de dos investigaciones competitivas, el proyecto H2020 SMOOTH (Educational Common Spaces. Passing through enclosures and reversing inequalities) y el proyecto I+D+i educoGEN (Metodología participativa audiovisual en educación secundaria para revertir las desigualdades de género), se establece un diálogo crítico con la metodología feminista y se analizan los puntos de convergencia y tensión entre ambas perspectivas. Si bien comparten una orientación transformadora, el reconocimiento de los procesos históricos y sociales, y una crítica a las estructuras jerárquicas en la producción de conocimiento, la epistemología feminista amplía el horizonte de la IAP al incorporar la categoría de género, cuestionando también la opresión patriarcal y la mirada androcéntrica.

Desde los planteamientos de Haraway (1995) sobre los "conocimientos situados", se destaca la importancia de incluir las experiencias de mujeres y grupos marginalizados no como sujetos epistémicamente privilegiados, sino como portadores de saberes fundamentales para una comprensión más compleja y diversa de la realidad. En lo metodológico, el feminismo plantea una actitud crítica permanente ante las dinámicas de poder, incluso en contextos participativos, así como la revalorización de las emociones y la reflexividad como elementos clave del trabajo investigativo. Estos aportes permiten repensar la investigación en comunicación desde una perspectiva más ética, afectiva y comprometida con la transformación social y la justicia epistémica.

## La metainvestigación en comunicación en España: género, internacionalización de artículos, tesis doctorales, grupos, proyectos y congresos

Carlos Lozano Ascencio  
*Universidad Rey Juan Carlos*

Patricia Izquierdo-Iranzo  
*Universidad Rey Juan Carlos*

Juan Antonio Gaitán-Moya  
*Universidad Complutense de Madrid*

Montserrat Jurado-Martín  
*Universidad Miguel Hernández*

- ¿La mujer piensa en cine y el hombre en política? Temáticas de investigación con perspectiva de género en el ámbito de la comunicación. Jurado Martín, Montserrat (UMH); Redondo García, Marta (UVA); Caffarel Serra, Carmen (URJC).

¿Existen intereses diferentes entre mujeres y hombres cuando investigan en torno a la comunicación? Numerosos estudios confirman que, aunque existen contenidos que igualan puntos de interés, hay temáticas donde las firmas masculina y femenina se presentan dispares. El objetivo de esta propuesta es identificar los temas que captan la atención de los investigadores desde una perspectiva de género. A tal fin nos centramos en el análisis de las tesis doctorales publicadas en España entre 2018-24 y en los proyectos I+D nacionales concedidos en el área de comunicación entre 2018-24, en concreto. El número de datos de la muestra es 1.114 TD (576 tienen autoría femenina y 538 masculina) y 164 PI+D (68 dirigidos por mujeres y 96 por hombres) que, con una media de cuatro palabras clave, supone que el número de registros analizados es de N=5112 palabras. La aproximación metodológica adoptada es la metainvestigación, mediante la aplicación combinada de métodos cuantitativos y cualitativos previamente utilizados en los proyectos MapCom.

- Variables de internacionalización en los artículos de investigación en comunicación. Izquierdo-Iranzo, Patricia (URJC). Morales-Corral, Enrique (UVA). Labio-Bernal, Aurora (US).

En la siguiente propuesta partimos del grado relativamente bajo de internacionalización de nuestro área y tenemos en cuenta que el análisis de la internacionalización de la investigación en comunicación incluye variables endógenas y exógenas a la propia actividad del investigador/a, es decir, algunas de las decisiones sobre qué, cómo o dónde publicar y que influyen en la internacionalización de los artículos, son decisiones personales del autor/a, otras vienen determinadas por las políticas editoriales de las revistas, y otras por el contexto de producción y de circulación de la ciencia, como por ejemplo la inclusión de las revistas españolas de comunicación en las bases de datos internacionales y el impulso que eso supuso a partir de 2007.

- El peso y la distribución de la investigación sobre las variables de diversidad y género en los grupos de investigación en Comunicación en las universidades españolas. Líneas de investigación y tópicos frecuentados. Gaitán-Moya, Juan Antonio (UCM); Polledo-Zulueta, Yenisley (URJC); Serrano-Martín, Carlos (US).

El último estudio del programa MapCom actualiza el censo de grupos de investigación en Comunicación en España. En concreto, existen en la actualidad 215 grupos de investigación en Comunicación en las universidades españolas. Los grupos desarrollan sus propios proyectos, líneas y programas de investigación, ofreciendo una información diferenciada del foco y las prioridades temáticas y tópicos

más frecuentes de su trabajo académico y científico. En conjunto, las líneas de investigación declaradas por los grupos de investigación en comunicación en España se agrupan en varias dimensiones temáticas: la comunicación corporativa y de mercado, la comunicación social y política, la comunicación mediática y el uso de las TICs y la investigación académica en comunicación con vistas a la formación de investigadores.

- Las comunicaciones de los congresos de la AE-IC. Lozano-Ascencio, Carlos (URJC); Piñuel-Raigada, José Luis (UCM); Rodríguez-Díaz, Raquel (URJC). En esta comunicación intentaremos responder a los siguientes cuestionamientos: ¿Cuál es el peso relativo de la investigación en comunicación sobre las variables de diversidad y género en el conjunto de las líneas de investigación acometidas por las comunicaciones a congresos de la AE-IC? ¿Qué líneas de investigación se vinculan a estos estudios?

El panel está compuesto por investigadores pertenecientes al Proyecto competitivo de Investigación en comunicación en las universidades españolas: innovación, continuidad y proyección internacional en el programa MapCom de 2019 a 2027, referencia PID2023-1463 6NB-I00

## Teorías, objetivos de investigación y métodos para la obtención de datos en revistas académicas de comunicación internacionales con una perspectiva feminista

Gloria Gómez Diago  
*Universidad Rey Juan Carlos*

Las revistas académicas son fundamentales en los campos científicos y también en el de la comunicación. Más allá de funcionar como espacios en los que los trabajos académicos adquieren forma y visibilidad, determinan qué tipo de investigación se realiza. En este sentido, las revistas académicas de comunicación que expresan tener una perspectiva feminista se convierten en espacios y en contextos que motivan el desarrollo de trabajos realizados desde esa mirada. Pero hablar de investigación feminista en comunicación puede implicar referirnos a distintos tipos de trabajos. Así, Gallagher (1987) propone diferenciar entre investigar sobre mujeres e investigar desde un paradigma feminista distintivo que proporcione categorías y conceptos mediante los que entender el mundo. Este trabajo pretende caracterizar la producción científica publicada en dos revistas académicas internacionales y referentes en el campo de la investigación en comunicación que, de acuerdo con su descripción, trabajan desde una perspectiva feminista: *Women's Studies in Communication*, publicada desde 1977 por la Organization for Feminist Research on Gender and Communication (OFRGC) y por Taylor & Francis y *Feminist Media Studies*, publicada por Routledge desde 2001. La muestra de este trabajo la integran ciento cincuenta y una unidades de análisis que se corresponden con los artículos que publicaron las dos revistas en el año 2024 y el análisis atiende a las teorías presentes en dichos artículos, a los objetivos de las investigaciones y a los métodos utilizados para la obtención de datos.

## Cuando la Inteligencia Artificial es ciega al género: Una crítica feminista a las metodologías de Sentiment Analysis

Darío Doña Falcón  
*Universitat Pompeu Fabra*

María Pilar Medina Bravo  
*Universitat Pompeu Fabra*

La historia del estudio de las emociones ha sido el origen de varias disciplinas que han ampliado nuestro conocimiento de la mente humana, como la psicología y la filosofía. Estas disciplinas han sido esenciales para el desarrollo de las investigaciones en Comunicación, en las que diferentes perspectivas, desde el feminismo hasta la Escuela de Frankfurt, han reivindicado la socialidad y subjetividad de la comunicación. En la actualidad, el Sentiment Analysis se presenta como una nueva vía para estudiar este campo a través de medios automatizados e informatizados, empleando sistemas de Machine Learning para extraer el contenido emocional de datos textuales. Sin embargo, los sistemas automatizados también pueden incluir una gran variedad de sesgos, como el sexismo, lo que condiciona sus análisis hacia la perpetuación de comportamientos y pensamientos misóginos. El estudio de estos sesgos se complejiza al introducir diferentes formas de sexismo, como el sexismo benévolo o el neosexismo, que perpetúan la opresión a las mujeres a través de expresiones que no se muestran como explícitamente sexistas u hostiles. Además, la cuantificación de las emociones mediante tecnologías de Inteligencia Artificial, basada en datos, puede resultar en una limitación de las formas de comprender al sujeto en los estudios de Comunicación que emplean estas metodologías. Al emplear uno de los modelos de Sentiment Analysis más relevantes en diferentes inventarios de pensamiento sexista, observamos que el análisis emocional que realizan estos métodos no tiene en cuenta el lenguaje sexista, y puede considerar frases explícitamente sexistas como positivas o neutras. A través de estos hallazgos, elaboramos una crítica al concepto tecnológico de objetividad y neutralidad en la ciencia, resaltando la importancia de la influencia de los marcos normativos y el poder en la investigación y la Inteligencia Artificial. Este estudio emplea la visión epistemológica feminista para advertir contra un uso acrítico e indiscriminado de metodologías que pueden resultar en una mayor perpetuación y normalización de los sesgos sexistas en la investigación en el ámbito de la comunicación.



## Trayectoria y tendencias de la investigación sobre framing en España

María Fernanda Novoa  
*Universidad de Navarra*

Manuel Martín Algarra  
*Universidad de Navarra*

La teoría del framing o teoría del encuadre se ha convertido en un paradigma multidisciplinar que permite abordar de manera global el estudio de los efectos de los medios de comunicación sobre los individuos y los públicos (Ardèvol-Abreu, 2015). En el año 2009, Mariño y Rabadán (2009) ya señalaban que la investigación sobre framing en España era heredera de las tendencias dominantes a escala internacional. No obstante, la ausencia de equipos de trabajo consolidados y el predominio del esfuerzo individual la posicionan en una situación de relativo retraso respecto a las escuelas extranjeras que lideran esta especialidad.

El propósito de la presente investigación es examinar la evolución de los estudios de framing en el contexto de la investigación española durante los últimos 17 años. En este sentido, el trabajo presenta un enfoque exploratorio de las publicaciones académicas, abarcando el período comprendido entre los años 2007 y 2024. Para la evaluación de la investigación, se procede al análisis de las tesis doctorales y los proyectos de investigación que han sido objeto de financiación en convocatorias estatales de I+D, así como de los artículos publicados en revistas especializadas y las publicaciones de en los congresos de la AE-IC (Asociación Española de Investigación de la Comunicación). La selección de la muestra se ha realizado mediante el conjunto de bases de datos del proyecto de investigación Mapcom ([www.mapcom.es](http://www.mapcom.es)). Los resultados ofrecen una descripción de los temas más relevantes utilizados en este enfoque y las metodologías más comunes que se asocian a estos trabajos académicos. El estudio evidencia que, aunque la investigación sobre framing en España ha crecido, persisten limitaciones en la diversidad temática y metodológica.

## Comunicación política sobre género y sexualidad en Twitter (X): Análisis de toxicidad, sentimiento y discurso de odio (2015-2023)

Javier Jiménez Amores

*Universidad de Salamanca, Pontificia Universidad Católica de Chile*

Manuel Escudero Garrido

*Universidad de Salamanca*

William González Baquero

*Universidad de Salamanca*

En el transcurso de los últimos diez años, España ha consolidado un marco legal particularmente avanzado en materia de igualdad de género y diversidad sexual. Paradójicamente, este proceso legislativo ha corrido en paralelo a la intensificación de narrativas antifeministas y anti-lgbtqi+ en el ecosistema digital. Twitter (rebautizada como X) se ha convertido en el escenario privilegiado de esta pugna simbólica. A través de sus cuentas oficiales, los partidos políticos contrastan visiones sobre la violencia machista, la autodeterminación de género o los derechos de las personas LGBTIQ+, interpelando a una ciudadanía que consume información y participa en la discusión pública en tiempo real. Sin embargo, pese a la centralidad de estas plataformas en la configuración de la agenda, todavía carecemos de diagnósticos empíricos que describan cómo evoluciona el tono emocional y los niveles de toxicidad y discurso de odio en la comunicación partidista sobre género y sexualidad.

El presente trabajo aborda ese vacío a partir de un corpus de 4 504 tuits emitidos entre 2015 y 2023 por las diez principales formaciones españolas con representación parlamentaria. La muestra se procesó mediante un itinerario computacional que integra tres herramientas complementarias: Perspective API, que proporciona seis dimensiones de toxicidad lingüística; el modelo pysentimiento/robertuito, entrenado sobre grandes corpus hispanos, que clasifica cada mensaje como positivo, negativo o neutral; y el modelo LLM de Google Gemini 2.0 Flash, que nos ha permitido asignar una probabilidad continua de contenido de odio a cada mensaje. Después de normalizar los datos y construir índices sintéticos de hostilidad, afectividad y discurso de odio, se exploraron las diferencias entre partidos, el vínculo de estas métricas con el alcance social de los tuits —retuits, respuestas, “me gusta” y citas— y su evolución temporal en relación con los principales hitos legislativos y electorales.

Los resultados ponen de relieve un clivaje partidista muy acusado. Las cuentas de Vox y, en menor medida, de ERC concentran los valores medios más elevados tanto de toxicidad como de discurso de odio, proyectando un tono fuertemente negativo que contrasta con la relativa neutralidad de PSOE y Podemos y con los niveles más bajos registrados por Sumar y el PNV. En suma, la regresión sobre la interacción digital indica que los mensajes más tóxicos y, sobre todo, los que presentan mayor carga de odio generan más visibilidad. Por el contrario, los tuits con un sentimiento más positivo parecen obtener menor interacción del público. A nivel temporal, la hostilidad parece haberse intensificado de forma sostenida a lo largo del periodo. Los picos más pronunciados coinciden con momentos de elevada tensión social: 2018, año en el que tuvo lugar la polémica sentencia de “La Manada”; 2019, año en el que Vox irrumpió en la arena parlamentaria; así como los últimos años, 2022 y 2023, en los que se tramitó la llamada Ley Trans y tuvo lugar la polémica en torno a la reforma penal del consentimiento sexual. Paralelamente, el sentimiento medio de los mensajes muestra un desplazamiento gradual hacia la negatividad, lo que revela un clima discursivo cada vez más crispado. Estas evidencias sugieren que Twitter favorece la circulación de contenidos hostiles, otorgando mayor alcance a los discursos más polarizantes. Por un lado, este mecanismo contribuye a la normalización del lenguaje agresivo y a la difusión de marcos que deslegitiman los avances legislativos en materia de igualdad; por otro, socava el carácter deliberativo de la esfera pública digital, al incentivar la confrontación y penalizar los mensajes constructivos.

## “Hay cosas que son sagradas”: La capitalización de la familia, la reproducción de la heteronorma y el modelo de vida neoliberal en el docureality Pombo

Isabel Villegas Simón  
*Universitat Pompeu Fabra*

Maria Castellví Lloveras  
*Universitat Pompeu Fabra*

Ona Anglada Pujol  
*Universitat de Barcelona*

Cuando a María Pombo, influencer, celebridad y empresaria, le propusieron hacer un docureality ella respondió que solo aceptaría si se incluían ocho perfiles más: sus dos hermanas también influencers, sus respectivos maridos, sus padres y su abuela, y es que, según la influencer, “ella no es nada sin su familia”. Así, el docureality producido por Amazon Prime dedicado a la influencer tiene como protagonista a la familia Pombo al completo.

Las influencers de lifestyle más populares han sido calificadas como ejemplares del ideal postfeminista o del “having it all” (Duffy and Hund, 2015): ellas pueden ser empresarias, perfectas amas de casa y madres al tiempo que son jóvenes, guapas y sexies. Además influencers actúan como “intermediarias culturales” (Arnesson, 2023; Palomeque-Rico, 2022) a través de la promoción de valores neoliberales y conservadores en las colaboraciones comerciales que realizan y sobre las que cimentan su estilo de vida aspiracional. Todo ello se enmarca en lo que Diane Negra ha denominado como el “domestic retreats” para apuntar a la representación de la feminidad ideal en el marco de la cultura popular. Sin embargo, mientras que la maternidad y la expresión de la feminidad han sido centrales en el análisis de los imaginarios conservadores y neoliberales que movilizan las influencers, la literatura académica apenas ha prestado atención al rol que juega la representación de la familia en las narrativas que tienden a construir las influencers.

Los estudios queer y feministas han cuestionado el concepto de familia nuclear y han argumentado que la idea tradicional de familia tiende a reproducir un esquema de normatividad de género anclada en la heteronormatividad y la concepción neoliberal de los cuidados, los servicios públicos y el bienestar social. La mayoría de narrativas populares asociadas a una “buena vida” son imaginadas alrededor de la construcción de una familia nuclear, que conlleva el matrimonio, la crianza de los hijos y la compra de una vivienda, mientras que los vínculos externos a la unidad familiar están en un segundo plano (Gotby, 2022).

El objetivo de esta comunicación es analizar los discursos sobre la familia en las representaciones mediáticas de la familia Pombo. Para ello, se ha aplicado un análisis crítico del discurso a una muestra formada por las cuatro temporadas del docureality “Pombo” (2023-actualidad) junto con piezas de la promoción del documental.

Los resultados apuntan a una representación de la familia basada en valores de unión, incondicionalidad y exclusividad a través de la repetición de tradiciones y convencionalismos. Además, la heterosexualidad prima en la construcción de los vínculos familiares, ya que la familia está formada por parejas heteronormativas que reproducen los roles de género convencionales: matrimonio, crianza de los hijos y propiedad privada. Los vínculos económicos tienen un fuerte peso en la construcción y representación de la familia, y los lazos familiares son presentados como los más adecuados y seguros para desarrollar negocios. Finalmente, destaca el personaje de Gabriela Toral quien es la hermana adoptiva e ilustra los privilegios de formar parte de la familia.

Estos resultados profundizan en la deriva conservadora que algunos autores han identificado en la cultura digital y popular y que tiene su mayor exponente en la figura de la tradwife (del Campo, 2023; Sykes & Hopner, 2024) o en los contenidos explícitamente antifeministas (García-Mingo & Díaz-Fernandez, 2023). De este modo, la presente investigación señala que la representación de la familia también revela matices y aspectos de dicha deriva, especialmente, en la reproducción de la heteronorma y la promoción del modelo de vida neoliberal dentro de los imaginarios políticos y sociales que circulan alrededor de algunas figuras de influencers y celebridades.

## Instagram para a visibilización de identidades que rompen estereotipos a través de la comunicación y la imagen. Las familias LGTBI como referentes

Maria José Centenero de Arce  
*Universidad de Murcia*

Isabel Escribano González  
*Universidad de Murcia*

España fue pionera en iniciativas legales tendientes a proteger los derechos del colectivo LGBTI. En 2005, se convirtió en el tercer país de la Unión Europea en aprobar el matrimonio entre personas del mismo sexo; fue también el primer país en legalizar la adopción monoparental. De allí que sea reconocida como una de las naciones líderes en lo que respecta a aceptación legal y social de la diversidad sexual.

La autocomunicación de masas, donde cada usuario/a genera su propio sistema de comunicación, proporciona a la acción colectiva un poderoso canal para la difusión y persuasión de sus acciones (Castells, 2009).

Hablar de cómo se construye la imagen de familia, una familia actual que rompe cualquier estereotipo, diferentes tipos de madres, padres que nos llevan a lo mismo: familia, infancia y felicidad es fundamental para mostrar una realidad y normalizarla. Para comprobar si esa realidad se encuentra también en las redes sociales actuales hemos buscado algunos perfiles de la red social Instagram que pueden mostrarnos la realidad de familias distintas que buscan ser normalizadas en la sociedad. Nos hemos centrado en el estudio de diferentes perfiles de Instagram de influencers que se centran en la maternidad/ paternidad ya que engloba concepto de familia, crianza, credibilidad, construcción de imagen. Queremos comprobar si hoy día se siguen viviendo estereotipos o encontramos ya muchos tipos de familias sin que debamos poner por encima una de otras. Y sobre todo perfiles que informan sobre cómo se construyen estas familias con dos mamás o dos papás y ver la interacción con el público y lo que generan. Este proyecto nos permite seguir explorando cómo se representan y perciben las nuevas realidades familiares en las redes sociales, contribuyendo a visibilizar y normalizar la diversidad en la sociedad contemporánea.

## Activismo feminista en el ecosistema digital, una aproximación necesariamente intermedial

Lorena Gómez Puertas  
*Universitat Pompeu Fabra*

Isaac Pecino Peláez  
*Universitat Pompeu Fabra*

Cristina Perales García  
*Universitat Pompeu Fabra*

Esta comunicación analiza las estrategias del activismo feminista en la complejidad del ecosistema digital desde donde se denuncia, informa y debate la violencia sexual en la España del consentimiento. Para ello, desde los Intermedial studies (Bruhn y Schirmacher, 2022; Scolari, 2023), se toma como estudio de caso el escándalo que emerge en el perfil 'colectivo' de Instagram de la periodista feminista Cristina Fallarás al que sigue la denuncia por acoso sexual interpuesta en octubre de 2024 contra Iñigo Errejón, diputado y portavoz de SUMAR –socia del Gobierno español y parte del bloque progresista que impulsó la Ley Orgánica 10/2022, de 6 de septiembre, de garantía integral de la libertad sexual, popularmente conocida como “ley del solo sí es sí” –.

La cobertura y tratamiento periodístico de estos hechos, tanto en espacios informativos como en el infotainment, recoge las tensiones que el feminismo genera entre los medios tradicionales y las redes sociales. Por un lado, persiste la necesidad de revisar críticamente la praxis periodística feminista (Grijelmo-García, 2023), especialmente al no atender los códigos deontológicos sobre violencia de género (Edo y Zurbano-Berenguer, 2019), y desde la espectacularización (Uris-Sánchez et al., 2022), llegar a distorsionar tanto la noción de consentimiento como la credibilidad de las víctimas (Gorosarri-González, 2021).

Por otro lado, las redes sociales digitales que habrían articulado movimientos de sensibilización y activación de conciencia feminista en la última década (Cobo, 2021) se cuestionan su potencial emancipador dada la plataformización y su difícil concepción de lo colectivo (Castillo-Esparcia et al., 2023). Fallarás desafiaría la construcción de un “nosotras” feminista (Caro-Castaño, 2015) a partir de la publicación de posts íntimos y personales, ergo ‘auténticos’ (Banet-Weiser, 2021), preservando el anonimato, y a su vez, inducir la cobertura en prensa, llegando a colaborar en infotainment televisivo. En estos últimos espacios, desde las lógicas de remediación (Bolter y Grusin, 1999) se retroalimentaron “públicos afectivos” en las redes (Papacharissi, 2016) al dar cabida a relatos confesionales e incluso a la filtración de los testimonios en sede judicial (“ritual de producción de verdad” Foucault, 1998 en Balló y Oliva, 2024).

Por tanto, entender la comunicación del activismo feminista en torno a la violencia sexual hoy requiere una mirada teórico-metodológica intermedial. El estudio combina análisis de contenido y análisis crítico del discurso con perspectiva feminista para explorar la intermediación de un corpus compuesto por publicaciones en Instagram (@cfallaras), noticias y artículos de opinión en la prensa de mayor difusión, así como espacios de infotainment en el período de declaraciones judiciales (enero 2025).

## Internacionalización de la investigación en comunicación en España en la etapa post-Bolonia: perfiles, trayectorias y prácticas de liderazgo académico

Ángel Carrasco-Campos  
*Universidad de Valladolid*

Enric Saperas  
*Universidad Rey Juan Carlos*

Manuel Martínez Nicolás  
*Universidad Rey Juan Carlos*

Daniela I. Monje  
*Universidad de Sevilla (Departamento de Periodismo I)*  
*Universidad Nacional de Córdoba (UNC) (Centro de Estudios Avanzados – CEA UNC)*

La investigación en comunicación en España ha experimentado una profunda transformación durante la etapa post-Bolonia, marcada por la consolidación de marcos institucionales globalizados con la internacionalización como eje estratégico. Este panel presenta los primeros resultados del proyecto ResinCom (PID2023-150185NB-I00), centrado en las trayectorias académicas, la difusión del conocimiento y las políticas científicas en comunicación. El panel propone un análisis de los discursos acerca de las percepciones, prácticas y tensiones profesionales por parte del colectivo de personal docente e investigador con capacidad de liderazgo en el sistema universitario español, entendido como aquellos perfiles con trayectoria consolidada, influencia en redes científicas y capacidad de orientar agendas investigadoras. Para ello, se proponen cuatro comunicaciones, a partir de los resultados de entrevistas semiestructuradas realizadas en 2025, que forman parte de una estrategia cualitativa más amplia.

### 1. Trayectorias académicas e internacionalización en la era post-Bolonia: diseño metodológico.

El proyecto ResinCom parte de una reconstrucción crítica del contexto institucional de la investigación comunicativa en España durante la etapa post-Bolonia, marcada por la consolidación de un modelo estándar de internacionalización basado en cuatro agentes clave: las revistas académicas, las asociaciones científicas, las agencias de evaluación y financiación, y las propias universidades y centros de investigación. Esta comunicación presenta el diseño metodológico cualitativo del estudio aplicado al colectivo de personal docente e investigador con capacidad de liderazgo académico, a través de un guion de entrevistas semiestructuradas que explora sus trayectorias profesionales, la percepción del marco institucional, las líneas de investigación desarrolladas y las estrategias de internacionalización adoptadas.

### 2. Rutinas profesionales, condiciones de trabajo y estrategias de internacionalización en la carrera investigadora consolidada.

Esta comunicación analiza las prácticas cotidianas del personal investigador capacidad de liderazgo en el área de comunicación en España, con especial atención a sus rutinas profesionales, condiciones materiales de trabajo y estrategias de internacionalización. Se abordan cuestiones como la organización del tiempo en la profesión, la gestión de equipos, el acceso a recursos, la colaboración internacional y la participación en convocatorias competitivas. El estudio muestra patrones comunes en la articulación entre exigencias institucionales y autonomía académica, así como estrategias adaptativas diferenciadas frente a los marcos normativos. Se identifican tensiones entre las distintas tareas que componen la carrera investigadora, lo que permite ofrecer un diagnóstico sobre las posibilidades y límites del ejercicio profesional en nuestro campo y contexto.

### 3. Motivaciones, valores y desafíos en las trayectorias de liderazgo en comunicación.

Esta comunicación aborda las motivaciones personales, valores académicos y desafíos profesionales que configuran las trayectorias del personal investigador con capacidad de liderazgo. Se analizan los factores sociales, pragmáticos, éticos y personales que influyen en sus decisiones, el sentido atribuido a su labor investigadora y las tensiones ante los modelos dominantes de productividad académica. A través de las entrevistas se explora la relación entre motivaciones individuales y condiciones institucionales, problematizando hasta qué punto las trayectorias de liderazgo e internacionalización se ajustan o resisten al arquetipo hegemónico de excelencia científica.

### 4. Percepciones institucionales y prácticas investigadoras del personal investigador de liderazgo.

Esta comunicación explora cómo el personal investigador con capacidad de liderazgo construye discursivamente el contexto institucional de la investigación comunicativa en España. A partir del análisis cualitativo de las entrevistas realizadas, se identifican las instituciones percibidas como más influyentes (revistas, agencias, universidades, asociaciones), los estándares que condicionan el reconocimiento académico y las prácticas que derivan de ello. Se examinan también las percepciones sobre legitimidad, exclusión, alineación o resistencia frente a las políticas científicas dominantes. El análisis permite trazar perfiles diferenciados según su grado de dependencia, apoyo o autonomía institucional.



## El estudio de las teorías de la comunicación y el género en Iberoamérica desde una perspectiva de género: análisis de la producción académica en español en revistas de impacto (1980-2022)

Marta Prego-Nieto  
*Universidad de Murcia*

Yamila Heram  
*Conicet-Universidad de Buenos Aires*

Hay suficiente evidencia académica que establece que la investigación en comunicación está altamente intercedida por el género. Esto se puede apreciar en el análisis de los patrones de citación (Torrado-Morales et al., 2025), la presencia de mujeres investigadoras en las guías docentes (García-Jiménez et al., 2023) o en la desproporción en la publicación de libros de referencia (De Andrés y Picazo, 2023).

También hay una dimensión de carácter más simbólico (Lloyd, 2023), en el que el androcentrismo acaba dividiendo nuestra investigación en una hard academia, con áreas de mayor prestigio, frente a una soft academia, habitada principalmente por mujeres, con investigaciones más centradas en lo social y menor prestigio (Herrero y García-Jiménez, 2023).

Esta comunicación analiza la intersección entre las Teorías de la comunicación, tradicionalmente más prestigiosas; y los Estudios de género, históricamente feminizados y en la periferia académica. El objetivo principal es examinar cómo se ha configurado su producción científica en Iberoamérica, desde una perspectiva de género, entre 1980 y 2022. Como objetivo complementario, se explora el grado de integración entre ambas, evaluando su nivel de simbiosis en la producción académica en español.

La muestra la conforman 72 artículos clasificados dentro de estas dos áreas de investigación que han sido publicados en revistas de impacto de Argentina, Chile, Colombia, Ecuador, España, México y Perú. Han sido seleccionados dentro un corpus, que recoge mediante un muestreo por conveniencia no probabilística 480 artículos de 60 revistas de nueve países iberoamericanos desde 1980 a 2022.

A esta muestra de artículos se les aplica un análisis de contenido hermenéutico para identificar cuáles son sus objetos de estudio, metodologías, marcos teóricos y enfoques epistemológicos. La decisión de escoger solo artículos publicados en español se determina para lograr una mayor fiabilidad y acuerdo (Krippendorff, 1990).

Los primeros resultados nos muestran que la producción académica sobre teorías de la comunicación y/o metainvestigación está realizada mayoritariamente por hombres (el 65 % están liderados por ellos, frente a un 35 % por investigadoras). En los trabajos dedicados a temáticas de género y/o feminismo, encontramos un liderazgo femenino (el 74 % de los artículos son liderados por investigadoras frente a un 26 % por hombres). La investigación es mayoritariamente cualitativa, con una tendencia elevada a la utilización de enfoques descriptivos y críticos. La utilización de marcos teóricos sigue siendo bastante dispersa e híbrida, sin poder considerar que haya una tradición teórica común. También se aprecia muy poca relación entre ambas áreas, con muy pocos trabajos que traten temas de género desde las teorías y/o la meta investigación o viceversa.

## Conversaciones con las pioneras de los estudios de comunicación en Portugal

Susana Torrado Morales  
*Universidad de Murcia*

Filipa Subtil  
*Escola Superior de Comunicação Social, Instituto Politécnico de Lisboa*

Maribel Olmos  
*Universidad de Murcia*

Marisa Torres da Silva  
*Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa (NOVA FCSH)*

La investigación sistemática sobre las mujeres investigadoras en los estudios de comunicación es reciente. En el contexto anglosajón, el análisis del papel de las académicas en la configuración del campo científico de la comunicación lleva en marcha algo más de una década (Simonson y Archer, 2011; García-Jiménez y Simonson, 2021). En el contexto iberoamericano, las investigaciones sobre este tema se iniciaron más recientemente y están empezando a dar sus frutos (Heram y Gándara, 2021; Gobbi, 2023; García-Jiménez y Herrero, 2025).

En el contexto portugués, la integración de la mujer en la docencia e investigación universitaria en comunicación y medios comenzó en 1979 en la Universidade Nova de Lisboa, donde se creó la primera licenciatura en Comunicación Social con un profesorado mayoritariamente masculino (Mendes, 2012; Serra, 2017). En los primeros años, el equipo de investigadores y profesores incluía a cuatro mujeres, que no tenían funciones de gestión o liderazgo en los equipos. Un dato curioso es que la primera tesis de doctorado en comunicación social en Portugal, en esa universidad, fue defendida por una mujer: Chaké Matoussian. El aumento de la presencia de mujeres en la docencia, la investigación y la gestión comenzó a finales de los 80 y durante la década siguiente, junto a la formación de departamentos, cursos de licenciatura, máster y doctorado en varias instituciones de enseñanza pública superior. En este momento, no hay ninguna investigación sobre el papel y la contribución de esas científicas pioneras en las instituciones por las que pasaron.

Por ello, en el marco del proyecto FEMICOMI ([femicom.es](http://femicom.es)), estamos analizando las principales figuras y experiencias de mujeres pioneras en la investigación en comunicación en América Latina, España y Portugal. El objetivo de esta comunicación es presentar los resultados de las entrevistas en profundidad realizadas a seis mujeres pioneras en la investigación en comunicación en Portugal: Maria Belo, Isabel Ferin Cunha, Maria Augusta Babo, Chaké Matoussian, Isabel Nobre Vargues y Maria João Silveirinha.

Queremos destacar el trabajo de estas investigadoras que iniciaron su carrera en la década de los 80 en el campo de la comunicación en Portugal, con el fin de darles a ellas y a sus contribuciones la visibilidad que se les negó durante décadas. Las preguntas de la entrevista giran en torno a sus carreras, los papeles de las investigadoras, las oportunidades y los obstáculos estructurales a los que se enfrentaron, el liderazgo, la maternidad, los estereotipos de género y la situación de las mujeres en el mundo académico portugués.

## (Re)construyendo la historia de la investigación de la comunicación en España desde un enfoque de género: notas para el debate

Leonarda García-Jiménez  
*Universidad de Murcia*

Esperanza Herrero  
*Universidad de Murcia*

Marta Prego-Nieto  
*Universidad de Murcia*

Esta comunicación propone revisar y complejizar la historia del campo académico de la comunicación en España incorporando las figuras de mujeres investigadoras, los eventos clave del movimiento feminista y los debates de género que, tradicionalmente, han quedado al margen de los relatos oficiales sobre los orígenes de la disciplina. Sostenemos que atender a estos elementos no solo visibiliza sujetos, objetos de estudio, discursos y dinámicas silenciados, sino que también permite (re)construir una narración alternativa que completa y problematiza la visión dominante, frecuentemente institucionalizada y "neutral".

Nos centramos en tres eventos históricos que consideramos fundamentales para comprender la emergencia de una mirada feminista sobre los medios de comunicación en el contexto español: las I Jornadas por la Liberación de la Mujer (Madrid, 1975), celebradas apenas dos semanas después de la muerte de Franco; las Jornades Catalanes de la Dona (Barcelona, 1976); y las Jornadas Feministas de Granada (1979). Estos encuentros no solo situaron el feminismo en el debate público, sino que evidenciaron una preocupación concreta por los medios de comunicación como instrumentos de poder, control y reproducción de estereotipos de género, así como su potencial como espacios de resistencia y transformación social.

Este enfoque crítico parte de constatar que la historia intelectual del campo de la comunicación en España está escasamente elaborada, especialmente si se compara con otros contextos, como el anglosajón, donde existen relatos consolidados, mitificados incluso, sobre los "padres fundadores" y el desarrollo disciplinar (Schramm, 1963; Herrero, 2024). En el caso español, la narrativa dominante se ha centrado en la creación de las primeras facultades (UAB, UCM y UNAV en el curso 1971-72) y en el debate entre profesionalismo y teoricismo, con una fuerte impronta humanística (por ej. la historia) y las corrientes importadas desde el contexto europeo y anglosajón (semiótica, Escuela de Frankfurt, mass communication research, publicística) (por ej. ver Jones, 1998; López-Escobar y Martín Algarra, 2017; Rodrigo-Alsina y García-Jiménez, 2010; Martínez Nicolás, 2009; Moragas, 1981). Sin embargo, este relato ha ignorado el papel del feminismo, las tensiones sociopolíticas del momento y la influencia de movimientos y pensadoras internacionales.

Al recuperar estos elementos, sacamos a la luz figuras poco visibilizadas —como Amparo Moreno o Concha Fagoaga, que pueden ser consideradas "madres fundadoras" del campo—, así como objetos de estudio fundamentales: la representación mediática de las mujeres y su estereotipación, la propiedad de los medios o la creación de medios alternativos feministas. Además, emergen relatos, dinámicas y redes que conectan la historia nacional con los movimientos de oposición al franquismo, las resistencias dentro de la izquierda, las críticas a los medios hegemónicos y las propuestas emancipatorias surgidas desde el feminismo.

Este (re)enfoque permite abordar el nacimiento del campo en España desde una perspectiva más realista, compleja y situada (Haraway, 2022), que reconoce no solo la institucionalización académica, sino también los conflictos, resistencias, miedos e interconexiones internacionales que la atravesaron. En este sentido, apostamos por un diálogo entre los estudios de comunicación y género en España y las contribuciones latinoamericanas (como las de Michèle Mattelart) o del Norte Global (Betty Friedan, Teresa de Lauretis, etc.). Asimismo, subrayamos el peso del existencialismo francés, especialmente a

través de Simone de Beauvoir y reivindicamos la necesidad de un diálogo intergeneracional.

Concluimos que observar los sujetos, objetos y relatos femeninos (y feministas) no solo contribuye a reparar ausencias históricas, sino que también permite comprender mejor las dinámicas y discursos que han configurado el campo de la comunicación, muchas veces desde la invisibilización de una parte significativa de su comunidad epistémica.

Esta comunicación es parte del Proyecto PID2021-123143NB-I00 financiado por MICIU/AEI /10.13039/501100011033/ y por FEDER (UE) y de la actuación 22631/PI/24, financiada por FS/10.13039/100007801

## Mujeres cineastas y publicitarias en España: legado, visibilización y educación mediática feminista

María Cruz Alvarado López  
*Universidad de Valladolid*

Eva Navarro Martínez  
*Universidad de Valladolid*

Han pasado más de 54 años desde que, en 1971, Linda Nochlin, con su pregunta “¿por qué no han existido grandes mujeres artistas?”, evidenciase la exclusión de las mujeres de los relatos oficiales sobre la historia del arte (Nochlin, 1971). Trasladado este cuestionamiento a la historia del cine y de la publicidad, el resultado es igualmente inquietante. ¿Por qué los nombres que llenan los manuales, las cronologías y los estudios sobre la evolución de la industria cinematográfica y publicitaria son casi exclusivamente masculinos? La omisión de mujeres no responde a su ausencia real en el desarrollo de la profesión, sino a un proceso de silenciamiento historiográfico que, en el caso que nos ocupa, ha borrado casi por completo cualquier referencia femenina.

Aunque hay algunas aportaciones previas (Rowbotham, 1980; López Fernández-Cao, 2000), ha sido sobre todo en las últimas dos décadas, y en el contexto de la llamada “cuarta ola” del feminismo (Garrido-Rodríguez, 2021), cuando desde distintos ámbitos de la sociedad y de la ciencia se ha iniciado la denuncia sobre la invisibilización sistemática que, históricamente, se ha realizado en la sociedad del trabajo y la aportación esencial que a lo largo de la historia han realizado las mujeres a la cultura y al conocimiento en todas las disciplinas y profesiones.

En ese marco se sitúa esta comunicación, derivada de dos proyectos en curso: *Pioneras Publicitarias*, que aborda la recuperación de mujeres relevantes en el ámbito de la publicidad en España; y *Mujeres Cineastas en el contexto ibérico: España y Portugal, 1918-2020*. Una mirada ecofeminista; iniciados respectivamente por las investigadoras María Cruz Alvarado y Eva Navarro Martínez, dentro del GIR GICAVH de la Universidad de Valladolid.

El objetivo es identificar, documentar y visibilizar las trayectorias de mujeres profesionales que han contribuido significativamente a estas industrias, y elaborar recursos didácticos orientados a introducir estos referentes en la docencia universitaria desde un enfoque crítico, feminista y transformador.

A partir de una metodología de investigación aplicada, los proyectos mencionados integran tres líneas (1) reconstrucción historiográfica crítica y producción de conocimiento situado; (2) desarrollo de herramientas de Educomunicación feminista y ecofeminista en el contexto universitario; (3) fortalecimiento de redes académicas y profesionales mediante encuentros, seminarios y acciones de transferencia.

La propuesta incluye entrevistas biográficas, vaciado de fuentes documentales y archivísticas, encuestas sobre percepción de referentes, diseño de unidades didácticas y pilotaje de contenidos en asignaturas de los grados de Comunicación Audiovisual y Publicidad.

Consideramos que es urgente identificar e incorporar a estas profesionales en el relato sobre la historia del cine y de la publicidad que se ha construido hasta el momento (y que es el que se difunde y enseña). Para ello, establecemos un recorrido circular entre la historia, la divulgación y la Educomunicación feminista. Algo que revertirá en la existencia y presencia de más mujeres profesionales cuyo trabajo cinematográfico o publicitario debe formar parte de la historia de estas profesiones y convertirse en referente visible y esencial para las siguientes generaciones de profesionales de ambos sectores. Un pequeño paso para quizás alcanzar algún día la utopía necesaria enunciada por la filósofa María Zambrano de “feminizar la historia”.

## Deconstruyendo los imaginarios androcéntricos y anglocéntricos: contribuciones de las mujeres investigadoras en comunicación en Iberoamérica

Juan José Sánchez Soriano  
*Universidad de Murcia*

Leonarda García-Jiménez  
*Universidad de Murcia*

Miquel Rodrigo Alsina  
*Universidad de Murcia*

El campo de la comunicación se ha articulado históricamente a través de lógicas androcéntricas y anglocéntricas. Por un lado, los padres fundadores suelen ser ellos, los padres, un mito que se ha consolidado en el imaginario colectivo y que más recientemente comienza a ser deconstruido (Vorderer, Park & Lutz, 2019). Por otro lado, las teorías y metodologías que han configurado los principales hitos han procedido principalmente del norte global (Bengtsson, Ericson & Stiernstedt, 2024). A menudo, en estos relatos, y a pesar de constituir la mitad de la comunidad investigadora (Rosique-Cedillo & Francisco Rodríguez, 2022), las mujeres han tenido menos visibilidad y aún hoy siguen siendo menos citadas como fuentes de referencia (García-Jiménez, Torrado-Morales & Díaz, 2022). De esta forma, nos encontramos con que las investigadoras iberoamericanas han sufrido procesos de doble exclusión como mujeres de fuera del norte global.

Por estas razones, en este trabajo se analizan las percepciones sobre los roles y aportes históricos de las mujeres en Iberoamérica (América Latina, España y Portugal) con el objetivo de repensar el canon dominante en el campo. Para ello se ha implementado un método Delphi entre 20 expertos iberoamericanos (8 hombres y 12 mujeres) de Argentina, Brasil, Bolivia, Chile, Colombia, El Salvador, México, Portugal y España. Las preguntas se dividieron en varios bloques, incluyendo indagaciones sobre las principales figuras femeninas y obras fundacionales; las causas de la invisibilidad femenina; y los roles de las investigadoras.

Los resultados muestran que los expertos destacaron principalmente a tres investigadoras: Immacolata Vassallo de Lopes (Brasil), María Cristina Matta (Chile) y Rossana Reguillo (México), todas ellas aún activas en este campo. En cuanto a las principales fortalezas, los participantes destacaron que las mujeres promueven investigaciones producidas con valores como la colaboración y la empatía. Desde una perspectiva de género, las principales debilidades son la persistencia de obstáculos estructurales, como el techo de cristal o el machismo. Además, las investigadoras tienden a orientarse hacia papeles de cuidadoras y/o secundarios en los procesos de producción científica. Al examinar los papeles que han ocupado las mujeres históricamente, se confirma que los roles clásicos, como el de "buena chica" (la mujer debe presentarse como una trabajadora modélica pero sin mostrar una ambición desmedida) o el de "presencia invisibilizada" (la mujer está presente en el campo pero se invisibiliza con el paso del tiempo), coexisten con otros nuevos, como el de liderazgo horizontal, de carácter más colaborativo. Finalmente, los expertos propusieron una serie de medidas para lograr una igualdad de género real en la investigación en comunicación, como fomentar la conciliación familiar o la presencia de mujeres en puestos de toma de decisiones.

Como conclusión, apuntamos que para lograr la igualdad de género es imprescindible socializar a las nuevas generaciones en las aportaciones y figuras de las investigadoras iberoamericanas e implementar medidas correctoras para hacer frente a los desequilibrios existentes en el sistema.

## La perspectiva de género en las teorías críticas de la comunicación. Una propuesta de innovación docente

Inmaculada Casas Delgado  
*Universidad de Sevilla*

María Inmaculada Tobar Fernández  
*Universidad de Sevilla*

Aldana Ratuschny  
*Universidad de Sevilla*

Durante décadas, los contenidos que forman parte de los proyectos docentes de las licenciaturas y grados en Periodismo de las universidades públicas y privadas españolas han tenido un claro protagonismo masculino, formando así a cientos de profesionales de la comunicación sin referentes femeninos que les inspiren a cambiar las desigualdades de género todavía existentes en el terreno laboral. En concreto, el estudio de autoras ha quedado relegado a una alusión puramente testimonial, cuando se da el caso, y sólo personajes muy significativos, remarcando su excepcionalidad, como por ejemplo, la primera corresponsal de guerra española, Carmen de Burgos.

Esa invisibilización del papel de escritoras, periodistas, comunicadoras o teóricas de este campo de estudio conduce a un conocimiento muy limitado del pasado y presente del ámbito comunicativo, lo cual merece ser reivindicado, ya que ese silencio académico invita a pensar que las mujeres no participaron de ningún modo en el desarrollo del periodismo en nuestro país y en otros de Occidente. Poco a poco las últimas investigaciones están supliendo ese vacío científico, pero rara vez se trasladan esos análisis al material docente, que en muchas ocasiones mantiene temarios que proceden de manuales obsoletos en cuanto a los estudios de género se refiere. En concreto, en la mayoría de las asignaturas de teorías de la comunicación y la información no hay mención alguna a profesionales en este campo, tan sólo a Elisabeth Noelle-Neumann, como casi insólito, a pesar de que existen publicaciones y proyectos como Femicom, que están dando a conocer figuras relevantes dentro de la Escuela de Frankfurt y otras instituciones célebres en comunicología.

Teniendo en cuenta todo lo expuesto anteriormente, esta comunicación propone un temario con perspectiva de género para la asignatura de Teoría de la Comunicación y la Información (TCI), con especial atención a la inclusión de figuras femeninas en las principales escuelas y teorías del campo. Para ello, se ha llevado a cabo un análisis comparativo de los proyectos docentes de dicha asignatura en ocho universidades andaluzas, tanto públicas como privadas, con el objetivo de evidenciar las carencias existentes en relación con la incorporación de la perspectiva de género.

El temario propuesto se enmarca en el bloque correspondiente a los enfoques críticos, centrándose específicamente en la Teoría Crítica de la Escuela de Frankfurt, los Estudios Culturales de la Escuela de Birmingham y los Estudios Culturales Feministas. El análisis ha abarcado titulaciones de Grado en Comunicación, Periodismo y Publicidad, así como dobles grados afines. A partir de este estudio, se plantea un modelo deseable de docencia que ya ha sido implementado y evaluado mediante los Ciclos de Mejora del Aula (CIMA) en la Asignatura de Teoría de la Comunicación y la Información de la Universidad de Sevilla, lo que permite valorar su aplicabilidad y potencial en el contexto universitario.

De este modo, damos cumplimiento a la obligación de incorporar formación específica en materia de igualdad de género en nuestra asignatura, tal como establece el proyecto docente. Esta inclusión responde tanto a la demanda del alumnado actual como a la necesidad de contrarrestar la percepción, aún presente, de que lo masculino es más relevante que lo femenino en el ámbito científico.



## Reinterpretando la Escuela de Columbia para nuestra ciencia y docencia: nuevas miradas a través de mujeres investigadoras

Esperanza Herrero  
*Universidad de Murcia*

La Escuela de Columbia constituye uno de los pilares de la formación y la reflexión teórica en el campo de la comunicación. Nacida en el Estados Unidos de los 1930 y 1940, su influencia teórica es, desde entonces, clave tanto a nivel internacional (Pooley y Park, 2013) como en el contexto español (Saperas, 2018). Los avances metodológicos y teóricos propuestos por Columbia, orientados hacia el paradigma de los efectos limitados, son considerados, además, signo de “la mayoría de edad” del campo (Pooley, 2008). A la vez, algunos de sus miembros, principalmente Lazarsfeld, ocupan lugares privilegiados entre el grupo de “padres fundadores” (Pooley, 2008) de la disciplina.

La omnipresencia de la Escuela de Columbia en nuestros currículos docentes (Lazcano, 2014) y nuestra reflexión investigadora (Saperas, 2018) es indiscutible. Tanto así que Rakow (2008, p. 115) plantea que “ningún estudiante tendría problemas en recitar cualquier número de padres fundadores de la investigación de la comunicación”. Solo Frankfurt se acerca al nivel de citación y reconocimiento del funcionalismo neoyorkino (Pooley y Park, 2013). Sin embargo, los relatos que perpetuamos en nuestra ciencia y docencia sobre la Escuela de Columbia están altamente simplificados. Reflejan lo que Park y Pooley (2008) denominaron la “historia dominante del campo de la comunicación”: una historia simplificada, caricaturizada y en la que un buen número de conocedores y aportaciones han quedado relegadas a los márgenes.

Entre los relatos historiográficos dominantes sobre Columbia, encontramos el individualismo y el mito del genio solitario —articulado principalmente a través figuras como Lazarsfeld, Merton o Katz—; la masculinización de las historias dominantes —que borra el trabajo realizado por mujeres investigadoras—; o el foco en el salto a los efectos limitados —aspecto por el que la Escuela de Columbia es reconocida como autoridad citacional en nuestra historia (Pooley, 2008). Perpetuando estas historiografías parciales no solo cometemos injusticias epistémicas y exclusiones como las que relata el efecto Matilda (Rossiter, 1993), sino que también sentamos las bases para un desarrollo sesgado de la disciplina hacia el futuro.

El objetivo principal de esta comunicación es complementar la historia dominante de la Escuela de Columbia a través de la exploración del trabajo de las investigadoras que formaron parte de la Escuela en sus años fundacionales. Algunas preguntas de investigación incluyen: PI1: ¿Cuál fue la contribución femenina a la producción de la Escuela de Columbia?, PI2: ¿Cuáles fueron los roles ocupados por las mujeres investigadoras en la Escuela de Columbia?, PI3: ¿Cómo podemos reinterpretar los relatos sobre Columbia introduciendo a las mujeres investigadoras?

Para responder a estas preguntas articulamos una metodología de análisis archivístico combinado con análisis de contenido cuantitativo de guías bibliográficas. Analizamos 3 guías de referencia históricas (BASR, 1957; Barton, 1977 y 1989), así como los fondos archivísticos del Bureau of Applied Social Research (Columbia University, Nueva York). Analizamos un corpus de 510 referencias bibliográficas producidas por la Escuela de Columbia entre 1935 y 1955.

Los resultados demuestran una presencia elevada de trabajo producido por mujeres investigadoras en el contexto de la Escuela de Columbia. Señalan además a un grupo de hasta 8 mujeres entre los autores más prolíficos y consistentes del centro de investigación, quienes formaron parte de las principales redes de colaboración, contribuyendo al desarrollo de trabajos que superaron el estudio de efectos limitados que ha caracterizado a la Escuela. A modo de conclusión, entendemos que la inclusión de los márgenes en nuestros relatos dominantes nos permitirá contar historias más plurales y diversas sobre nuestros orígenes, articulando una comprensión verdaderamente holística del campo de la comunicación y también más justa para con todos sus miembros.



## Pioneras (in)visibles: una lectura generacional y de género de las primeras profesoras en la Facultad de Ciencias de la Información (UCM)

Cristina López-Navas  
*Universidad Complutense de Madrid*

Marta Prego-Nieto  
*Universidad de Murcia*

Este trabajo propone una reconstrucción histórica y crítica del papel de las mujeres investigadoras en los inicios de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, centrado en el periodo fundacional de las décadas de 1970 y 1980. A través de una metodología cualitativa basada en la recuperación de líneas de vida académicas y personales —a partir de archivos, tesis doctorales y entrevistas exploratorias— se identifican los perfiles de diez profesoras pioneras, cuyos aportes fueron fundamentales para el desarrollo de los estudios de comunicación en España, pero han sido sistemáticamente invisibilizados por el relato historiográfico dominante, fuertemente masculinizado.

Este trabajo se sitúa en el marco teórico de los estudios de género, la epistemología feminista del punto de vista y los estudios sobre injusticia epistémica (Fricker, 2007), así como en los debates sobre canon, autoridad y poder simbólico dentro de la academia. El análisis muestra que estas mujeres no solo participaron activamente en la institucionalización del campo, sino que produjeron conocimiento original en áreas como la historia del periodismo, la documentación, el análisis del discurso, la sociología crítica o los estudios feministas en medios.

Mediante la reconstrucción de estas líneas de vida, se quiere analizar si existieron variables que afectan al reconocimiento del trabajo académico, como la edad, la deslegitimación simbólica o la diferencia en roles de género (Eagly y Karau, 2002). Este eje teórico se verá reforzado con aportes de entrevistas realizadas a algunas de las académicas protagonistas del estudio en el marco del proyecto FEMICOMI, con preguntas orientadas a indagar si experimentaron diferencias en el trato académico y en el reconocimiento en función de su género y su edad, especialmente en los primeros años de trabajo en la Complutense. También se explorará cómo estas percepciones evolucionaron a lo largo del tiempo y si la juventud fue un factor de discriminación añadido al género.

El análisis de líneas vitales se hace desde la propuesta de Park y Pooley (2008) de recontar la historia de nuestros campos de investigación desde el eclecticismo y las experiencias individuales. Las profesoras e investigadoras analizadas son Pilar Palomo Vázquez, Julia Varela Fernández, María Dolores Sáiz García, Luisa Santamaría Suárez, Adela Medrano García, Mercedes Caridad Sebastián, Petra Secanella Lizano, Concepción Fagoaga de Bartolomé, Marta Portal Nicolás y Concepción Alonso Garrán.

Este enfoque generacional y simbólico permitirá observar si la falta de reconocimiento correspondió a una discriminación transversal o pudo haber otros factores, como áreas de estudio, edad, posición institucional, etc. . A su vez, abre la posibilidad de revisar las condiciones actuales de entrada y promoción de mujeres jóvenes en la academia para contrastar continuidades y rupturas en la estructura epistémica del campo de la comunicación.

Con este trabajo se busca contribuir a una revisión más justa, plural y situada de la historia intelectual del campo de la comunicación en España, al tiempo que se reivindica la importancia de recontar la historia académica desde los márgenes: los de género, los de generación, y los de poder.

## 50 años de indagaciones. Aportaciones de Margaret Gallagher a la crítica feminista de la comunicación

M.<sup>a</sup> Teresa Vera Balanza  
*Universidad de Málaga*

Esta comunicación viene a aportar una mayor conocimiento de una figura relevante en la investigación en comunicación desde la perspectiva de género. La obra de Margaret Gallagher ha estado siempre vinculada a UNESCO aunque sus aportes no hayan alcanzado la misma dimensión que otras investigaciones coetáneas, como por ejemplo el Informe McBride. Las aportaciones de Gallagher se extienden desde la década de los 70 del siglo pasado, bajo el auspicio de UNESCO, hasta la actualidad donde sigue trabajando para la Comisión Europea.

Pocas trayectorias investigadoras han sido tan longevas como desconocidas. El reconocimiento a su obra, a las redes de acción que ha fortificado en estas décadas y su colaboración con referentes globales y con instituciones supranacionales enfatizan el sentido de una labor colectiva y de la capacidad para articular redes de colaboración.

Toda la obra de Margaret Gallagher explora la desigualdad de oportunidades a la que se enfrentan las mujeres en los medios de comunicación, analizando su representación y participación. Examina los factores históricos y socioeconómicos que contribuyen a la condición subordinada de las mujeres, vinculándola con las dinámicas extractivistas globales. También investiga los aspectos culturales y comunicativos de cómo se perciben y aceptan los roles de las mujeres, incluyendo la influencia de la representación en los medios de comunicación. Por último, esboza posibles acciones y estrategias para abordar los desequilibrios existentes y promover la igualdad de género en el panorama mediático.

Desde la práctica, el diagnóstico de las situaciones y la incidencia política, Gallagher ha participado de la conceptualización del periodismo feminista, del valor global de los monitoreos (GMMP), de la creación del Índice GEM y de los debates sobre el periodismo de calidad, por lo que su trayectoria vital y profesional encarna el diálogo que este Congreso propone.

## Queerizar la comunicación: la textilidad y el abismo

Daniel Cabrera Altieri  
*Universidad de Zaragoza*

En las teorías de la comunicación se usan expresiones como “desde el margen”, “lo alternativo”, “lo femenino”, “desde el Sur”, “decolonialidad”, entre otras, que marcan la necesidad de cuestionarse el lugar desde el cual se piensa. Se espera una mirada distinta, una mirada otra, de un fenómeno que se nos escurre sistemáticamente entre las líneas que buscan explicarlo y que, sin embargo, aparece por todos lados como un ejercicio y una práctica realizada por todos. En todo ello, aparece la sospecha de binarismo epistemológico: emisor/receptor, mensaje/ruido, transmisión/recepción, masculino/femenino, explícito/implícito, continente/contenido, oral/escrito, etc.

Cabe preguntarse ¿qué queda fuera de las polarizaciones y las definiciones? ¿Qué fenómenos, miradas, lugares, temporalidades quedan fuera de la operación clasificatoria? ¿Qué se construye como “lo propio” de la teoría y queda como “lo impropio”, “lo ajeno”, “lo otro”? ¿Cuáles son los “restos” de los corpus teóricos y que solo merecen un epígrafe o nada, ni una línea, ni un nombre?

La presente propuesta busca pensar la comunicación como algo raro, desde un lugar y una temporalidad raras. Queerizar la comunicación como búsqueda de restos, de lo raro, lo impropio y lo ajeno. En esta propuesta se concreta con la interpretación de las prácticas textiles de las que ni siquiera hay acuerdo en clasificarlas como, por ejemplo, artes, artesanía o manualidades. Esa falta de acuerdo muestra la incomodidad e incluso desorientación enfrentar la centralidad subterránea de lo textil que emerge cada vez que se masculiniza su práctica como, por ejemplo, la industria textil y el nacimiento del capitalismo. Simbólicamente ha sido y sigue siendo una práctica femenina, sin embargo, la realidad sociológica de su práctica no siempre ha sido y ni es así.

La historia de la comunicación evoluciona desde la oralidad hacia la escritura y la imprenta y de allí, a lo digital y lo algorítmico. La linealidad de la visión reúne logocentrismo y mediacentrismo. Una forma de romper esta visión consistiría en considerar la textilidad de la civilización y la cultura.

En ese inmenso mundo de lo textil que tímidamente asoma en el arte, la literatura y el cine, nos centramos en la presencia cotidiana del bordado y las bordadoras. Concretamente, analizaremos Punto de cruz de Jazmina Barrera y Diario de una Bordadora de Srta. Lylo. Desde la crónica literaria y desde un testimonio personal ambas obras muestran el bordado como una práctica actual, femenina, de memoria, cura y cuidado. Esta lectura se completa con la los perfiles de Instagram de 4 bordadoras que promocionan la actividad reflexionando sobre su actividad a través de la red social y cursos híbridos presenciales online.

Actividad comunitaria que revela la comunicación como una acción de la aguja porque, como recuerda Barrera (p.13), en el siglo X se escribió “Faemne aet hyre bordan geriseth” que puede traducirse como “el lugar de la mujer está junto a su bordado” o, incluso, como “el lugar de la mujer está junto al abismo”. Bordar, bordear, borde.

La comunicación es una estrategia para enfrentar el borde, el abismo, que muestra un mundo falto de significación en el que se halla el ser humano completamente solo y como dice, Flusser, “la comunicación humana teje un velo del mundo codificado, un velo de arte y de ciencia, de filosofía y de religión en torno a nosotros y lo teje cada vez más denso, para que nos olvidemos de nuestra propia soledad y de nuestra muerte, y también de la muerte de aquellos a quienes queremos. La teoría de la comunicación se ocupa del tejido artificial que hace que nos olvidemos de la soledad” (Flusser 2019, 284)

## La investigación de la comunicación de la crisis climática y de la transición ecológica con perspectiva de género

Gemma Teso  
*Universidad Complutense de Madrid*

María Cadilla Baz  
*Universidad Complutense de Madrid*

Cristina López Navas  
*Universidad Complutense de Madrid*

Desde el año 2019, el Observatorio de la Comunicación del Cambio Climático de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense, en colaboración con la Fundación Ecología y Desarrollo (ECODES), lleva a cabo un análisis sistemático de la comunicación del cambio climático y de la transición ecológica producida en medios convencionales, digitales, fuentes online y en la red social X (antes Twitter). Entre sus objetivos se encuentra identificar los roles de los protagonistas de la comunicación de la crisis climática en los medios y analizarlos desde una perspectiva de género transversal, en relación con las fuentes científicas, la comunicación de las soluciones y la comunicación de la transición ecológica.

Empleando un muestreo aleatorio sistemático de semanas naturales inspirado en Kayser (1961), esta comunicación presenta los resultados del análisis de una muestra de 70 días (10 semanas completas) correspondiente a los años 2023 y 2024 (35 días muestra/año). La muestra contiene un total de 4285 unidades analizadas, procedentes de los distintos soportes mediáticos y de la red social X (2627 unidades del año 2023 y 1658 de 2024).

Los resultados muestran una evidente desigualdad de género entre quienes toman la palabra en los medios. Tanto en 2023 como en 2024, se advierte un patrón de distribución similar entre los distintos géneros y los distintos roles. Entre otras, una de las conclusiones del estudio es que la desigualdad de género no está condicionada por el soporte mediático, sino que nos encontramos ante un fenómeno social estructural y transversal que atraviesa todos los soportes mediáticos, si bien esta desigualdad es algo más acusada en los medios de radiodifusión convencional (radio y televisión).

## La academia española y europea frente a la investigación feminista de(s)colonial. Contradicciones inspiradas en las metodologías creativas en comunicación

Núria Araüna Baró  
*Universitat Rovira i Virgili*

David Archibald  
*University of Glasgow*

Esta comunicación explorará las contradicciones, en el marco académico español y europeo actual, de llevar a cabo investigaciones feministas reflexivas que aúnan a personas de los denominados Sur y Nortes globales, a través del uso de metodologías creativas. Las líneas de debate ahondarán en 1) los marcos extractivistas inscritos en las propias convocatorias de investigación y los flujos de financiación, 2) las relaciones asimétricas entre participantes académicas y no académicas y, 3) las estrategias para subvertir o por lo menos resistir a las presiones métricas y a la reducción utilitarista de los resultados de investigación, y se plantearán a partir de los resultados no esperados del proyecto *Filmmaking and the Academy in Times of (Dis)order: Deep Listening | Dialogue | Diffraction* (financiado por el programa Knowledge Frontiers 2023 de la British Academy), interpelando a compartir el diálogo y la experiencia con otras investigadoras y proyectos presentes en el congreso de Antequera.

El mencionado proyecto, del que parte nuestra reflexión, se ha centrado en explorar cómo el audiovisual puede ser utilizado por activistas feministas en ciudades remotas del Caribe y Europa conectadas históricamente para compartir experiencias y articular alianzas frente a la necesidad de consolidar derechos y, también, hacer frente a las nuevas articulaciones autoritarias y reactivas a los derechos de las minorías. El proyecto ahondaba en las posibilidades que las tecnologías asequibles de creación de vídeo ofrecen para compartir con otras la experiencia cotidiana y "local", recuperando los propósitos utópicos de las tecnologías digitales –en contextos no comerciales– entendidas como herramientas útiles para articular alianzas y establecer vínculos translocales. Asimismo, el proyecto planteaba de qué forma las creaciones surgidas del proyecto podían contribuir a un compromiso descolonizador mediante la combinación de la teoría de(s)colonial/postcolonial y la práctica anticolonial de los cines opositores.

La metodología del proyecto se funda en una aproximación "dialógica" (en sentido bakhtiniano) a la creación colectiva audiovisual, en la que se asume que la traducción y la escucha son ya en sí mismos actos generadores de conocimiento y empatía. Asimismo, se ha propuesto una conversación en torno a la historia compartida de las ciudades participantes (Matanzas y La Habana, en Cuba; Glasgow, en Escocia; y Vilanova i la Geltrú, en Cataluña), incluyendo procesos de explotación como los propios del colonialismo y que problematizan la posición de las ciudades europeas. De esta forma, mediante un servidor para compartir las imágenes en proceso de otros grupos y socializarlas para su uso común, además de un grupo de conversación digital en vivo, las participantes de las cuatro ciudades han iniciado una autoreflexión conjunta sin jerarquías, y han creado varias piezas audiovisuales que se han proyectado en pantallas con las del Festival de Nuevo Cine Latinoamericano de La Habana o en Havana Glasgow Film Festival. Esta presentación se centrará en las contradicciones y límites emergidos en este proceso, enfocadas desde la parte europea del proyecto, y también en las subversiones ejercidas por las participantes no académicas de las cuatro ciudades a la dinámica esperada por el diseño inicial del proyecto, así como a las expectativas de sostenibilidad del mismo. Más allá de ahondar en análisis de la posicionalidad de investigadoras y participantes, esta comunicación quiere fijarse en las estructuras de producción de conocimiento, el sujeto académico hegemónico que se propone en los marcos de investigación, y abordar cuestiones muy prácticas acerca de cómo las herramientas del feminismo reubican la brújula, el debate y las prioridades de las sujetas participantes (investigadoras incluidas) ofreciendo un marco alternativo que en ocasiones colisiona con el académico.

## Comunicar para emprender: El rol de la alfabetización mediática en el liderazgo desde la perspectiva de género

Maria Teresa Castilla Mesa  
*Universidad de Málaga*

Astrid V. Barrera Enríquez  
*Universidad de Málaga*

M<sup>a</sup> Purificación Subires Mancera  
*Universidad de Málaga*

La alfabetización mediática se ha convertido en una habilidad estratégica en el contexto digital contemporáneo, especialmente para las mujeres que aspiran a emprender o liderar proyectos con impacto social. Más allá de consumir información crítica, implica saber crear contenidos, contar historias y gestionar canales de comunicación para visibilizar proyectos y posicionarse como agentes de cambio (UNESCO, 2023).

Iniciativas como Mujeres Rurales Conectadas en España demuestran cómo la formación en herramientas audiovisuales y redes sociales permite a mujeres de zonas rurales presentar productos locales, desde artesanía hasta agroalimentación ecológica, en plataformas digitales, generando ingresos sostenibles y rompiendo el aislamiento territorial. Estas mujeres no solo adquieren competencias técnicas, sino que desarrollan relatos que destacan la sostenibilidad, la tradición y el valor añadido de sus productos, diferenciándose en mercados competitivos.

La baja presencia femenina en sectores STEM y en la economía digital, junto a los sesgos de género en algoritmos y plataformas, sigue limitando las oportunidades de participación activa de las mujeres en la economía digital (UNESCO, 2023). Por ello, proyectos de alfabetización mediática con enfoque de género resultan cruciales. Aunque ejemplos como el programa latinoamericano Chicas en Tecnología muestran avances, en España destaca el programa Ruraltivity de FADEMUR, que forma a mujeres rurales en marketing digital, redes sociales y producción audiovisual. Mujeres como Marta, emprendedora en Castilla-La Mancha, han logrado expandir sus mercados gracias a vídeos que narran la historia de su producto, vinculándolo con sostenibilidad y tradición local.

Otra iniciativa relevante es Extraordinarias, de Fundación Cibervoluntarios y Zona from Facebook, que capacita a emprendedoras en narrativas audiovisuales y estrategias digitales para mejorar la visibilidad de sus negocios. Mujeres del entorno rural andaluz han aprendido a crear vídeos promocionales y gestionar campañas en Instagram, logrando así aumentar ingresos y redes de colaboración.

En Aragón, el proyecto Mujeres Conectadas ha trabajado la alfabetización mediática con mujeres mayores, enseñándoles a crear blogs donde comparten recetas tradicionales, consejos de emprendimiento y relatos personales, transformando su experiencia en un activo comunicativo y económico.

Desde un enfoque pedagógico y feminista, la alfabetización mediática constituye un proceso de empoderamiento narrativo, donde mujeres antes invisibles se convierten en productoras de contenidos digitales que desafían estereotipos y fortalecen la cohesión comunitaria (Celorio, 2015; Contreras & Pérez de Lara, 2010). Comunicar para emprender no es solo una estrategia económica, sino un motor de transformación social que conecta género, comunicación y sostenibilidad, alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030, especialmente los ODS 4, 5 y 8. Así, las mujeres se consolidan como líderes capaces de transformar sus comunidades desde la innovación comunicativa y la justicia social.

## Gender, Politics, and Digital Media: OSINT's method insights from the 2024 European Elections in Portugal

Hadassa Oliveira

*Laboratory of Applied Research in Communication and Media - LIACOM, School of Communication and Media Studies - Polytechnic Institute of Lisbon - ESCS - IPL, Portugal*

Claúdia Álvares

*University Institute of Lisbon, Portugal*

This research observes how gender-related themes were addressed in the digital political campaigns of Chega (far-right) and Bloco de Esquerda (far-left) during the 2024 European Elections in Portugal. The study advances methodologically by adopting Open-Source Intelligence (OSINT) techniques for qualitative digital data analysis, moving beyond conventional content analysis approaches. OSINT enables a systematic mapping of discursive dynamics and political engagement strategies based on public and legally accessible online sources. Data collection was carried out across digital platforms such as Google Search, YouTube, Instagram, and TikTok. The objective was to identify dissemination patterns, audience interaction, and networks that amplify political discourse. This methodological approach not only enhances the understanding of contemporary political communication but also provides insights into symbolic disputes surrounding gender issues in a context marked by growing digital polarization. The findings reveal stark contrasts between the discursive strategies of the two parties. Bloco de Esquerda emphasizes values such as diversity, empowerment, and inclusive policies, using humor as a critical tool to challenge patriarchal norms and promote a progressive agenda. In contrast, Chega reinforces traditional gender roles and resorts to emotional appeals rooted in nostalgia, conservative morality, and resistance to sociocultural change. Humor in Chega's communication is employed sarcastically to delegitimize ideological opponents and reinforce anti-gender narratives. The originality of this research lies not only in the choice of the object of study—the intersection of gender, politics, and digital communication—but also in the application of OSINT techniques within the field of Communication Sciences. Although widely used in cybersecurity and investigative journalism, OSINT remains underexplored in Portuguese communication research. This gap presents an opportunity to investigate the analytical potential of these tools for forensic and discursive analysis of highly dynamic and politicized digital environments. By integrating gender studies with innovative digital research methods, this study contributes to both theoretical and empirical advancements in understanding contemporary media strategies. It offers new perspectives for critical investigations into electoral campaigns, anti-gender narratives, and emerging forms of political engagement on social media. Furthermore, it underscores the importance of a symbiotic relationship between communication theory and gender studies as essential for grasping the communicational and democratic challenges facing Europe today.



## La heroína de acción en el cine de James Cameron: un análisis de redes sociales

Clara Rodríguez Navarro  
*Universidad de Sevilla*

Autores como Propp (1928) y Campbell (1949) identificaron patrones narrativos recurrentes en los relatos mitológicos que han contribuido a construir el imaginario colectivo de la cultura occidental. Uno de los más influyentes ha sido la estructura narrativa del Viaje del Héroe (Vogler, 2020) ampliamente difundida en la narrativa literaria y cinematográfica. Esta formulación ha suscitado una pregunta fundamental: ¿cuál es el lugar de la mujer dentro de esta estructura?

Desde los años setenta, la teoría fílmica feminista - con autoras como Mulvey (1975), Johnston (1972) y Rosen (1973) - ha cuestionado la representación de la mujer en el cine y ha planteado propuestas para repensar tanto la mirada como los roles asignados a los personajes femeninos.

En la actualidad, especialmente tras el impacto del movimiento #MeToo, la discusión en torno a la presencia de mujeres activas en las tramas, su participación en la industria cinematográfica y la búsqueda de estructuras narrativas que reflejen experiencias femeninas ha cobrado nueva fuerza tanto en el ámbito social como académico. Este contexto ha llevado a recuperar la propuesta del Viaje de la Heroína, formulada por Murdock (1990), que ha inspirado un aumento en la producción de películas que siguen este esquema, así como un renovado interés por analizar las figuras heroicas femeninas (Raya, 2020).

Es en este marco teórico y sociocultural donde se sitúa la presente investigación, cuyo objetivo es analizar la construcción de las heroínas de acción en el cine de James Cameron.

La investigación toma como corpus tres películas escritas y dirigidas por James Cameron, seleccionadas por su interés en la representación de protagonistas femeninas activas dentro de la narrativa épica: Terminator (1984), Aliens (1986) y The Abyss (1989). Analizamos estas películas desde la óptica de "Análisis de Redes Sociales" (Social Network Analysis) (Weng et al., 2007) y procesamos los guiones de las tres películas seleccionadas, para clasificar cada línea según su tipo (escena, descripción, diálogo, personaje, transición y dirección de diálogo) valiéndonos de las características que presentan como textos semiestructurados. De esta manera, identificamos los personajes que hablan durante una escena y extraemos las coocurrencias entre personajes. Finalmente, construimos el grafo de la red de personajes y obtenemos los valores de grado, intermediación, cercanía y autovector (Rochat, 2014). Se ha utilizado el lenguaje de programación Python, junto con su biblioteca especializada NetworkX (Hagberg et al., 2008) y se ha construido una curva de intervenciones acumulativas para visualizar la progresión temporal de la presencia de cada personaje en el guion.

En las películas Terminator y Aliens, las respectivas protagonistas, Sarah Connor y Ellen Ripley, tienen el mayor valor en grado, intermediación, cercanía y vector propio, demostrando su preponderancia sobre el resto de los personajes. Sin embargo, en The Abyss, el protagonismo se comparte entre un personaje masculino y uno femenino. La protagonista Lindsey tiene un valor menor que el protagonista Bud en estas medidas de centralidad, aunque son valores muy cercanos.

Esto no siempre es así, por ejemplo, en Wonder Woman (2017) Diana no supera al personaje secundario Steve Trevor en las métricas de centralidad, como se ha señalado en otros análisis (Jones, 2019). Este hallazgo pone de manifiesto cómo, incluso en narrativas protagonizadas por mujeres, los personajes masculinos pueden ocupar posiciones más centrales en la red de relaciones. Sin embargo, en las películas de nuestro corpus las protagonistas femeninas sí ocupan la posición más relevante en el desarrollo de la historia. Las heroínas de acción de Cameron destacan por su centralidad narrativa, reafirmando su protagonismo en estructuras narrativas tradicionalmente dominadas por héroes masculinos.



## Violencia digital y desinformación de género: una propuesta teórico-metodológica desde los estudios feministas en comunicación

M. Cruz Tornay Márquez  
*Centro Universitario San Isidoro-UPO*

La aplicación de la perspectiva de género y de la teoría crítica feminista a los estudios en comunicación ha permitido la caracterización de los medios de comunicación como espacios de reproducción de la ideología patriarcal. En la actualidad, sin que aún se haya logrado la equidad en el ámbito mediático, se multiplican los desafíos en un contexto complejo de desorden informativo en el que espacio digital se ha convertido en un nuevo canal de violencia. El avance del feminismo en la esfera pública y el reconocimiento de derechos de las mujeres ha venido acompañado de una reacción antifeminista que se traduce en distintas formas de violencia que persiguen el disciplinamiento simbólico y la exclusión de las mujeres del espacio público virtual. En este sentido, la violencia digital y la desinformación de género son formas contemporáneas de agresión estructural que afectan de manera particular a mujeres con presencia pública y a voces feministas en el entorno comunicativo digital. Pero, además, las plataformas digitales, lejos de ser espacios neutros, reproducen lógicas de poder androcéntricas, en gran medida por la exclusión de las mujeres del desarrollo tecnológico y la configuración de los entornos digitales, hegemonizados por varones blancos.

El fenómeno de la violencia digital hacia las mujeres en un contexto de desorden informativo y reacción antifeminista debe ser abordado desde propuestas teórico-metodológicas que permitan abordajes de forma estructural, crítica e interseccional. A partir de ello, en este trabajo se propone una articulación de marcos teóricos feministas que contribuyan al análisis crítico desde la comunicación, entre los que se sitúan:

- Perspectiva de género, que evidencia cómo la comunicación digital replica y refuerza la desigualdad entre los géneros, sancionando la presencia pública de las mujeres mediante acoso, desinformación y silenciamiento sistemático.
- Feminismo interseccional, que permite visibilizar la forma en que se entrelazan género, raza, clase, orientación sexual e identidad de género en las violencias digitales. Las agresiones no afectan a todas por igual, y quienes ocupan posiciones de mayor vulnerabilidad estructural enfrentan un riesgo amplificado.
- Economía Política Feminista de la Comunicación, que examina cómo las comunicadoras freelance están expuestas a una mayor vulnerabilidad frente a la violencia o cómo las plataformas y sus lógicas algorítmicas mercantilizan el contenido misógino y los discursos de odio.
- Estudios para la Paz, que introducen una dimensión ética al análisis, proponiendo una reconfiguración de la comunicación para la paz no solo ausencia de agresión, sino a partir de las condiciones estructurales para la justicia y la equidad simbólica.
- Tecnofeminismo, que denuncia el sesgo de género en la producción tecnológica y plantea que la infraestructura técnica no es neutral: ha sido diseñada, programada e interpretada desde visiones masculinas y blancas.
- Análisis Crítico del Discurso Feminista, que permite abordar cómo se producen, circulan y legitiman los discursos de odio antifeministas y cómo operan mecanismos simbólicos que naturalizan la violencia contra las mujeres en el lenguaje, los algoritmos y los marcos narrativos digitales.
- Epistemologías feministas y justicia epistémica, que reclaman el derecho de las mujeres a producir y difundir conocimiento, y advierten sobre las formas de exclusión, silenciamiento y deslegitimación que sufren, incluso en los marcos académicos y mediáticos. La desinformación digital se configura también como una forma de violencia epistémica.

A partir de todo ello, esta propuesta persigue incorporar una mirada feminista a los estudios de comunicación para abordar los fenómenos contemporáneos desde una perspectiva crítica que contribuya a identificar y dismantelar las violencias estructurales.

## Desconfiar de las imágenes. Lecturas feministas del archivo en el cortometraje documental español contemporáneo

Laia Quílez  
*Universitat Rovira i Virgili*

La perspectiva feminista en la reinterpretación de pasados de violencia y en la reescritura de la memoria histórica desde el punto de vista de las mujeres, ha supuesto un cambio de paradigma que ha revolucionado la visibilización de experiencias y traumas históricamente silenciados. En los últimos años, múltiples manifestaciones culturales han puesto el foco en aquellas violencias que recayeron sobre las mujeres por su condición de género, reformulando los relatos oficiales sobre la memoria de esos capítulos pretéritos.

Partiendo de los postulados que Ariella Aïsha Azoulay defiende en *Potential History: Unlearning Imperialism* (2019), de las reflexiones sobre el archivo recogidas en *The Archive Effect*, de Jaimie Baron, y del concepto de "disenso visual" defendido por Marta Selva y Anna Solà (2017), nos proponemos poner el foco en algunos de los cortometrajes que en la última década se han producido en España, como son *El deseo de la civilización* (Carolina Astudillo, 2014), *Veladuras* (Pilar Monsell, 2022), *Els buits* (Isa Luengo, Sofia Esteve, Marina Freixa Roca, 2024), o *12 de mayo de 1987* (Mar Caldas, 2023). Nuestro objetivo es prestar atención a las distintas estrategias desjerarquizantes que las documentalistas utilizan para intervenir sobre las huellas de lo real y, con ello, proponer historias alternativas (y potenciales) que subrayen aquello que tradicionalmente ha quedado desenfocado, en segundo plano e, incluso, intencionadamente silenciado por cuestiones de género y de clase. Así, mediante lenguajes a menudo innovadores –que incorporan la ironía, el contraste, la hibridez de formatos, lo performático o lo metafórico–, las ausencias toman protagonismo en estas películas para señalar las violencias que las han mantenido en los márgenes.

En última instancia, nuestra intención es reflexionar sobre el lugar que ocupa el archivo en la teoría y metodología fílmica feminista y en cine documental contemporáneo, entendiendo el archivo como herramienta de poder –esto es, como institución y régimen que facilita y naturaliza los crímenes imperiales–, pero, también, como espacio para la resistencia, la denuncia y la problematización de la gramática patriarcal. ¿Qué vacíos contiene ese archivo? ¿Qué deja fuera, qué esconde, qué silencia? ¿Cómo hacer memoria (o memorias "otras") cuando no hay archivo, o cuando este es sumamente precario? ¿Encontraríamos, en este sentido, archivos disidentes, cuyo origen sea, en sí mismo, un acto de rebelión? ¿De qué modo se recuperan estos "restos" en el reciente cine feminista? ¿Cómo se inscribe la subjetividad de las cineastas en estos archivos y cómo dialogan con las demás subjetividades a las que esos archivos remiten? En la ponencia que aquí presentamos, trataremos de reflexionar sobre estas y otras cuestiones vinculadas no solo al archivo y al pasado traumático, sino también al poder que puede tener el cine a la hora de transformar políticamente un presente mediático y tecnológico que parece erosionar, cada vez más, la empatía con los colectivos minorizados y los procesos democráticos.

## Violencias narradas, resistencias comunicadas: hacia una teoría educomunicativa feminista desde los márgenes

Paulina Alexandra Yacelga Anaguano  
*Universidad de Málaga*  
*Universidad Autónoma del Estado de Morelos*  
*Instituto Superior Tecnológico Cotacachi*

Desde las fronteras geográficas del norte de Ecuador, donde la movilidad humana se entrelaza con la violencia estructural, emerge la necesidad de repensar la comunicación desde una mirada situada, crítica y transformadora. Esta propuesta teórica se articula en torno a la educomunicación como herramienta para la prevención de la violencia de género en mujeres migrantes, anclada en un enfoque feminista interseccional y de derechos humanos.

El marco teórico parte de la confluencia entre los aportes de Paulo Freire, Rosa María Torres y Gabriel Kaplún, quienes entienden la comunicación como praxis dialógica y la educación como proceso liberador. A ello se suma una revisión crítica de los estudios de género aplicados a la comunicación, visibilizando la violencia simbólica, mediática y estructural que enfrentan las mujeres migrantes en contextos fronterizos. Se asume que la violencia no solo se ejerce físicamente, sino también se narra, se representa y se reproduce a través de discursos y silencios mediáticos.

Desde esta perspectiva, se plantea la necesidad de una teoría educomunicativa feminista que rompa con los enfoques tradicionales tecnocráticos y androcéntricos, y que permita resignificar la comunicación como un derecho, un espacio de construcción de ciudadanía y una vía para la justicia social. Esta teoría se nutre de la experiencia de las mujeres como sujetas epistémicas, reconociendo sus saberes y relatos como fuentes legítimas de conocimiento.

En este marco, la educomunicación no es solamente un puente entre dos disciplinas, sino una estrategia política, pedagógica y metodológica para el empoderamiento de las mujeres migrantes, mediante el uso de medios participativos, narrativas propias y procesos de alfabetización crítica. Se propone avanzar hacia una teoría que no se limite a describir realidades, sino que contribuya a transformarlas desde los márgenes.

## Estereotipos y sesgos de género en la prensa generalista en España: análisis de la representación de la música alternativa femenina (1990-2024)

Alba Trujillo López  
*Universidad de Málaga*

Cuando se habla de la música alternativa y de los protagonistas que revolucionaron la escena, siempre se pone el foco de atención en los artistas masculinos. En este sentido, la prensa colaboró en reproducir este mecanismo de invisibilización femenina. Esta no solía tener en cuenta que “ellas”, por su parte, estaban desarrollando un movimiento interseccional que, al igual que su contraparte masculina, criticaban los convencionalismos sociales, pero, además, también señalaron la invisibilización y ausencia que presentaban las mujeres en la música alternativa. Bajo este contexto, surge el movimiento Riot Grrrl durante la década de 1990 en los EE.UU. Este movimiento estuvo protagonizado por las mujeres del punk, quienes denunciaron la ausencia femenina en el contexto underground.

De modo que, el objetivo principal de la investigación es analizar la representación de grupos femeninos de música alternativa en la prensa generalista española desde 1990 hasta la actualidad, identificando la presencia de desviaciones o componentes machistas en la redacción, el contenido y el enfoque de las noticias.

Además, se pretende examinar la evolución de la cobertura periodística de grupos femeninos de música alternativa en la prensa generalista española en el período estudiado, identificando cambios en el volumen de publicaciones, el tono, y el enfoque de los artículos. Así como, identificar y clasificar los posibles sesgos de género en el lenguaje utilizado, determinar la frecuencia y naturaleza de las referencias extramusicales, comparar la cobertura de artistas y grupos femeninos con la de grupos masculinos o mixtos dentro del género de música alternativa, y, por último, proponer recomendaciones para la cobertura periodística que promuevan una representación más equitativa y objetiva de los grupos femeninos en la música alternativa.

La metodología de esta investigación comprendería un carácter mixto con un enfoque cuantitativo y cualitativo centrado en la técnica del análisis de contenido y de la entrevista. Se pretende entrevistar a algunas mujeres militantes feministas que contribuyeron a que las mujeres tuvieran un papel determinante en la industria de la música underground.

El período de tiempo del análisis comprendería desde el inicio del movimiento Riot Grrrl a la actualidad (1990–2024 aproximadamente). La finalidad del estudio es averiguar si realmente este movimiento provocó un cambio significativo dentro de la industria musical y si la prensa logró hacerse eco de ello, y cumplir con la equidad entre géneros mediante la cobertura mediática de las noticias de carácter musical. Este es el motivo principal por el que se elegirán varios diarios de ideologías diferentes para conseguir esclarecer cuál de ellos les daba más espacio en sus páginas al género femenino.

El motivo de la elección del tema se ha basado en mis gustos musicales personales. Entiendo el rock y el punk como los géneros en los que me siento más libre y rebelde al escucharlos. El desarrollo histórico del mismo me parece muy interesante por su componente revolucionario y contestatario a las estructuras de gobierno y a los convencionalismos sociales. Sin embargo, llama mi atención la abundancia de importantes figuras masculinas que la prensa resalta como los pioneros y transgresores del género, dejando un espacio muy reducido a lo que significó la experiencia femenina dentro de la cultura underground. De modo que, me resulta pertinente reivindicar a las mujeres que, además de luchar contra los convencionalismos sociales y hacer crítica a la política de la época, se encargaron de desarrollar su propia lucha: contra los roles de género, contra el lugar otorgado a la mujer, contra la prensa masculinizada, contra el machismo y el patriarcado, todo a través del propio espíritu rebelde del rock y el punk.

## Arte militante y fotoperiodismo. El caso de Pilar Aymerich en el Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía

Roberto Rodríguez Gálvez  
*Universidad de Murcia*

A mediados de los setenta, en España el régimen franquista llegó a su fin. Este hito marcó el cierre de una época caracterizada por la restricción de las libertades individuales y la uniformización de las mentalidades sociales a través de los mecanismos represivos del Estado, sustentados en principios centrados en la disciplina militar y la ideología católica. Tras varias décadas de inmovilismo social, en España comenzó una etapa enérgica marcada por la reivindicación de libertades de diversa índole y por una renovación cultural profunda.

El movimiento de liberación de la mujer encontró, en los albores de la Transición, una sociedad en la que la mujer ocupaba una posición institucionalmente inferior y sus derechos individuales eran extremadamente limitados. En este contexto, y con la mirada puesta en los ejemplos feministas que se sucedieron en el extranjero durante los años sesenta, el feminismo español inició sus actividades en la década de los setenta. Su actividad fue variada, manifestándose en protestas públicas de carácter masivo y en la demanda de reivindicaciones concretas como la abolición de la penalización por adulterio, la legalización del aborto o la protección adecuada frente a la violencia masculina sistemática.

En paralelo, la prensa se erigió como testigo privilegiado de la nueva sociedad que comenzaba a instalarse. De hecho, debido a la variedad ideológica de las cabeceras que se publicaban a mediados de los setenta, a esta etapa se la ha llegado a denominar “parlamento de papel”, ya que funcionaba como un simulacro de la diversidad de ideas que debían reflejarse en la emergente sociedad democrática.

Por su parte, la fotografía de prensa o el fotoperiodismo vivió su propia revolución gracias a la renovación y a la aparición de nuevas cabeceras como *El País* o *Interviú*, que otorgaron una importancia mayor a la imagen, a la irrupción de una generación de fotoperiodistas conscientes de la relevancia de su trabajo y a la trascendencia social de los acontecimientos que tuvieron lugar durante la Transición española (1975-1982). Las imágenes de estos años se erigen hoy como testigos privilegiados de la memoria de un país y superan con creces el carácter meramente testimonial o subsidiario del texto que las voces más tradicionalistas han atribuido a la fotografía de prensa.

El caso de Pilar Aymerich es representativo de ello: fotoperiodista clave en los movimientos sociales de la Cataluña de la Transición, Premio Nacional de Fotografía en 2021, protagonista de exposiciones como *Memoria vivida* (2023) y con parte de su obra presente en la colección del Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía (MNCARS).

A partir de una metodología adaptada del método de análisis fotográfico propuesto por Marzal Felici (2007), se estudiarán de manera conjunta las 28 imágenes de Aymerich que forman parte de la colección del MNCARS, con el objetivo de mostrar los ejes representacionales que definen la obra artística de Pilar Aymerich tanto en términos formales como temáticos y de contrastarlos con los estudios de género para comprobar así la capacidad reivindicativa de sus fotografías. De forma secundaria, se dialogará acerca de la fotografía como arte y del papel del espacio de difusión —y de sus elementos contextuales— como moldeador determinante en el discurso fotográfico y, por extensión, de la memoria colectiva de un territorio.

La investigación invita a considerar a Aymerich como una fotógrafa comprometida tanto con las potencialidades del acto fotográfico como con el papel primordial de la mujer en los albores de la democracia española. Asimismo, su ética profesional y feminista han hecho que las instantáneas de su colección sirvan hoy como activadoras de memoria y como símbolos del sentir de una época.

## "Beyond the smooth surface of the image": visual social semiotics as a systematic methodological approach to unveil gender discourses and ideologies

Silvana Mota-Ribeiro

*Department of Communication Sciences, University of Minho*

It is well known to the Communication Sciences community the crucial importance of visualities to understand communication processes. The "image" is seen as the Holy Graal of media and human communication. Nonetheless, it is also clear that the interest image and visual culture have gathered within amongst scholars has not been significantly reflected in a consistent emergence of systematic and methodologically sustained visual studies. Unlike the verbal, at least in comparison to it, the image has not been adequately explored in this field of knowledge. In terms of gender discourses, most scholars have used texts (spoken or written) to address these issues.

This communication aims at exploring and explaining a specific methodological and critical approach to communication artifacts. Based on Kress and van Leeuwen's work on visual social semiotics (2016) and multimodality (2001), a "Feminist visual social semiotics" (Mota-Ribeiro, 2010) is put forward. The objective is to enlighten why and how this theoretical critical approach and its methodology can be applied step by step to explore the workings of gender ideology. As a form of CDA, Social Semiotics is concerned with "the issues of power and the ideological function of images, that is, that images do not reflect "reality" but construct it" (Jewitt, 1996: 7), so it can actually address the role of specific visual choices in the expression and construction of discourses and ideologies. Discourses inform practices, and the more we make the existing discourses evident, the greater the consciousness of how gender practices work and how they can be disputed – the issue of resistance (Hollway, 1984).

Although scholars of CDA have successfully explore discourse articulations and ideological configurations (Crawford, 1995; van Zoonen, 1994; Weatherall, 2002; Wodak, 1997), they do not fully explore how particular visual resources express and construct those discourses and ideologies (Mota-Ribeiro, 2008; Pinto-Coelho & Mota-Ribeiro, 2007).

Visual resources need an approach that treats images as images, by highlighting particular operational features of visual grammar. This reflects visual social semiotics, as it is based on the three meaning dimensions and the visual resources /parameters of each. It is a holistic, triple meaning-making process – a Western grammar of visual design. The Representational dimension consists of visual structures, patterns of representation that can realise ways of representing the world. The Interactive dimension accounts for visual structures that constitute patterns of interaction; what we can do with each other or for each other with visual communication; and relations between producers and viewers. The Compositional dimension deals with visual structures that articulate patterns of representation and patterns of interaction into a coherent visual text.

A grid with all the parameters of the three dimension (Mota-Ribeiro, 2010) can be applied to a number of images, in a chart where this fine grain analysis can be annotated. Resources can then be overall described either horizontally, that is parameter to parameter (each visual dimension and resources were discussed in terms of what features / themes and how are constructed, with illustration in specific images) and vertically, i.e. image by image (the articulation of the resources in each image provided the meanings to unveil discourses used in and communicated in the images). This allows us to explain how and why, in multimodal texts, images visually work to realise, "articulate and disseminate gender discourses" (Kress & van Leeuwen, 2006: 14), what types of positioning they imply and what ideological positions they presuppose. It is, then possible to expose the contradictions of how diverse discourses are realised by the visual resources, in an attempt to unveil and understand the underlying constellations of discourse and gender (ideologies) that still prevail.



## Citation Inequalities of Brazilian Feminist Women Authors in intersectional studies between Communication Sciences, Women's Studies and Feminist Studies in Portugal: Analyzing the Marginalization of Global South Perspectives

Hadassa Oliveira

*Laboratory of Applied Research in Communication and Media - LIACOM, School of Communication and Media Studies - Polytechnic Institute of Lisbon - ESCS - IPL, Portugal*

This communication explores the citation gap in intersectional studies between Communication Sciences and Feminist Studies in Portugal concerning the underrepresentation of Brazilian women authors, highlighting the marginalization of Global South perspectives. Through a qualitative Content Analysis of articles published by Portuguese researchers, in a non-exhaustive manner, and by non-probabilistic sampling, the study reveals a pattern of implicit discrimination, observing platforms of articles from scientific journals published nationally in Portugal, where contributions from Brazilian women are systematically overlooked. This issue not only reflects a gender-based barrier but also a knowledge hierarchy that privileges authors from the Global North, showing a gap that still continuing focus on Anglo-Saxon perspectives for feminist analyses in the country and limiting the scope of the discipline. The lack of genuine interest in broadening perspectives and incorporating voices from the Global South, particularly from European women researchers, hampers epistemological renewal and innovation in knowledge production. By exposing these inequalities, the study argues that sciences in Portugal must reassess their citation practices and the inclusion of diverse theoretical perspectives to foster a more inclusive and equitable academic environment. The paper concludes with policy recommendations aimed at addressing this bias, including the recognition of Global South women authors and the diversification of bibliographic sources in academic programs and research. The proposal of the study is not only to show a reality in this sense, but also to invite feminist authors and researchers in the country to learn about new feminist perspectives from the Global South and interact their studies with this, offering an Intersectional Decoloniality Lens for associative studies in Communication Sciences and Feminist Studies and contributing to gender equality in the country.



## Representación de la mujer en la promoción de su inclusión en el sector TIC y tecnológico: Análisis de los mensajes digitales de la campaña institucional PorTICMujer del gobierno colombiano (2018-2022)

Sara Lucia Ossa-Rubio  
*Universitat Autònoma de Barcelona*

En Colombia, la desigualdad social y de género sigue siendo un desafío estructural profundamente arraigado. El país ocupa el segundo lugar en inequidad en Latinoamérica y se encuentra entre los más desiguales del mundo. Esta brecha se manifiesta especialmente en la vida de las mujeres, quienes enfrentan altos índices de violencia de género: aproximadamente 4 de cada 10 mujeres han experimentado violencia física en algún momento de su vida. A esto se suma la carga desproporcionada de labores domésticas y de cuidado, donde las mujeres destinan en promedio 8 horas diarias, frente a solo 3 horas de los hombres. Esta desigualdad limita el acceso de las mujeres a oportunidades de desarrollo personal y profesional. Ante este panorama, el gobierno de Colombia entre 2018 y 2022, bajo la presidencia de Iván Duque y con Marta Lucía Ramírez como la primera vicepresidenta en la historia del país, impulsaron iniciativas para reducir la desigualdad de género. Una de sus campañas representativas fue PorTICMujer, orientada a promover la participación femenina en las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) y en áreas tecnológicas —sectores caracterizados por alta demanda laboral y mejores condiciones salariales— mediante cursos y talleres.

En este marco, la presente investigación se centra en el análisis de los mensajes difundidos por la campaña PorTICMujer en redes sociales (Facebook, X e Instagram) y en la sección de noticias de su sitio web oficial, durante el gobierno de Iván Duque y Marta Lucía Ramírez. Desde una perspectiva feminista, se examina cómo se representa a la mujer en el sector digital y de las TIC en Colombia, así como la coherencia de dicha representación con los lineamientos políticos del gobierno y su alineación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), particularmente el ODS 5 sobre igualdad de género. Para tal fin, se realiza un análisis detallado de los ejes políticos del gobierno y de los contenidos difundidos en las plataformas digitales de la campaña, incluyendo publicaciones textuales y visuales (imágenes y videos). Estas representaciones se tratan no como elementos decorativos, sino como construcciones simbólicas que configuran sentidos y participan activamente en la producción de discursos.

La estrategia metodológica implementada combina la etnografía virtual con el análisis de contenido y el análisis visual, permitiendo una aproximación comprensiva a los discursos mediáticos de la campaña y de los ejes políticos de gobierno. De este modo, la investigación busca estudiar en qué medida los mensajes analizados articulan propuestas orientadas a la equidad de género y problematizan la desigualdad estructural en el contexto colombiano. Además, se examina si reproducen o cuestionan estereotipos de género y cuál es su potencial contribución al empoderamiento de las mujeres dentro de la estrategia comunicativa institucional. En este sentido, se estudia también cómo la campaña contribuye a enfrentar la desigualdad de género o si, pese a sus buenas intenciones, evita tratar cuestiones estructurales más profundas, como la sobrecarga del trabajo doméstico, el reconocimiento de la violencia o las condiciones laborales injustas.

Finalmente, si bien esta investigación se centra en una campaña en el contexto colombiano, sus hallazgos pueden extenderse a campañas similares en otros países. El análisis permite comprender cómo se articulan y comunican ciertas propuestas sobre equidad de género a través de iniciativas tecnológicas, así como identificar los aspectos que se privilegian o se omiten. Esto abre la posibilidad de reflexionar críticamente sobre los discursos institucionales en diversos contextos sociopolíticos y culturales, y sobre su capacidad real para cuestionar o reproducir estructuras de desigualdad desde el ámbito digital y tecnológico.

## Relatos de resiliencia de mujeres palestinas: comunicación situada e investigación-acción de la cooperación universitaria en tiempos de COVID-19

Ruth de Frutos García  
*Universidad de Málaga*

Javier Díaz Muriana  
*Universidad de Granada*

Inmaculada Postigo Gómez  
*Universidad de Málaga*

Esta comunicación se enmarca en el proyecto Los derechos humanos de las mujeres palestinas: relatos de resiliencia en tiempos de COVID-19, financiado por la AACID y coordinado por la profesora de la Universidad de Málaga Inmaculada Postigo Gómez. A través de una metodología basada en la investigación-acción y entrevistas en profundidad, se exploran las experiencias de doce mujeres palestinas tras la pandemia, visibilizando las múltiples formas de violencia estructural y de género derivadas de la ocupación israelí y de las dinámicas patriarcales internas.

Desde una perspectiva feminista y de comunicación situada (Haraway, 1999), el proyecto emplea herramientas de comunicación comprometidas para generar relatos que no solo informan, sino que transforman y articulan resistencias. Esta propuesta metodológica apuesta por una epistemología crítica, interseccional y descolonizadora que sitúa el conocimiento en diálogo con el Sur Global, desafiando los enfoques hegemónicos y eurocéntricos en los estudios de comunicación.

Los resultados de este proyecto se difundieron en un seminario internacional (octubre de 2024), una exposición itinerante (2024–2025) y la producción de un documental en curso. En conclusión, la comunicación reflexiona sobre el poder del relato como herramienta política y metodológica, y propone la investigación en cooperación internacional de la Universidad de Málaga a través de este proyecto como vía para construir una investigación comunicativa comprometida con la justicia social, los derechos humanos y la descolonización del conocimiento.

## Periodismo y Cooperación Internacional: Un Análisis Crítico de la Perspectiva de Género en los medios locales de la Comunitat Valenciana

José Manuel Moreno Domínguez  
*Universidad de Sevilla*

Belén Zurbano Berenguer  
*Universidad de Sevilla*

Desde una perspectiva crítica de la comunicación, este trabajo explora la presencia y ausencia del enfoque de género en la información periodística sobre la Cooperación Internacional para el Desarrollo (CID). Partimos de que la CID ha incorporado en los últimos años un enfoque feminista y descolonizador en sus prácticas, procesos y objetivos.

Este estudio persigue dos objetivos clave: primero, diagnosticar la integración del enfoque de género en las informaciones sobre CID; y segundo, comprender las variables que inciden en la configuración de los flujos informativos actuales. Así, no solo analizamos si la cobertura informativa se ha hecho eco de esta transformación significativa de la cooperación, sino que también buscamos desentrañar qué factores configuran esta representación.

Para ello, se ha diseñado un estudio de caso centrado en la cobertura periodística que hicieron los principales medios locales de la Comunitat Valenciana sobre cuestiones de cooperación internacional y justicia global durante un periodo de 4 meses. Además de realizar un análisis de contenido y del discurso de estas informaciones, el trabajo incorpora las entrevistas en profundidad semiestructuradas tanto a periodistas como a responsables de comunicación de ONGD de la región, como un grupo focal para discutir sobre las principales conclusiones extraídas del estudio.

Los resultados principales indican que solo un tercio de las informaciones sobre CID hace referencia a cuestiones de género. Esta limitación se atribuye fundamentalmente a la persistencia de una visión asistencialista y estereotipada de la cooperación, a la falta de relevancia periodística que se le atribuye a las secciones y cuestiones que abordan estos temas y a la ausencia de formación especializada en las redacciones. Como conclusiones y retos de futuro, se subraya la necesidad apremiante de formaciones especializadas en las redacciones y el debate sobre un consenso de mínimos acerca de los enfoques informativos que deberían conciliar el interés y la realidad de los medios locales, las agendas de las organizaciones no gubernamentales y la importancia de visibilizar nuevas formas de entender la cooperación que necesariamente incorporen una mirada feminista.

## Análisis computacional del pódcast desde una perspectiva de género: propuesta metodológica y fundamentos teóricos

Maria-Inmaculada Montes-Rodríguez  
*Universidad de Málaga*

La consolidación de la industria del podcasting, acompañada de la plataformización y la formalización de una cultura profesional en torno a este medio, ha disparado el interés y la eclosión de contenidos conducidos por mujeres, ya que permite amplificar su voz y abordar temáticas o enfoques relegados a un segundo plano en los medios de comunicación tradicionales.

En el estudio de pódcast, especialmente aquellos conducidos por mujeres, han predominado los métodos cualitativos basados en técnicas como el análisis de discurso y las entrevistas (Guerrero-Navarro et al., 2020; Montes-Rodríguez, 2023). En contraposición, esta comunicación propone una aproximación metodológica que combina técnicas computacionales con una perspectiva teórica crítica feminista.

El análisis cuantitativo de contenido automatizado de pódcast conducidos por mujeres, en el que se emplean técnicas de minería de texto como el análisis de frecuencia de palabras, permite visibilizar sesgos y detectar patrones. Los datos obtenidos con estas técnicas, interpretados desde un enfoque teórico con perspectiva de género, permiten evaluar hasta qué punto los pódcast conducidos por mujeres están ligados o no a estereotipos y en qué medida este formato constituye un espacio disruptivo de la hegemonía patriarcal predominante en los medios de comunicación tradicionales.

## Autoimagen, deseo y vigilancia: cinco casos de autosexualización en redes sociales desde una perspectiva feminista crítica

Sara Esposito  
*Universidad de Málaga*

Esta investigación doctoral se inscribe en un marco teórico interdisciplinar que combina estudios de género, teoría crítica de la comunicación y antropología digital para analizar cómo las redes sociales —principalmente Instagram y TikTok— actúan como plataformas de (auto)representación, validación y control simbólico del cuerpo femenino. En particular, se explora el fenómeno de la autosexualización como práctica ambivalente: por un lado, posibilita la agencia expresiva de algunas mujeres jóvenes; por otro, reproduce mecanismos de cosificación y vigilancia anclados en estructuras patriarcales, capitalistas y tecnológicas.

A través de una etnografía digital crítica y situada, la investigación examina cómo la exposición visual del cuerpo en entornos digitales activa tanto discursos de empoderamiento como reacciones misóginas. El análisis se centra en cinco influencers españolas que se representan en redes de forma abiertamente sensual, desafiando los estereotipos ligados a sus contextos profesionales, clase o códigos culturales. Estas figuras permiten estudiar los límites entre expresión libre y captura algorítmica, agencia y estigmatización, deseo y control.

Se aplicará un enfoque metodológico mixto: observación participativa digital, análisis de contenido semiótico-discursivo (imágenes, captions y comentarios) y entrevistas cualitativas en profundidad. La investigación también se apoyará en herramientas como Atlas.ti para la codificación abierta de categorías vinculadas al placer, el estigma, la mirada ajena y la performatividad corporal. Desde una perspectiva crítica, se discutirá la función política del slut shaming, la cosificación algorítmica y la posible existencia de formas de reapropiación simbólica del deseo.

Las preguntas de investigación que guían el estudio son:

- ¿Cómo representan estas mujeres sus cuerpos y su sexualidad en plataformas digitales?
- ¿Qué tensiones simbólicas se generan entre deseo, empoderamiento y vigilancia?
- ¿De qué manera las redes sociales contribuyen a reforzar o erosionar las formas tradicionales de control sobre el cuerpo femenino?

Entre los objetivos se encuentra visibilizar el papel de las redes sociales en la reproducción de desigualdades de género, así como aportar claves interpretativas para una pedagogía del placer no moralizante, que considere la pluralidad de experiencias y subjetividades. Esta propuesta busca contribuir a una investigación comunicativa comprometida con la igualdad, superando enfoques meramente descriptivos para ofrecer una mirada situada, crítica y feminista.

Asimismo, se espera que esta comunicación contribuya activamente a los objetivos del congreso al proponer un enfoque analítico que tensiona las categorías tradicionales desde la intersección entre plataformas digitales, corporalidad y poder. A partir del análisis de casos concretos, la investigación ofrece herramientas conceptuales para pensar la agencia, el deseo y la performatividad más allá del marco binario entre empoderamiento y sumisión. Desde una perspectiva comprometida, crítica y situada, la propuesta busca dialogar con otras investigaciones afines y fomentar una reflexión colectiva sobre los desafíos metodológicos y políticos de investigar el género en contextos digitales contemporáneos.

## El Observatorio de Igualdad de RTVE: logros y desafíos en los contenidos

Carmen María Navarro López  
*Universidad Complutense de Madrid*

Miriam Salinas Guirao  
*Universidad de Murcia*

El Observatorio de Igualdad de la Corporación de Radiotelevisión Española (CRTVE) es un organismo de control interno que lleva en funcionamiento desde enero de 2018. La máxima de este observatorio es conseguir que la CRTVE sea un referente en la defensa de la igualdad entre mujeres y hombres. Para ello, no solo vela por el cumplimiento de los compromisos legales del medio en materia de igualdad, sino que también trata de garantizar el respeto hacia la igualdad entre mujeres y hombres en los contenidos de RTVE.

Su constitución forma parte de las medidas implementadas tras el Pacto de Estado contra la violencia de género de 2017 y su labor está reconocida en la Estrategia Estatal contra las Violencias Machistas 2022-2025. Desde 2022 cuenta, además, con una vocalía en el Observatorio Estatal de Violencia sobre la Mujer. En el ámbito comunicacional se trata, por tanto, de un organismo de referencia en materia de igualdad.

En 2022, cuatro años después del inicio de su actividad, el Observatorio de Igualdad presentó su primer informe anual sobre el estado de la cuestión de la empresa. Más allá de las políticas de igualdad implementadas en la corporación, el documento recoge cuáles han sido las iniciativas desarrolladas dentro del área de contenidos, así como el informe de figuras de referencia como las Editoras de igualdad de RTVE o la Defensora de la audiencia.

El contenido de estos informes – de acceso abierto en la web del Observatorio de Igualdad de RTVE – es una fuente de información fundamental para conocer cómo ha sido la evolución de los contenidos de RTVE entre los años 2022, 2023 y 2024. Para este estudio se propone un análisis comparativo del apartado de contenidos incluido en cada memoria.

La investigación se apoya en el campo de los Estudios Culturales, entendiendo los medios de comunicación de masas como espacios públicos en los que se representan significados culturales que facilitan la búsqueda del consenso social. De forma más específica, y teniendo en cuenta el objeto de estudio y el uso de la perspectiva de género, con esta propuesta se busca ahondar, por un lado, en las iniciativas propuestas por el medio y, por otro, en el feedback recibido por parte de la audiencia.

Asimismo, con el fin de profundizar en la materia, se propone la realización de una entrevista en profundidad a Beatriz Aparicio, periodista y jefa de Unidad del Observatorio de Igualdad de RTVE. Su visión sobre la gestión diaria de este órgano, así como las conclusiones obtenidas del análisis realizado sobre los informes contribuirá a la realización de una radiografía de la sociedad española en la actualidad.

## Repensar los roles periodísticos desde las audiencias: una propuesta para renovar la agenda investigadora

María Luisa Humanes  
*Universidad Rey Juan Carlos*

El objetivo principal de esta comunicación es abordar desde la perspectiva de los roles periodísticos la investigación del consumo informativo de las audiencias del periodismo. En un ecosistema periodístico en el que la fidelización de las audiencias es vital para la supervivencia de los medios, conocer el modelo —o modelos— de periodismo que los ciudadanos esperan encontrar en los medios y en qué grado existe desajuste (o no) entre sus expectativas y la efectiva puesta en práctica de los roles es un reto para la agenda investigadora de los estudios de Periodismo.

Hasta el momento los trabajos que han estudiado las actitudes de la audiencia respecto a los roles periodísticos implementados por los medios han sido escasos. Este vacío convierte en necesario poner el foco en analizar las expectativas y percepciones que la audiencia tiene sobre el modelo —o modelos— de periodismo, y en qué grado existe desajuste (o no) entre sus expectativas y la performance de los roles periodísticos, es decir, sobre la efectiva puesta en práctica de los roles. Ello ayudaría a explicar fenómenos como los de la evitación de noticias, además de ofrecer conocimiento a las empresas de medios y sus profesionales para abordar la falta de confianza y credibilidad que les afecta.

En este sentido, Riedl y Eberl (2020) proponen la necesidad de una comprensión holística de los roles que incluya el punto de vista de las audiencias. Los escasos trabajos que han abordado las actitudes de la audiencia respecto a los roles periodísticos se han centrado en los siguientes tópicos:

1. Las expectativas de rol: qué esperan idealmente las audiencias de los medios periodísticos respecto a los roles que deberían cumplir.
2. La percepción de la performance de los roles: cómo perciben qué cumplen en la práctica los medios y los periodistas sus funciones.
3. Las brechas entre las expectativas de los roles por parte de los ciudadanos y las concepciones de los roles por parte de los periodistas: qué similitudes y diferencias hay entre audiencias y periodistas respecto la importancia otorga a los diferentes roles a nivel conceptual.
4. Los factores que explican las expectativas y percepción de los roles.

A partir de la revisión de la literatura se reflexionará sobre la necesidad de un giro en la agenda de investigación sobre roles periodísticos desde un abordaje centrado en los medios y sus profesionales hacia la inclusión de las expectativas de la audiencia. Además, también se reflexionará sobre los efectos que pudiera tener esta brecha entre los roles sostenidos y materializados por los medios periodísticos y sus profesionales y las expectativas de la audiencia sobre dichas funciones. Una tarea ineludible es relacionar este «conflicto» entre modelos periodísticos con la evitación intencional de noticias, entendiendo que ésta surge como una reacción al fracaso para satisfacer las expectativas de las audiencias sobre un «Periodismo valioso», retomando el concepto de Costera Meijer (2022). En este sentido, Skovsgaard y Andersen (2020) se refieren a dos tipos de causas de la evitación de noticias, intencionales y no intencionales. La evitación intencional se basa en el disgusto que algunos ciudadanos desarrollan hacia las noticias, debido a su percepción de que la cobertura de noticias es demasiado pesimista y afecta negativamente a su estado de ánimo, o al escepticismo o desconfianza hacia los medios informativos, o una sensación de sobrecarga de noticias. Pero además la brecha entre las expectativas y las percepciones de la performance de los roles se debe relacionar también con la confianza en los medios y cómo afecta al compromiso de la ciudadanía (civic engagement) y a la legitimidad del periodismo.



## TikTok como formato informativo. La adaptación al formato de vídeo corto de los contenidos informativos de tres cadenas de televisión públicas europeas de noticias 24 horas. Estudio comparativo de RTVE Noticias, BBC News y Franceinfo en el periodo 2023 y 2025.

Enric Saperas  
*Universidad Rey Juan Carlos*

En la era digital los medios de comunicación públicos se enfrentan a su (re)definición como entes de servicio público. Este proceso de volver a definir el servicio público se encuentra actualmente inmerso en un triple proceso de transformación: (1) reconsiderar las funciones de estas instituciones que promueven la cohesión social en las sociedades democráticas, (2) lograr atraer a un público joven que tiende a no consumir medios tradicionales, y (3) proponer y crear nuevos formatos de noticias y de contenidos informativos que integren la lógica de la plataformización y de las redes sociales basadas en crear y compartir vídeos cortos. En nuestro caso estudiamos la tercera modalidad de transformación: la evolución del formato informativo en televisión a la lógica de la plataforma mediante la creación de listas de reproducción de vídeos cortos. Presentamos los primeros resultados de un análisis de contenido de los videos cortos informativos de tres canales europeos de televisión pública de noticias 24 horas en la red social TikTok (datos de 31 de marzo 2025): RTVE Noticias (1.8 M de seguidores), BBC News (7.4 M de seguidores) y Franceinfo (1.5 M de seguidores). El estudio se ha realizado en los meses de marzo de 2023 y marzo de 2025 y está prevista una tercera fase en marzo de 2027. En esta comunicación presentamos un estudio comparativo de los resultados de las dos primeras fases de investigación en 2023 y 2025. La muestra está formada por 1.387 post informativos en Tiktok: 399 en 2023 (RTVE Noticias, 121; BBC News 232; Franceinfo 46) y 988 en 2025 (RTVE Noticias 270; BBC News 483; Franceinfo 236). Constatamos una tendencia al crecimiento sostenido de los posts informativos de las tres cadenas. En las tres televisiones públicas de noticias 24 horas se observan dos tendencias divergentes. RTVE Noticias ofrece casi exclusivamente vídeos cortos de una duración media no superior a 20 segundos que se adapta a la lógica de la plataforma. BBC News y en Franceinfo proponen un formato híbrido en el que conviven los géneros periodísticos televisivos con una duración similar a la televisión convencional (noticia, reportaje, entrevista y crónica, entre otros) y formatos de vídeo corto adaptados a la lógica de la plataforma (fragmentos breves de noticias, reportajes y entrevistas, noticias No comment, y post creados para su difusión en TikTok como el carrusel de fotografías o mediante piezas informativas que integran de forma significativa efectos de imagen o de diseño gráfico significativos.

En nuestra comunicación presentamos los resultados comparados de cuatro dimensiones de las siete dimensiones de nuestro estudio: (1) los elementos del formato de video corto que interactúan con los posts informativos (visualizaciones, me gusta, comentarios, hashtags), (2) la presencia de los géneros periodísticos informativos en televisión en los posts, (3) la duración de los post informativos en comparación con la duración de las piezas informativas en televisión, y (4) los temas dominantes y la localización de las noticias.

## Género y precariedad: efectos sobre la salud mental en las periodistas

Maria Iranzo Cabrera  
*Universitat de València*

Dolors Palau Sempio  
*Universitat de València*

Durante décadas, la salud mental ha sido un tema silenciado, estigmatizado y rodeado de tabúes (Dimitrov, Jelen & L'Etang, 2022; Markiewicz & Jungblut, 2023). La irrupción de la pandemia de la Covid-19 supuso un punto de inflexión, al colocar esta cuestión en el centro del debate público y revelar una crisis de salud mental de alcance global (OMS, 2022), cuyas consecuencias también se han hecho evidentes en el ejercicio del periodismo (Goswami, 2023).

En este contexto, esta comunicación analiza los factores que afectan a la salud mental de las periodistas en España, a partir de 15 entrevistas en profundidad con profesionales de diferentes comunidades autónomas, medios, roles y trayectorias, incluidas aquellas que han optado por abandonar la profesión. Diversos estudios (de Miguel Pascual, Parratt-Fernández & Berganza, 2019; Soriano, Cantón & Díez, 2011) han evidenciado que estas mujeres están expuestas a una doble presión: por un lado, a la precariedad estructural del sector y, por otro, a formas específicas de violencia simbólica y emocional que inciden directamente en su salud mental y en su permanencia en la profesión. Este enfoque metodológico, a partir de entrevistas semiestructuradas de 60-90 minutos de duración, permite, por tanto, comprender con mayor profundidad cómo se intersectan las condiciones laborales con las desigualdades de género en el ámbito periodístico.

Los resultados muestran que la inestabilidad laboral, la sobrecarga de tareas, la ausencia de horarios definidos y la falta de apoyo institucional son elementos clave que explican el incremento del malestar psicológico. Las entrevistadas atribuyen altos niveles de estrés y ansiedad al deterioro de las condiciones laborales, pero también a dinámicas de presión política o comercial y a la exposición constante en redes sociales (Ekdale et al., 2014; Eldridge II & Broersma, 2018; Bossio & Holton, 2021). La digitalización de las redacciones ha supuesto una intensificación de tareas y la necesidad de asumir competencias múltiples en entornos multiplataforma (Fernandes & de Mendonça Jorge, 2017; Carr, 2019), en un contexto marcado por la pérdida de ingresos tradicionales (Mitchell & Holcomb, 2016), la competencia de las plataformas tecnológicas (Gerandin, 2019; Fu, 2021), y la dificultad para consolidar modelos de negocio sostenibles (Olsen, 2021; Newman et al., 2024).

Pese a la evidencia del impacto emocional y las bajas por salud mental que mencionan las participantes, los resultados revelan una preocupante falta de reconocimiento institucional del problema y la ausencia de estrategias de prevención y cuidado dentro de las redacciones (APM, 2024).

## Producción de podcast feministas en la industria del audio en España

Paloma López Villafranca  
*Universidad de Málaga*

Teresa Piñeiro Otero  
*Universidade da Coruña*

En España, la producción de podcast en 2024 se distribuye de forma equilibrada entre plataformas, productoras y medios en partes iguales (aproximadamente el 33%) según el informe ¿Cómo suenan los podcasts? (Escuchad.es, 2025). De esta investigación se desprende que solo el 2% de los títulos analizados son de temática feminista.

El feminismo encuentra en el podcast las ventajas del ciberfeminismo como altavoz para denunciar situaciones y violencias que sufren las mujeres y el colectivo LGBTQ+ en la sociedad, sin sufrir censuras o tener que acomodarse a la agenda de los medios tradicionales. Sin embargo, las temáticas feministas, aunque se abren camino en la industria del audio, parecen encontrar su lugar en las producciones independientes y radios comunitarias frente a proyectos feministas que poco a poco se abren paso en la industria del audio español.

En esta comunicación presentamos los resultados relacionados con los podcast feministas de las principales plataformas, productoras y medios, que han sido objeto de análisis en el proyecto Estudio integral de la industria del audio digital en España: Agentes, contenidos, hábitos de consumo, perfiles profesionales y estrategias de alfabetización (Proyecto financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades) del que las autoras de esta ponencia forman parte.

En un análisis preliminar se aprecia un bajo porcentaje de producciones relacionadas con el feminismo en 2024 en la industria del audio en España, con predominio del género conversacional. Las plataformas de emisoras de radio públicas realizan un mayor porcentaje de podcast narrativos de no ficción feministas, que conducen mujeres y que abordan temáticas más profundas para abordar situaciones y/o problemáticas que no tienen cabida en otros podcast comerciales.

## Booktubers: aplicación de la perspectiva de género al análisis de contenido de la mediación literaria en redes sociales

María Gladys Mathieu  
*Universidad Rey Juan Carlos*

Gloria Gomez- Escalonilla  
*Universidad Rey Juan Carlos*

El presente trabajo pertenece al Proyecto "Cultural Scape. Cartografía de los modelos de mediación literaria en línea. Desafíos para el sistema mediático y oportunidades para la alfabetización cultural" que se está llevando a cabo en de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid.

Uno de los objetivos centrales apunta a dar cuenta de los cambios que la digitalización viene imponiendo a la modalidad tradicional en la recomendación de libros, que era un campo específico del periodismo cultural. Sin embargo, tal como ha sucedido en varios ámbitos del saber y la producción de conocimiento acreditado y especializado, el fenómeno de los influencers ha venido a instalar nuevos modos de mediación, dando lugar a los denominados bookinfluencers o creadores de contenido especializados en libros.

Consideramos pertinente presentar algunos resultados en este congreso, pues es el típico caso de estudio pensado con objetivos comunicacionales pero que requieren ser profundizados incluyendo variables de género y una lectura a la luz de las teorías feministas. Tras un análisis exploratorio realizado a 53 perfiles de cuentas bookinfluencers (de las tres redes sociales: Youtube, Instagram y TikTok) a los que se ha aplicado un doble análisis de contenido: de perfil y de publicaciones, se han detectado algunas tendencias que consideramos relevante abordar desde la perspectiva de género.

Algunos de los resultados más significativos es que, tal como establece la literatura sobre el uso de redes sociales por aparte de los/las jóvenes (Tomasena, 2021; Rovira Collado, Carratalá y Miras, 2024 o Virós-Martín, Jiménez-Morales y Montaña-Blasco, 2025) prima la actividad de las mujeres dentro de este nuevo campo. Si bien hay Bookinfluencers varones, la mayoría son jóvenes mujeres que tienen en torno a los 20 años y que reproducen un estereotipo instalado históricamente por los medios masivos de comunicación: responder a los cánones de belleza hegemónica, con signos evidentes de cuidados estético en su personalidad y en el entorno que presentan a la cámara, entre otros aspectos. Asimismo, en lo que respecta a los libros que promocionan, priman los libros de temática romántica, como por ejemplo "Jugando fuerte" de Liz Tomforde o "Alas de Sangre y Alas de Hierro" de Rebecca Yarro. Si bien es preciso relativizar, y dar cuenta de que también en ocasiones los chicos recomiendan libros románticos, ellos están más interesados en libros de misterio y ciencia ficción. Es decir, la recomendación de literatura que circula en redes sociales está comandada por jóvenes que han estado atravesadas por los discursos de reivindicación de derechos de las mujeres, pero al mismo tiempo generan propuestas estéticas que reproducen un modelo de mujer hegemónica.

En este sentido, exploramos la hipótesis sobre la generización en la actividad Bookinfluencers, buscando dar cuenta de los rasgos distintivos entre mujeres y varones, como así también sobre el lugar que ocupan las diversidades de género: en cuanto a red social en la que operan, tipo de libros que reseñan o a los estilos que utilizan. También se trata de conocer diferencias de género en cuanto a las métricas de interacción (likes, reenvíos, comentarios).

Atendiendo al contexto socio cultural que estamos atravesando no se puede soslayar un retorno a discursos contrarios a los feminismos y la reivindicación de los roles femeninos tradicionales. Asimismo, no es desconocida la capacidad de la literatura (como parte de la producción cultural) para construir y alimentar los imaginarios sociales. En este sentido, parafraseando el concepto micro-machismo pretendemos echar luz sobre los micro-retrocesos de género que operan en la vida cotidiana y que circulan –aparentemente– por fuera del discurso político.

## Vinculaciones entre los movimientos tradicionales de videoactivismo y cine colaborativo: evolución y actualidad

Lázaro Cruz García  
*Universidad de Murcia*

Virginia Villaplana Ruiz  
*Universidad de Murcia*

El videoactivismo está históricamente vinculado a los movimientos de cine colaborativo y cine comunitario, entendido este último como “aquel que involucra y promueve la apropiación de los procesos de producción y difusión por parte de la comunidad” (Dagron, 2014, p. 23). Videoactivismo y cine comunitario comparten como proceso democrático de soberanía audiovisual en muchas ocasiones objetivos y métodos. La llegada del videoactivismo 2.0, con objetivo político, alternativo, inmediato y además enmarcado ahora en el contexto de la cultura red, junto a las nuevas formas de cine comunitario adaptadas a la red, sostienen estas relaciones e incluso acercan aún más los procesos de democracia y participación.

Además de las coincidencias metodológicas del cine colaborativo y videoactivismo en la cultura red, estas convergen a su vez en muchas de sus luchas sociales emancipatorias. Es el caso de la defensa de los derechos humanos de las mujeres, una lucha histórica que ha ocupado un gran espacio en el videoactivismo pero también en el cine colaborativo. El movimiento feminista ha encontrado en estos espacios creativos una herramienta de lucha que se ha adaptado a sus lógicas de representación comunicativas:

“El rasgo colectivo y colaborativo en la expresión afectos, sentimientos y emociones y de la resignificación de los marcos interpretativos de la violencia por parte del activismo digital feminista (...) los convierte en fórmulas de excepción para visibilizar relatos en el que los movimientos sociales se identifican con discursos de justicia social vinculados a las imágenes que autoproducen sus luchas y reivindicaciones” (Villaplana Ruiz, 2020).

La evolución del cine colaborativo en la cultura red también se comprende como una experiencia paralela y compartida. Este desarrollo del videoactivismo es señalado por Askanius (2015) cuando explica la trayectoria de estos medios digital, desde la Revolución Portapak, la emergencia del video digital, hasta las plataformas red como puede ser YouTube (p. 55).

Esta relación entre movimientos activistas y de lucha social puede hacerse evidente a través del ejercicio de comparativa de casos que se presenta en esta investigación. Para ello, se han seleccionado cuatro casos que son enmarcados en diferentes periodos de cada movimiento. En primer lugar, se relaciona el caso del colectivo mexicano Cine mujer, como antecedente del concepto videoactivismo colaborativo; y el Taller de Cine Indígena en México (1985), con un enfoque cinematográfico comunitario. Ya en el siglo XXI, se compara el movimiento feminista activista de #Niunamenos; y el colectivo de cine comunitario Vivas y Grabando.

La comparativa entre los casos analizados muestra una evolución coherente del uso del audiovisual como herramienta de lucha social, desde formas tempranas de cine comunitario hasta estrategias de videoactivismo digital feminista. A lo largo del tiempo, estos procesos han sabido adaptarse a los contextos tecnológicos y políticos, manteniendo como constante una lógica de producción participativa y un fuerte compromiso con la transformación y la justicia social.

## El Bienestar Digital desde una Perspectiva de Género: Evidencias en la Población Adulta Europea de la Brecha Digital

Elena de Lara Gil  
*Universidad de Murcia*  
*Fundación Séneca*

El presente estudio, financiado por DIGWELLEU a través del programa European Union's Horizon 2020, analiza las brechas de género en torno al bienestar digital percibido por la población adulta europea. El bienestar digital se define como la "experiencia individual subjetiva de equilibrio óptimo entre los beneficios y los inconvenientes obtenidos de la conectividad móvil" (Vanden Abeele, 2021, p. 938). Dicha experiencia individual puede verse influida por el género, dado que las experiencias individuales en el uso de tecnologías digitales son inherentemente subjetivas y varían según el contexto y la identidad de quien las vive (Vanden Abeele, 2021). De esta forma, podemos percibir una brecha digital que adopta cierta perspectiva de género. Entendemos la brecha digital de género como una disparidad entre hombres y mujeres en el acceso, la utilización, el desempeño, la participación y la apropiación de tecnologías de la información y la comunicación.

Diversos estudios confirman la existencia de dicha brecha, exponiendo barreras clave que contribuyen a crearla. Así, la brecha digital de género se erige como resultado de la conjunción de una serie de factores socioculturales, educativos, económicos, demográficos y psicológicos. Además de dichas barreras, se perciben distinciones de uso entre géneros: por su lado, los hombres parecen emplear las tecnologías con objetivos cognitivos, mientras que las mujeres las emplean para comunicarse (Acilar y Sæbø, 2023; Gupta y Kiran, 2023). Sin embargo, esta diferencia de uso podría verse influenciada precisamente por las barreras anteriormente citadas, especialmente por los factores socioculturales y los estereotipos de género (Peláez-Sánchez, George Reyes y Glasserman-Morales, 2023).

Para evidenciar la brecha digital de género, en este trabajo se lleva a cabo una encuesta dirigida a un total de 3.279 personas europeas de 18 a 65 años, donde el 52,2% eran hombres y el 47,8% mujeres. Los resultados arrojan datos similares entre ambos géneros; sin embargo, la principal diferencia reside en la gratificación que cada uno obtiene de dicho uso. La Teoría de Usos y Gratificaciones, propuesta por Katz, Blumler y Gurevitch en 1974, sirve como marco interpretativo para comprender cómo y por qué las personas utilizan un medio de manera intencional para lograr ciertos beneficios, influyendo así en su bienestar digital.

Los resultados de la encuesta se presentan en tres bloques: el personal, el social y el laboral. A nivel personal, tanto hombres como mujeres ven la tecnología como una herramienta que facilita muchas tareas. Sin embargo, hay disparidades importantes en cómo estas herramientas afectan emocionalmente a cada uno. Las mujeres reportan sentirse más abrumadas por la cantidad de información que reciben, además de experimentar ansiedad cuando se desconectan y una sensación de impotencia al tratar de limitar su uso. En el aspecto social, aunque tanto hombres como mujeres usan las redes digitales de manera similar, los hombres parecen valorar ligeramente más estas plataformas como una forma de relacionarse, mostrando mayor confianza en el mundo digital. En el trabajo, los hombres en general ven la tecnología como una opción que les da mayor autonomía y la posibilidad de trabajar con horarios más flexibles. Por su lado, las mujeres sienten que la presión de estar siempre disponibles digitalmente es mayor, lo que a veces las lleva a trabajar fuera del horario laboral.

En conclusión y, aunque el uso tecnológico y la frecuencia del mismo parece equitativo entre géneros, las gratificaciones asociadas a dicha utilización evidencian discordancias significativas. De este modo, se evidencia la necesidad de continuar investigando para comprender en profundidad el problema y abordar políticas públicas inclusivas que permitan reducir estas desigualdades, asegurando que todas las personas puedan disfrutar equitativamente de los beneficios que ofrece la digitalización desde un conocimiento de las tecnologías equitativo.



## Hitos temporales en la estrategia de comunicación de la ultraderecha de Bolsonaro

Julia Gabriella Nogueira Munhoz  
*Universidade Federal de Mato Grosso - UFMT*

Pedro Pinto de Oliveira  
*Universidade Federal de Mato Grosso - UFMT*

Este trabajo es un análisis de la comunicación, con fundamentos teóricos y procedimientos metodológicos aplicados a la práctica de un estudio de caso. Presentamos un estudio sobre puntos de la estrategia de comunicación de la ultraderecha de Bolsonaro basados en la articulación de valores anclados en el pasado y que se activan en la interacción con sus públicos. Nuestra pregunta guía: ¿cómo la moral conservadora, que no permite el contrapunto de la moral reflexiva, configura esta relación temporal que determina una comunicación basada en el prejuicio contra el otro? Partimos del eje teórico de la idea relacional de comunicación de Vera França (2002), en sus instancias básicas del proceso comunicativo: el diálogo entre los sujetos, la materialidad simbólica y el contexto sociocultural. En nuestra problematización, aportamos las nociones de la filósofa Hannah Arendt (2007), de los prejuicios anclados en el pasado que anticipan los juicios de valor e imposibilitan una verdadera experiencia del presente con el juicio; las nociones de temporalidad del filósofo George Herbert Mead (2008), de la articulación entre «lo que habrá sido y lo que puede ser» actualizado por la acción creadora. La teoría crítica de los valores del filósofo John Dewey (1964) se aprovecha para nuestra reflexión sobre los choques entre la moral consuetudinaria y la moral reflexiva, y la tradición y la innovación. Con la filósofa Salomé Saqué (2024) y Geoffroy de Lagasnerie (2021) incorporamos ejemplos de aplicaciones prácticas de las estrategias comunicativas del populismo totalitario. Tratamos de construir un marco analítico de la relación entre temporalidad y acción comunicativa, con el objetivo de comprender y reflexionar sobre cómo esta tensión organiza y potencia la comunicación radical. Por otro lado, examinamos, en contrapunto, qué posibilidades de resistencia existen para la democracia en este contexto. Como procedimientos metodológicos, organizamos y seleccionamos nuestros datos empíricos con extractos de videos y textos de la ultraderecha bolsonarista en sus redes sociales, con énfasis en sus figuras públicas más destacadas: el líder de la ultraderecha brasileña, el expresidente Jair Bolsonaro, su hijo, el diputado federal Eduardo Bolsonaro (PL/SP), y el diputado federal e influencer Nicola Ferreira (PL/MG). Entre los resultados esperados, queremos revelar las marcas de temporalidad que desencadenan la estrategia comunicativa. Creemos que nuestro estudio puede contribuir a la discusión de cuestiones teóricas y metodológicas relevantes basadas en la temporalidad en el proceso de comunicación: a) la influencia de la memoria en la política y la identidad social; b) el papel del tiempo en la investigación de los efectos de la comunicación de figuras públicas de extrema derecha y c) los valores vinculados al tiempo en la cultura contemporánea.



## La comunicación rural como comunicación de minorías. Un estudio de caso en Castillo de Locubín

Luis Lopez Lainez  
*Universidad de Cádiz*

Lucía Benítez Eyzaguirre  
*Universidad de Cádiz*

Este trabajo propone una reflexión teórica y metodológica sobre la comunicación rural entendida como una forma de comunicación de minorías, partiendo de un estudio de caso en el municipio andaluz de Castillo de Locubín (Jaén). Frente a la tradicional exclusión mediática y política de los entornos rurales, se plantea que estos contextos y su cultura pueden y deben ser considerados como sujetos políticos a pesar de la vulneración de sus derechos en el campo de la comunicación.

El objetivo general es identificar las características que permiten considerar la comunicación del mundo rural como un modelo de comunicación de minorías. Para ello, se desarrollan tres objetivos específicos: (1) estudiar la desigualdad estructural que afecta a la comunicación rural en términos de acceso limitado y representación estereotipada en los medios hegemónicos, así como por la baja producción de contenidos propios; (2) reconocer lo rural como sujeto comunicativo, con agencia simbólica, cultural y política, pero que sufre de la violencia estructural de falta de reconocimiento institucional; y (3) mapear las prácticas y tecnologías adaptadas a contextos de baja conectividad, bajo flujo comunicativo y exclusión digital o económica.

Se adopta una metodología cualitativa de enfoque participativo con perspectiva de género que sitúa a las personas del entorno rural en el centro del análisis. Son ellas quienes, a través de talleres y entrevistas, identifican sus necesidades y estrategias comunicativas, y quienes autovaloran sus prácticas de comunicación en función de la desigualdad en el acceso a los medios y a la representación de lo rural y de sus habitantes, a la conectividad y a la digitalización y al desarrollo económico. De la misma forma, se espera obtener un diagnóstico de la agencia simbólica, cultural y ciudadana de lo rural.

El concepto de minoría comunicativa, aplicado al mundo rural, se formula aquí como una propuesta innovadora y necesaria. Aunque poco presente en la literatura académica, esta noción permite articular un campo de análisis que visibiliza a comunidades históricamente marginadas por los medios urbanos y nacionales. El enfoque converge con la teoría de la dependencia, la ecología de los medios —que analiza cómo los medios dominantes erosionan las formas tradicionales de comunicación y de cultura—, y los estudios sobre ciudadanía comunicativa, que denuncian la vulneración de los derechos expresivos y representativos de estas poblaciones. Se trata de promover una ciudadanía comunicativa plena y de reconocimiento político, que garantice el derecho de estas comunidades a expresarse, representarse y participar en igualdad de condiciones en el espacio público, más allá del acceso digital o de cobertura mediática. Este estudio, en definitiva, plantea que considerar lo rural como una minoría comunicativa permite integrar sus demandas dentro de los marcos de justicia social, diversidad y equidad comunicativa, abriendo así nuevas vías para la investigación comprometida y transformadora. Para ello, se busca la coherencia epistemológica en la Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social, los estudios críticos de comunicación y la teoría decolonial, al tiempo que se apoya en autores como Paulo Freire, Alfonso Gumucio o Luis Ramiro Beltrán.

## Los estudios queer en España: un ámbito de conocimiento emergente (2015- 2025)

Maria Jose Higuera Ruiz  
*Universidad de Málaga*

Santiago Lomas Martínez  
*Universidad de Salamanca*

Los Queer Studies surgen en el contexto estadounidense en los años 90 como el campo teórico que busca la superación del binarismo en las categorías de género y sexo predominantes en la sociedad. El término "queer", utilizado originariamente de forma despectiva para menospreciar a la comunidad LGTBIQ+, fue incorporado por la misma como acto de reivindicación de la diversidad. La aplicación de la teoría queer a los estudios en comunicación permite analizar la representación del colectivo en los medios, la recepción e interpretación de la audiencia, los efectos en la configuración del imaginario social, la influencia de los profesionales de la producción, la visibilidad de lo queer en la cultura (Sánchez-Soriano & García Jiménez, 2020). A diferencia del contexto anglosajón, en el ámbito hispanohablante la investigación queer en comunicación tradicionalmente ha sido escasa y limitada. Los académicos

especializados en el área coinciden especialmente en la necesidad de promover el análisis de audiencias e investigaciones que tengan impacto en las políticas públicas y en los derechos civiles de las minorías sexuales (García-Jiménez et al., 2021).

Por otra parte, en la última década se advierte un incremento en los trabajos fin de grado y tesis doctorales que abordan esta línea de investigación, el surgimiento de másteres oficiales en estudios queer, como el "Máster en Comunicación LGTBI+" de la Universidad Autónoma de Barcelona, y asociaciones de iniciativa privada, como el Observatorio de la Diversidad en los Medios Audiovisuales (ODA) (González-de-Garay Domínguez, 2023). Además, los encuentros académicos recientes en el "Congreso internacional de estudios interdisciplinarios LGTBIA+ y queer: MariCortes" y el "Congreso Internacional sobre Medios, Género y Sexualidades" también ponen de manifiesto una atención y compromiso creciente hacia los estudios queer en España.

Este trabajo tiene el objetivo de examinar la investigación queer en comunicación en España a través del análisis de los artículos científicos publicados en revistas españolas indexadas en esta área de investigación. Desde una metodología cuantitativa y cualitativa, por una parte, se cuantifica y clasifica la producción científica y, por otra, se interpretan y analizan de forma crítica los documentos, con el fin de determinar una panorámica de las diferentes perspectivas, metodologías, temáticas, debates y propuestas de los estudios analizados.

En primer lugar, se establecen los requisitos de los artículos que conformarán la muestra de análisis: documentos publicados en revistas españolas indexadas en el Scimago Journal Ranking en el área "Social Sciences" y en la categoría "Communication", entre 2015 y 2025, que cuenten con alguna de las siguientes palabras clave: "lgtb", "lgtbiq+", "lgbt", "lgbtiq+", "gay", "lesbiana", "queer", "homosexualidad", "bisexualidad", "trans".

A continuación se cuantifican y clasifican los textos atendiendo a los datos técnicos: fecha de publicación, universidad de la autoría, proyecto o financiación, cuartil de la revista donde está publicado; y a los datos de contenido: metodología (cuantitativa, cualitativa, mixta), herramientas/técnicas (análisis de contenido, análisis del discurso, análisis textual, entrevista, focus group, cuestionario), objeto de estudio (proceso de producción, medio de comunicación, audiencia), y líneas temáticas.

Los resultados serán presentados en tablas y gráficas que permitirán sintetizar los principales hallazgos. Asimismo, estas figuras serán examinadas e interpretadas, añadiendo ejemplos de documentos, estableciendo relaciones con el contexto académico anteriormente expuesto, y proponiendo nuevos focos y metas en la investigación queer en comunicación en España.

## Publicidad y personas mayores: un análisis de la construcción de roles y estereotipos de edad desde la intersección con géneros y orientación afectivo-sexual en los anuncios de televisión española

Elvira Antón Carrillo  
*Universitat Jaume I de Castellón*

Magdalena Mut Camacho  
*Universitat Jaume I de Castellón*

El foco de esta comunicación es la representación y construcción de las personas mayores en la publicidad de la televisión española, que analizamos desde la interseccionalidad entre edad e identidades de género y orientación afectivo-sexual. Este análisis tiene en cuenta el papel de la publicidad en la representación, construcción, distribución y normalización o naturalización de imaginarios sociales, y, en este caso de las ideas de vejez, envejecimiento y de las personas pertenecientes a este grupo etario.

Los estudios de la representación de las personas mayores en la publicidad vienen siendo escasos, como escasa es la presencia de este grupo etario en la publicidad ("la historia de un desencuentro" según Díaz Aledo (2012)). Estos estudios coinciden en que las personas mayores están infrarrepresentadas, infravaloradas y estereotipadas (Ramos Soler, 2012). Unas conclusiones que son también ciertas para otras formas de publicidad (Becerril-González (2011, 2017, 2018) sobre mayores y género en la revista IMSERSO; De rosa y Maestro (2012) en publicidad en revistas dominicales y otras). Los últimos trabajos muestran que su presencia aumenta ligeramente, aunque siguen siendo estereotipadas.

Más escasos son los estudios en la intersección con género, los que existen son, en su mayoría, sobre mujeres envejecientes; muy escasos en el caso de los hombres mayores e inexistentes en el caso de personas mayores integrantes del colectivo LGTBIQ+.

Presentamos aquí un análisis de contenido del corpus de spots emitidos en la televisión en abierto en España, por los dos grupos Mediaset: (Tele 5) y Atresmedia (Antena 3) durante el año 2023. Este análisis muestra la frecuencia con la que las personas mayores están presentes en la publicidad, en qué tipo de marcas o productos tienen mayor presencia; y el análisis desde el género, diferencias de edad, espacios y relaciones que las mujeres o los hombres envejecientes establecen con el género.

El trabajo profundiza en el tema a través de un análisis multimodal (Machin & Mayr 2012; Kress & Van Leeuwen 2021) de los discursos presentes en la publicidad sobre envejecimiento en general, y sobre la construcción de hombres, mujeres y miembros del colectivo LGTBIQ envejecientes. Este análisis desvelará la construcción de actitudes y opiniones sociales, a la vez que definen los valores, roles y estereotipos. El análisis desde la intersección con género, evita la homogeneización del grupo etario y muestra las diferencias esenciales en que se construyen.

El estudio muestra entre sus hallazgos un aumento de presencia de las personas mayores en la publicidad, aunque de las franjas de edad más jóvenes; una igual o ligeramente mayor presencia de hombres que de mujeres, y una gran ausencia de personas LGTBIQ+. Se mantienen algunos de los roles y estereotipos de décadas anteriores, pero otros han desaparecido, por ejemplo, aquellos que representaban a las personas desde un punto de vista de dependencia o tristeza, o recluidas en espacios domésticos, etc. Se mantienen algunos de los estereotipos de género hallados en otros, así como algunas diferencias en las formas de envejecer. En general, las personas mayores son vitales y sanas, muy activas y disfrutan de los placeres del ocio y el tiempo libre, resultado, entendemos del concepto promovido por la OMS a principios de siglo XXI conocido como "envejecimiento activo" "envejecimiento de éxito".

## ¿Cuál es la formación inicial de periodistas sobre el colectivo trans? Un análisis de contenido de las asignaturas del grado en Periodismo.

Benjamín-Cristian Santiago-Montiel  
*Universidad de Málaga*

**Introducción.** La imagen de las personas trans en el periodismo es clave para entender cómo se percibe este colectivo. El aumento de noticias sobre esta comunidad trae consigo la necesidad de analizar esas prácticas periodísticas. Asimismo, cada vez son más las voces críticas que demandan una representación adecuada en los medios de comunicación. La percepción externa del colectivo trans está condicionada con su representación en estos medios (Fernández-Figares, 2011), siendo necesario revisar los discursos relacionados con dicha comunidad en prensa. Resulta clave, por tanto, estudiar la formación que reciben los y las periodistas sobre las personas trans, concretamente en el grado en Periodismo. **Objetivos.** El principal objetivo de esta investigación es averiguar con qué frecuencia aparece en las guías docentes de Periodismo formación sobre el colectivo trans. **Metodología.** Con esta finalidad, se ha realizado un análisis de contenido de las guías docentes del grado en Periodismo en universidades públicas del territorio español. Los aspectos estudiados de los documentos han sido las competencias, los contenidos y la bibliografía; atendiendo en los mismos a las menciones a la comunidad trans. **Resultados.** Tras analizar las guías docentes de las asignaturas, la formación detectada en la materia resulta escasa, aunque repartida entre asignaturas tanto optativas como obligatorias. **Discusión.** La igualdad de género está cada vez más incorporada en la formación universitaria, demandándose una incorporación de esta transversal y en todo tipo de asignaturas (AQU Catalunya, 2019). Es necesario que esta perspectiva se extrapole también al colectivo LGTBIQA+, para estudiar así la formación impartida sobre el mismo. **Conclusiones.** La formación que se imparte en el grado en Periodismo es escasa, por lo que un número destacable de estudiantes no recibe formación sobre el colectivo trans, al menos en el marco de la titulación. Cabe extender la investigación para profundizar en las asignaturas que sí incorporan dicha formación y realizar propuestas en esta línea.

