

EDITORIAL

COMUNICACIÓN Y GÉNERO

VIEJOS PROBLEMAS, NUEVOS DESAFÍOS

LORENA ANTEZANA, Universidad de Chile, Santiago, Chile (lantezana@uchile.cl)

INGRID BACHMANN, Pontificia Universidad Católica de Chile, Santiago, Chile (ibachman@uc.cl)

La convocatoria realizada para el tema central de la actual edición de Cuadernos.info buscaba “expandir las fronteras del conocimiento sobre la comunicación y la perspectiva de género” para actualizar una discusión que, a pesar del tiempo, de las tecnologías disponibles, de la expansión de la globalización, y de los nuevos y viejos medios de comunicación existentes, sigue vigente. Así lo demostró el alto número de artículos recibidos para esta edición y los últimos acontecimientos de impacto mundial relacionados con el tema, como las elecciones de 2016 en Estados Unidos con una candidata mujer, la violación y asesinato de Lucía Pérez en Argentina y las multitudinarias marchas realizadas en distintas ciudades repudiando el hecho y pidiendo justicia.

Nos planteamos como desafío reconocer un amplio espectro de fenómenos, temas, enfoques y métodos vinculados al género, entendido no como un simple atributo individual, sino como un sistema de clasificación que dicta cómo deben comportarse hombres y mujeres. Se trata de una construcción sociocultural en cuya naturalización y difusión es clave el mundo de las comunicaciones.

Este número recoge, precisamente, la intersección entre la comunicación y las perspectivas de género. A partir de diferen-

tes miradas teóricas, epistemológicas y prácticas, los trabajos aquí incluidos exploran las influencias políticas, sociales y culturales que moldean nuestras nociones de género.

Para comenzar, en un enfoque sobre contenido difundido en las redes sociales, Piñeiro-Otero y Martínez-Rolán exploran el uso de memes para el activismo feminista digital. A partir del estudio de caso de #ViajoSola, referido al asesinato de dos jóvenes argentinas de vacaciones en Ecuador, los investigadores analizan cómo se consolidó una movilización transnacional en protesta contra la violencia hacia las mujeres.

Por su parte, el trabajo de Masanet mide el consumo mediático de adolescentes españoles e identifica una serie de brechas de género en el tipo de contenidos a los que acceden habitualmente. También desde la mediatización, pero con un foco de estudio muy distinto, la investigación de Mateos-Pérez y Ochoa explora la comunicación de estereotipos en la ficción televisiva chilena.

Otros dos artículos abordan las diferencias de género en un contexto político. Mientras que Baeza analiza el uso de las redes sociales en las campañas de candidatas al congreso, Rodelo estudia la cobertura preferencial dada a los candida-

tos hombres, en desmedro de las mujeres, en el contexto de elecciones locales en México.

Desde otra mirada, Arias y Amaral ofrecen un ensayo sobre el desarrollo de la prensa homoerótica como expresión de un discurso histórico en evolución en Brasil. Finalmente, Montes y Roca entrevistan a directoras creativas publicitarias en España para explorar el liderazgo femenino en la publicidad y su rol en una industria tradicionalmente masculina.

La suma de todas estas investigaciones permite visibilizar las distintas aristas que es necesario reconocer, intervenir y mejorar para modificar el tipo de relaciones construidas al alero del patriarcado, los modelos hegemónicos de ser hombre y ser mujer y las alternativas a ellos que existen, para ir avanzando hacia la equidad de género.

Adicionalmente, en este número de Cuadernos.info se presentan ocho trabajos que dan cuenta del estado de la investigación en comunicaciones en Iberoamérica en otros ámbitos diferentes al de género. El uso de nuevos medios está presente en el estudio de Muñiz et al. que analiza el rol de Facebook en lo que los autores denominan como “compromiso político 2.0” y en el de López-Meri, que se

centra en el potencial rol de gatekeeper de los usuarios de Twitter. Desde la península ibérica, López-García, Negreira-Rey y Rodríguez-Vázquez exploran las iniciativas de cibermedios hiperlocales en Portugal y España, mientras que, desde una perspectiva comparada entre Chile y Francia, Bernardo Amigo y sus colegas analizan la representación de estereotipos étnicos en la televisión de esos países. Los artículos seleccionados dan cuenta además del análisis de estrategias publicitarias en los cartoons (Amorós y Comesaña), del estudio la presencia de la voz de la comunidad brasileña en los medios a raíz de los Juegos Olímpicos de Río 2016 (Sebastião y Lemos), de una propuesta metodológica para analizar ficción (Rodríguez Marcos), y de un análisis crítico (desde la perspectiva de Estudios Culturales) sobre el carácter ideológico de los medios en la discusión pública sobre la educación en Chile (Cabalín y Antezana).

Consideramos que esta selección representa una pluralidad de temáticas, de perspectivas teóricas y de países que sintetiza el amplio espectro y las potencialidades de los estudios en comunicación en esta parte del mundo, por lo que dejamos abierta la invitación a leerlos y compartirlos.