



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5, 6 Y 7 DE MARZO DE 2012

Libro de Actas del I Congreso Internacional de Comunicación y Género

VOLUMEN I

Universidad de Sevilla
Facultad de Comunicación
5, 6 y 7 de marzo de 2012

Editan:

Juan Carlos Suárez Villegas (director)

Irene Liberia Vayá (comité organizador)

Belén Zurbano Berenguer (comité organizador)



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

Editorial Mad S.L.
ISBN 978-84-676-79564
Sevilla 2012



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

ÍNDICE

PRÓLOGO	15
---------	----

CAPÍTULO I: La construcción y comunicación de las identidades de género a través de la literatura, la filosofía, la historia, la religión y la mitología.	21
---	----

DISCURSOS DE GÉNERO EN LA MÚSICA VASCA DE PRINCIPIO DEL SIGLO XXI. ¿SIGUEN VIGENTES LOS MODELOS NORMATIVOS DE LA MUJER BELLA, EL HOMBRE FUERTE, LAS RELACIONES HETEROCENTRADAS Y EL AMOR ROMÁNTICO? Amaia Álvarez Uria.

PODER, CONTROL Y DISCURSO. UNA APROXIMACIÓN FEMINISTA A LOS LIBROS DE TEXTO DE HISTORIA DE MÉXICO. Juana Viridiana Becerril Fernández.

EL TOQUE FEMENINO EN LA LITERATURA DE CORDEL. ANÁLISIS DEL PAPEL DE LAS MUJERES Y DE LAS REPRESENTACIONES SOBRE ELLAS EN LA PRENSA POPULAR ESPAÑOLA DE LOS SIGLOS XVIII Y XIX. Inmaculada Casas Delgado y Juan Pedro Masdemont Romero.

VINCULACIÓN DEL GÉNERO EN LA PROFESIÓN DE ENFERMERÍA. Inmaculada Corral Liria, Gema Cid Expósito y Amaya Núñez Álvarez.

LA CONSOLIDACIÓN DE LOS ROLES DE GÉNERO A TRAVÉS DE LOS CUENTOS INFANTILES. Ana María De Haro Fernández.

TRANSGÉNERO, COMUNICACION Y ÉTICA RADICAL DE LA PERSONA A PARTIR DE *ORLANDO*, DE V. WOOLF. Alicia María De Mingo Rodríguez.

TRAS LOS PASOS DE CONCHA ESPINA. ESCRITORAS Y PERIODISTAS EN LA SOMBRA: EL CASO DE FÉLIX DE BULNES. Mari Paz Díaz Domínguez.

LAS CARNALIDADES DEL FRÍO: EXPLORACIÓN POÉTICA DE LA OBRA DE M^a ÁNGELES PÉREZ LÓPEZ. Celia García López.



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5, 6 Y 7 DE MARZO DE 2012

VIOLENCIA DE GÉNERO EN EL TEATRO DE AUTORÍA MASCULINA. PROYECTO DE REPERTORIO ESCÉNICO EN LENGUA ESPAÑOLA (SIGLOS XX Y XXI). Raquel García-Pascual.

LA CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD DE GÉNERO, DE LA MISOGINIA HISTÓRICA A LAS NUEVAS PERSPECTIVAS PSICOLÓGICAS DE ANÁLISIS. Ana Guil Bozal y Miguel Jesús Bascón Díaz.

LA MUJER REPRESALIADA Y EL HOMOSEXUAL TORTURADO DURANTE LA GUERRA CIVIL Y LA POSGUERRA ESPAÑOLA. EL CASO DE HUELVA. Jezabel Martínez Fábregas y Belén Zurbano Berenguer.

GÉNERO, HUMOR Y ESCRITURA; O DE CÓMO SE CONSTRUYE LA SONRISA INTELIGENTE. Consuelo Patricia Martínez Lozano.

SUPERANDO BARRERAS A BASE DE INGENIO. Juan Núñez Valdés y María Luisa Rodríguez Arévalo.

A PRODUÇÃO DE OBRAS DE AUTORIA FEMININA NO PERÍODO COLONIAL BRASILEIRO: IMPLICAÇÕES HISTÓRICAS, CONSTRUÇÃO DE IDENTIDADES E CONTRIBUIÇÕES LITERÁRIAS. Edilene Ribeiro Batista.

DIADORIM, MARIA MOURA E MONJA ALFÉREZ: FACES DIFERENCIADAS DO MITO DA DONZELA GUERREIRA. Edilene Ribeiro Batista.

LA CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD DESDE SU DECONSTRUCCIÓN ORIGINARIA: HEIDEGGER Y EL HUMANISMO. María Rodríguez García.

BIBLIOTECARIAS IMAGINARIAS: CONSTRUCCIÓN DE UN MODELO SUBJETIVO. APROXIMACIÓN TEÓRICA. Alba Rodríguez Toajas.

DOMINACIÓN, RACIONALIDAD Y GÉNERO. UNA PERSPECTIVA POSTESTRUCTURALISTA. Sonia Saz Mas.

LA TRANSMISIÓN DE IDEAS A LO LARGO DE LA HISTORIA: EL DISCURSO MISÓGINO DEL SISTEMA PATRIARCAL. María José Soriano Arjona.

AMOR Y VIOLENCIA EN EL ESPACIO AFECTIVO. María Victoria Toajas Roger.



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

LA SINCERIDAD POÉTICA DE LA COMTESSA DE DIA. Antonia Víñez Sánchez.

CAPÍTULO II: El marco legislativo internacional, nacional o local en materia de igualdad de género y su aplicación a las políticas de comunicación social.	383
---	------------

LA VIOLENCIA DE GÉNERO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN. ANÁLISIS DE CÓMO SE TRANSMITEN LAS NOTICIAS SOBRE LA VIOLENCIA DE GÉNERO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN. Olga Burgos García.

ESTEREOTIPOS EN LA RADIO SEGÚN EL HORARIO DE EMISIÓN Y LOS CONTENIDOS RADIOFÓNICOS. María Teresa Cuadros Palomares.

ESTADO DEL ARTE PARA LA CONSTRUCCIÓN DE INDICADORES DE GÉNERO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN. Ruth Ainhoa De Frutos García.

TRATAMIENTO DE LA LEY PARA LA IGUALDAD EFECTIVA DE MUJERES Y HOMBRES EN PRENSA ESCRITA: EFECTOS DEL FRAMING. Garbiñe Ortiz Anzola, Mainer Larrañaga Egilegor y Jose F. Valencia Garate.

LA CONCILIACION DE LA VIDA FAMILIAR Y LABORAL EN EL PERIODISMO. Laura Vilanova Pelluch.

CAPÍTULO III: La mujer en la vida social, política y económica y su representación en los <i>media</i>.	472
--	------------

CONVERSACIONES CON PROFESIONALES SOBRE LA VIOLENCIA DE GÉNERO EN ESPAÑA. Pablo José Abascal Monedero y Concepción Nieto Morales.

MODELOS DE MUJER EN LA DÉCADA DEL NOVENTA EN ARGENTINA. DISCURSOS Y MARCAS SOCIALES DE SU PRODUCCIÓN. Mariana Zoe Arcanio.

TRATAMIENTO DE GÉNERO EN LAS INFORMACIONES OFRECIDAS SOBRE EL DÍA INTERNACIONAL DE LA MUJER TRABAJADORA (2001 – 2010) EN WWW.ABC.ES. Daniel Barredo Ibáñez y Martín Oller Alonso.



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

CIUDADANÍA PARITARIA, PUBLICIDAD Y ADOLESCENTES: COMPETENCIA COMUNICATIVA Y AUTONOMÍA PARA EL ANÁLISIS DE IMÁGENES PUBLICITARIAS FEMENINAS. Mari Carmen Caldeiro Pedreira.

MUJERES POLÍTICAS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN RECOMENDACIONES PARA UNA REPRESENTACIÓN NO SEXISTA DE LAS MUJERES POLÍTICAS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN. Núria Fernández García.

IDENTIDAD FEMENINA EN EL ÁMBITO DE LOS EQUIPOS DE FÚTBOL ESPAÑOLES. María Jesús Fernández Torres y Ana Almansa Martínez.

LA MUJER PRESENTADORA EN LA PROGRAMACIÓN DIARIA DE TELEVISIÓN: *LA1 DE TVE, ANTENA 3 Y TELECINCO*. Noelia García Estévez.

PROTAGONISMO EDUCATIVO Y SOCIAL DE LAS MUJERES EN LA CIENCIA. M^a Ángeles Jiménez López y Amanda Carrasquilla Carmona.

FUNCIONES NARRATIVAS DEL PERSONAJE FEMENINO EN EL CÓMIC Y LA ANIMACIÓN JAPONESA PARA ADOLESCENTES MASCULINOS. Francisco Javier López Rodríguez y Juan A. García Pacheco.

EVOLUCIÓN DEL RECONOCIMIENTO COMUNICATIVO FEMENINO. Nuria Ramos Fernández.

MUJER Y *STAR SYSTEM* ARQUITECTÓNICO ALGUNAS CUESTIONES DE GÉNERO EN LA ARQUITECTURA DE ZAHA HADID. Luis David Rivero Moreno.

LAS MUJERES PERIODISTAS EN LOS PUESTOS DE DIRECCIÓN: EL TECHO DE CRISTAL EN LA PRENSA ESCRITA. María José Ufarte Ruiz.

PRESENCIA Y PARTICIPACIÓN DE LAS MUJERES IRANÍES EN LA POLÍTICA Y EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN. Rocío Velasco de Castro.

CAPÍTULO IV: Identidades femeninas en el contexto multicultural y de las tres culturas del mediterráneo y su reflejo en los medios de comunicación.

704

LA IDENTIDAD DE GÉNERO: MASCULINO VERSUS FEMENINO. María del Carmen Gallegos Argüello.



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

MUJERES, RELIGIÓN Y CULTURA: EL DISCURSO DE LOS MEDIOS SOBRE EL VELO. Carmen Herrero Aguado.

BIOPOLÍTICA Y GÉNERO: EL CASO DE CHINA. Lorena Martínez Caballero.

¿MUJER OCCIDENTAL *VERSUS* MUJER MUSULMANA? UNA APORTACIÓN PERSONAL Y DESDE LA PSICOTERAPIA PARA UNA NUEVA FEMINIDAD. Leila Youssef Sheroubin.

MUJERES AFGANAS Y PRENSA EN ESPAÑA: INFANTILIZACIÓN, VICTIMIZACIÓN Y OCULTACIÓN DE LOS PROCESOS DE RESILIENCIA. Belén Zurbano Berenguer y Jezabel Martínez Fábregas.

CAPÍTULO V: La mujer en el discurso cultural y social de los medios de comunicación. Proyecciones de las identidades femeninas a través de los contenidos de los diferentes formatos comunicativos.	785
--	------------

RESPRESENTACIONES, SILENCIOS Y REITERACIONES EN LAS CAMPAÑAS DE INFORMACIÓN Y PREVENCIÓN DEL VIH-SIDA: LA INVISIBILIDAD. Alfonso Baya Gallego y Alfonso Del río Almagro.

WOMEN WAR CORRESPONDENTS: DOES GENDER MAKE A DIFFERENCE ON THE FRONT LINE? Milly Buonanno.

LA COMUNICACIÓN NO VERBAL COMO ELEMENTO CLAVE EN LA PROYECCIÓN DE LA IDENTIDAD FEMENINA DE LAS PRESENTADORAS ACTUALES DE INFORMATIVOS. María de los Reyes Domínguez Lázaro y Jose Teodoro Del Pozo Cruz.

ESTUDIO DE LA CONTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD DE GÉNERO A TRAVÉS DEL PROGRAMA TELEVISIVO "MUJERES Y HOMBRES Y VICEVERSA". Sandra Gaspar Herrero y Ubaldo Cuesta Cambra.

EL PODER DE LAS IMÁGENES Y LA DIDÁCTICA DE LA IDENTIDAD. Gema Lasarte Leonet.

LA PUBLICIDAD DE GÉNERO DE CARÁCTER ILÍCITO EN LA RED: LA AUTODISCIPLINA DEL SECTOR. David López Jiménez.



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

DIFERENCIAS DISCURSIVAS DE GÉNERO EN TEXTOS DE OPINIÓN. Loureiro, Marlene.

PUBLICIDAD Y GÉNERO: LA IMAGEN DE LA MUJER EN LOS ANUNCIOS PUBLICITARIOS. Rafael Moreno Díaz y María del Mar Martínez Castro.

REPRESENTACIÓN DEL HOMBRE Y DE LA MUJER EN LA PUBLICIDAD: ANALISIS DE LOS VALORES PERCIBIDOS POR EL ALUMNADO EN FUNCIÓN DEL GÉNERO DEL PROTAGONISTA DEL ANUNCIO. Rafael Moreno Díaz y María del Mar Martínez Castro.

PUBLICIDAD Y SISTEMAS EXPERTOS. LA CONSTRUCCIÓN DE CUERPO DE LA MUJER COMO DEFECTUOSO. Beatriz Muñoz González, Lorenzo Mariano Juárez y Ana Fondón Ludeña.

EL CONCEPTO DE EMPODERAMIENTO EN LOS ESTUDIOS DE GÉNERO Y EN LA PRENSA FEMENINA. Marta Orsini.

EL GÉNERO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN: LA IMAGEN DE MUJERES Y HOMBRES EN LA PRENSA Y EN LOS INFORMATIVOS DE LA TELEVISIÓN. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN. Rocío Pérez Guardo, Javier Rodríguez Rosado y Carlos González Díaz.

LA MUJER INMIGRANTE: PROTAGONISTA EN LOS MEDIOS DE INTEGRACIÓN. Almudena Revilla Guijarro.

LA PARIDAD DENTRO DE LA ECUACIÓN INFORMATIVA EN LOS MEDIOS. LA EXPERIENCIA DE LA DEFENSORA DE LA IGUALDAD DE EL PERIÓDICO. José Luis Rojas Torrijos.

INFLUENCIA DE LAS CREENCIAS FRENTE A LAS ACTITUDES DE DESIGUALDAD HACIA LA MUJER A TRAVÉS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL. Aguas Vivas Salom Ripoll y Mireya García de Mateos Ortolá.

LA CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD FEMENINA DESDE LA PRENSA LOCAL. LAS MARÍAS DE SANTIAGO. Áurea Sánchez Puente.

LA PUBLICIDAD SOCIAL DEL ESTADO EN MATERIA DE IGUALDAD DE GÉNERO: CARACTERIZACIÓN, LÍMITES Y RETOS. Natalia Serrano Serrano.

MUJERES Y PRENSA: LA PÁGINA FEMENINA DE *EL SOL* (1917-1936). Carmen Servén Díez.



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

HEROÍNAS, ¿DE FICCIÓN O DE ACCIÓN? APROXIMACIONES AL CONCEPTO DE AUTONOMÍA MODAL EN EL ARTE ACTUAL DESDE UNA PERSPECTIVA DE GÉNERO. Carmen Tejera Pinilla.

PRENSA ESCRITA Y ANUNCIOS DE CONTACTO ¿LIBERTAD SIN IGUALDAD? ANÁLISIS CRÍTICO DESDE UN ENFOQUE DE GÉNERO Y CONSTITUCIONAL. María Concepción Torres Díaz.

LOS INICIOS DEL VÍDEOARTE FEMINISTA EN ESPAÑA (1970-1980): ANTECEDENTES Y ESTADO DE LA CUESTIÓN. Celia Vara Martín.

LA REPRESENTACIÓN ESTÉTICA DEL GÉNERO FEMENINO EN LA PUBLICIDAD DE PERFUMERÍA Y COSMÉTICA. Silvia M^a Vega Saldaña.

CAPÍTULO VI: El reflejo social de la identidad femenina a través del cine y la televisión.	1.145
---	--------------

ESTEREOTIPOS Y ROLES: MUJERES EN EL CINE. María del Mar Alfaya Góngora, María José Bueno Pernias y Silvia Navarro Prado.

HACER VISIBLE LO INVISIBLE: TEORÍA FEMINISTA DEL CINE Y DOCUMENTALES MEXICANOS REALIZADOS POR MUJERES EN EL SIGLO XXI. Orianna Aketzalli Calderón Sandoval.

CINE Y GÉNERO EN LA POSGUERRA ESPAÑOLA. M^a Carmen Cánovas Ortega.

LA MÍSTICA DE LA FEMINIDAD EN *MAD MEN*. José Antonio Cascudo Rodríguez.

CONSTRUCCION DE LA IDENTIDAD DE GENERO DESDE EL PATRIARCADO, EN SUS FORMAS POLITICO-RELIGIOSAS. Susana Loreto Gavilanes Bravo.

MUJER Y MICROMACHISMOS EN LA PUBLICIDAD NO CONVENCIONAL DE TELEVISIÓN. Narcisa Gómez Jarava y Eugenia Paredes Fernández.

LA MIRADA ESPECULAR FEMENINA EN *TE DOY MIS OJOS* (APUNTES SOBRE "CINE DE MUJERES"). Leire Ituarte y Casilda De Miguel.



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

PRESENCIA SOCIAL DE LA MUJERES EN SERIES DE FICCIÓN Y CINE ESTADOUNIDENSE: ANÁLISIS DE ESTEREOTIPOS, CONTEXTUALIZACIÓN, DIAGNÓSTICO Y PERSPECTIVA. Rosalba Mancinas Chávez y Noemí Morejón Llamas.

LA MUJER INDEPEDIENTE EN EL CINE ESPAÑOL O LA MASCULINIDAD HISTRIONICA. UN CASO EXCEPCIONAL BATALLON DE SOMBRAS. Ramón Navarrete-Galiano Rodríguez.

NI PRINCESAS NI GUERRERAS, COMPAÑERAS E IGUALES EN LA ANIMACIÓN ESPAÑOLA. LA ALFABETIZACIÓN COMO FÓRMULA PARA ALCANZAR LA EQUIDAD DE GÉNERO Y LA EDUCACIÓN EN VALORES A TRAVÉS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN. Eugenia Paredes Fernández y Narcisa Gómez Jarava.

¿UNA MUJER ENTERA NO NECESITA MEDIA NARANJA? REPRESENTACIÓN DEL AMOR DE PAREJA COMO MECANISMO DE VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES EN LA TELENOVELA MEXICANA *LAS APARICIO*. Raquel Ramírez Salgado y Carlos Mejía Reyes.

LOS MODELOS ACTUALES DE HEROÍNA EN LA FICCIÓN TELEVISIVA NORTEAMERICANA DE CONTENIDO *MARAVILLOSO*. ANÁLISIS DE CASOS: BUFFY SUMMERS, KARA THRACE Y SOOKIE STACKHOUSE. Irene Raya Bravo.

A CASA DAS SETE MULHERES: PERFIS FEMININOS NOS ESPAÇOS ROMANESCO E TELEVISIVO - A MEMÓRIA E A CONSTRUÇÃO DE IDENTIDADES. Edilene Ribeiro Batista.

PIONERAS DE LA IMAGEN Y CONSTRUCCIÓN SOCIAL DE GÉNERO: UN RECORRIDO POR LA (DES)MEMORIA VISUAL. Estela Rodríguez García y Magdalena Sellés.

MUJER Y CINE: UN ACERCAMIENTO AL ROL FEMENINO EN LA CINEMATOGRAFÍA DEPORTIVA. Augusto Rembrandt Rodríguez Sánchez, Joaquín Piedra de la Cuadra, Gonzalo Ramírez Macías y Francis Ries.

TECNOCRACIA Y EJERCICIO DE LA VIOLENCIA SEXUAL SOBRE EL CUERPO FEMENINO A TRAVÉS DE LA MÁQUINA EN EL GÉNERO PORNOGRÁFICO DE LAS "*FUCKING MACHINES*". Israel Roncero Villarón.

COMUNICAR LA IDENTIDAD: EL PROCESO DE AUTOREPRESENTACIÓN DEL COLECTIVO MIGRADO FEMENINO. UNA APROXIMACIÓN DES DE LA ANTROPOLOGÍA VISUAL. Joana Soto Merola y Carles Feixa Pàmpols.



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

REPRESENTACIONES DE LA VIOLENCIA DE GÉNERO EN LA WEB: INVISIBILIZACIÓN DE LAS MUJERES INMIGRANTES EN ESPAÑA. Osbaldo Turpo Gebera.

EVOLUCIÓN DE LA *FEMME FATALE* EN *CAUTIVO DEL DESEO*: DE LA TENTACIÓN Y LA HUMILLACIÓN A LA LOCURA Y LA MUERTE. Mariona Visa Barbosa.

CAPÍTULO VII: La identidad femenina en las nuevas tecnologías: internet, videojuegos...	1.477
--	--------------

LAS REDES SOCIALES COMO ELEMENTO INTEGRADOR DE LAS MUJERES EN INTERNET. EL CASO WOMENALIA. Rocío Alcántara López, Aránzazu Román San Miguel y M^a del Valle Carreras Álvarez.

ESTEREOTIPOS DE GÉNERO Y VIDEOJUEGOS: ANÁLISIS DE LA IMAGEN DE LA MUJER TRANSMITIDA EN SUS CARÁTULAS. Tamara Bueno Doral y Noelia García Castillo.

CONVERGENCIA MEDIÁTICA DIGITAL: EL USO Y CONSUMO DE LOS NUEVOS MEDIOS POR MUJERES CATALANAS. Ruth S. Contreras Espinosa, Zahaira González Romo y Irene García Medina.

CIBERESPACIO ¿NUEVAS IDENTIDADES? Annachiara Del Prete.

PRAXIS FEMINISTA ESPAÑOLA EN INTERNET: ACTIVISMO POLÍTICO ONLINE CONTRA LA VIOLENCIA DE GÉNERO. Diana Fernández Romero y Rainer Rubira García.

ABRAMOS LA MIRADA. Helena González Camacho y Lorena Valor Rodríguez.

IDENTIDAD Y ESTEREOTIPOS DE GÉNERO DE LOS JÓVENES ESPAÑOLES EN LA RED SOCIAL FACEBOOK. Vanessa Renau Ruiz, Ursula Oberst y Xavier Carbonell Sánchez.

LAS MUJERES DE LA 3ª EDAD ANTE LA COMPRA ONLINE. María Ángeles Revilla Camacho, Francisco Javier Rondán Cataluña y Ángel Francisco Villarejo Ramos.

LAS MUJERES MAYORES DE 50 AÑOS Y EL USO DE LAS APLICACIONES TIC. Joaquina Rodríguez-Bobada Rey, Begoña Peral Peral y Jorge Arenas Gaitán.



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

LA PARTICIPACIÓN DE LA MUJER EN CURSOS VIRTUALES DE EDUCACIÓN SOCIAL: DISEÑO DE PROGRAMAS DE DESARROLLO SOCIAL Y CULTURAL. Sonia M^a Santoveña Casal y Rosa M^a Goig Martínez.

LAS MADRES TOMAN LA PALABRA. ANÁLISIS DEL FENÓMENO DE LOS BLOGS DE MADRES. Mariona Visa Barbosa y Cira Crespo Cabillo.

MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES: CAMINO HACIA LA IGUALDAD. José Ignacio Zapatero Díaz.

CAPÍTULO VIII: Comunicación y violencia de género: perspectivas del periodismo actual. Logros y retos.	1.664
---	--------------

SENSIBILIZACIÓN CONTRA LA VIOLENCIA DE GÉNERO. PRIMEROS DATOS DEL ANÁLISIS Y RECEPCIÓN DE LAS CAMPAÑAS TELEVISIVAS DEL MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD (2008-2011). Emma Camarero Calandria y María Marcos Ramos.

EL TRATAMIENTO DE LA VIOLENCIA MACHISTA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE ÁMBITO CATALÁN. Mavi Carrasco Rocamora, Marta Corcoy Rius, Montserrat Puig Mollet y Elena Riera Salazar.

LA DECONSTRUCCIÓN DE LA VIOLENCIA SIMBÓLICA. Sandra Chaher.

DEL MITO DEL AMOR ROMÁNTICO A LA VIOLENCIA DE GÉNERO: CONFIGURACIÓN ADOLESCENTE DE LOS MITOS ROMÁNTICOS Y EFECTOS SOBRE CONDUCTAS VIOLENTAS. Jesús Cruz Álvarez y Belén Zurbano Berenguer.

TELEVISIÓN Y VIOLENCIA DE GÉNERO. ANÁLISIS DE LA CAMPAÑA "CERROJOS" EN ANDALUCÍA. José Teodoro Del Pozo Cruz, María de los Reyes Domínguez Lázaro y Luis Rodríguez Franco.

EL 25 DE NOVIEMBRE COMO EXCUSA: EL ESPACIO DE LOS DISCURSOS EN POSITIVO. ANÁLISIS DEL TRATAMIENTO INFORMATIVO DE LA VIOLENCIA DE GÉNERO EN LA TELEVISIÓN. Emma Gómez Nicolau.

VIOLENCIA DE GÉNERO Y NECESIDAD DE CÓDIGOS DE AUTORREGULACIÓN. EL CASO DE RTVA. José Antonio Navarro Moreno y Agustín Olmo López.



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

EL ACOSO SEXUAL LABORAL: CÓMO ES / CÓMO SE PERCIBE SOCIALMENTE. INDICACIONES PARA UN FIEL REFLEJO DE LA REALIDAD EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN. Rocío Pérez Guardo y Natalia Serrano Serrano.

ANÁLISIS CRÍTICO DEL TRATAMIENTO DE LA VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES EN LOS INFORMATIVOS TELEVISIVOS. LA PROXIMIDAD AL HECHO. Lourdes Rivilla Serrano.

ETIOLOGÍA Y CONCEPTUALIZACIÓN DE LA VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES. Antonio Jesús Yugueros García.

VIOLENCIA DE GÉNERO. DE LA PROYECCIÓN MEDIÁTICA A LA INSTITUCIONAL. Evelina Zurita Márquez.

CAPÍTULO IX: El tratamiento mediático de las mujeres de especial vulnerabilidad social. Mujeres migrantes, mujeres con discapacidades, mujeres maduras.	1.861
--	--------------

ANÁLISIS DE LA IMAGEN DE LA MUJER PROSTITUIDA EN LAS NOTICIAS DE LA PRENSA DIGITAL. Andrea Gutiérrez García.

NARRATIVAS PERIODÍSTICAS EN TORNO A LA ABLACIÓN / MUTILACIÓN GENITAL FEMENINA. Isabel Ortega Sánchez.

FOREVER YOUNG: TOWARDS A LINGUISTIC ANALYSIS OF THE ULTIMATE ADVERTISING PROMISE. Linda Palfreeman.

CAPÍTULO X: Silencios y desviaciones: los temas no tratados en los medios de comunicación sobre la identidad femenina o los temas maltratados en la práctica informativa.	1.920
--	--------------

MATERNIDAD, SOCIEDAD, CULTURA Y RELIGIÓN: ¿CONFLICTO DE IDENTIDADES? María del Mar Alfaya Góngora, Emilio González Jiménez y María Milagrosa Olmedo Alguacil.

DE LA CENSURA A LA ÉTICA DE LA IMAGEN PORNOGRÁFICA. Anisa Azaovagh de la Rosa.



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

FIN DE LA DISCRIMINACIÓN DEL DEPORTE FEMENINO EN LOS MEDIOS A TRAVÉS DE LA FORMACIÓN EN CULTURA DE IGUALDAD DEL ALUMNADO DE COMUNICACIÓN CON LA CREACIÓN DEL PROGRAMA DE RADIO "SDF: SOLO DEPORTE FEMENINO". José Barrero Muñoz y Almudena Revilla Guijarro.

IDEAL FEMENINO Y SALUD: ¿RESPONSABILIDAD DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN? Carmen Caro García, Rosa Casado Mejía y Carmen Negrillo Durán.

EL ESCASO REFLEJO QUE TODAVÍA TIENE EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN LA IMAGEN CORPORAL DE LAS CHICAS Y EL ACOSO ESCOLAR. CUANDO SE TRATA DE ALGO MÁS QUE CAUSA Y EFECTO. Manuel Fernández Guerrero, Miriam Suárez Ramírez y María José Godoy Merino.

VALORACIÓN DE LA ACTIVIDAD FÍSICA Y DEPORTIVA DESDE UNA PERSPECTIVA DE GÉNERO. Inmaculada González Ponce, David Sánchez Oliva y José M^a López Chamorro.

DIFERENCIAS DE GÉNERO EN RELACIÓN A LA PRÁCTICA DEPORTIVA. IMPORTANCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN. Francisco Miguel Leo Marcos, Diana Amado Alonso y Juan José Pulido González.

MUJERES CON DISCAPACIDAD, EL GRAN OLVIDO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN. M. Esther Osorio González, Kenny Cabrera Castillo y Virginio Oya Alcala.

LA INFLUENCIA DE LOS ESTEREOTIPOS DE GÉNERO TRADICIONALES EN LA PARTICIPACIÓN DEPORTIVA DE LAS MUJERES Y SU REPRODUCCIÓN EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN. Itxasne Sagarzazu Olaizola y Ibone Lallana Del Rio.

ESTRATEGIAS DEL COMITÉ OLÍMPICO INTERNACIONAL PARA LA IGUALDAD DE GÉNERO EN EL DEPORTE Y LA IMAGEN MEDIÁTICA DE LAS DEPORTISTAS. Itxasne Sagarzazu Olaizola y Ibone Lallana Del Rio.



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

PRÓLOGO

Comunicación y género en la actualidad: la necesidad de una revisión crítica de la construcción de las identidades por los medios de comunicación social

Juan Carlos Suárez Villegas
(Universidad de Sevilla)

jcsuarez@us.es

Belén Zurbano Berenguer
(Universidad de Sevilla)

bzurbano@us.es

Gema M^a Castejón Toscano
(Universidad de Sevilla)

gema_tosk@hotmail.com

La conformación de la identidad es el principal reto al que se enfrenta el ser humano desde que nace. Las familias, los responsables de la educación académica, el trabajo desempeñado... Todos los ámbitos en los que desarrollamos nuestra existencia entrañan una influencia, en la gran mayoría de ocasiones muy sutil, que repercute de manera decisiva en quiénes y cómo somos. El género, entendido como una categoría analítica que refleja un elemento diferenciador entre seres, es uno de esos factores decisivamente incidente en la configuración de la personalidad y, por lo tanto, en las relaciones sociales. La identidad de género atraviesa todos los ámbitos de la actividad humana y, en este contexto, las relaciones e interacciones entre ambos géneros deben darse sin la supremacía de uno sobre otro, y más si tenemos en cuenta que no hay razones ni justificaciones reales y objetivas que avalen dicha supremacía. Así, atendiendo al hecho de que la comunicación abarca las expresiones culturales que codifican nuestros sistemas simbólicos (la religión, la literatura, la filosofía, el arte, la antropología, el derecho, la ciencia, la psicología, la sociología...), este I Congreso Internacional de Comunicación y Género se ha propuesto reflexionar sobre las identidades de lo masculino y lo femenino teniendo en cuenta los discursos de género que se transmiten a través de dichas expresiones de lo humano.

Nacer hombre o mujer ha significado durante siglos una característica básica legitimadora para la asignación de derechos y deberes atribuyéndole naturalizaciones sociales a fenómenos meramente biológicos. Esta disyuntiva hombre-mujer (ahora también revisada desde los feminismos *trans* y las teorías *queer*) y la atribución de roles asignados a cada uno, parece



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5, 6 Y 7 DE MARZO DE 2012

mostrar que indudablemente la mujer salió perdiendo. Entre otros motivos, porque de su lado quedaron atribuidos el doble de obligaciones y la mitad de derechos.

Hoy día, un momento histórico y social de grandes avances y logros, se ha vuelto necesario pensar de nuevo la igualdad de género tanto para revisar los pasos dados como para reflexionar sobre los escollos todavía vigentes. Para que esta igualdad real y efectiva exista, ésta se debe dar en el momento mismo de pensar. Es decir, es necesario dar un paso más y pensar no sólo en la igualdad sino desde la igualdad, diseñando modelos de convivencia adecuados a las miradas de las mujeres. Hasta ahora, el camino hacia la igualdad ha sido recorrido en la dirección marcada por un modelo masculino. Ser igual parecía significar asemejarse a lo que el devenir masculino había marcado hasta el momento: había que asumir sus roles, adentrarse en sus espacios y su modelo de subjetividad independiente y desvinculada de sus propios círculos de pertenencias. Para considerarse un igual había que asemejarse al patrón constituido desde el poder instaurado como si la meta de las mujeres fuese convertirse en "subjetividades masculinizadas". Recogiendo la reflexión sobre todas estas cuestiones, el I Congreso Internacional de Comunicación y Género ha pretendido reunir a todos aquellos interesados en detectar, analizar y comprender los discursos de género que, a veces de manera más difusa y otras más directamente, atraviesan todos los ámbitos y estamentos de nuestra sociedad.

Este encuentro se ha centrado por tanto en la dimensión comunicativa de la cultura y en las miradas contrastadas sobre la identidad de las mujeres en las distintas sociedades, pero también ha querido prestar atención a los efectos éticos y sociales de los medios de comunicación como educadores y conformadores permanentes de las tendencias de la opinión pública. Los medios de comunicación pueden ser buenos espejos de prácticas de igualdad no sólo en el plano formal y no de meros discursos retóricos que consideran la igualdad entre hombres y mujeres como su mera representación formal. Por esta razón, este congreso se propuso realizar también un análisis desde una perspectiva crítica de la igualdad de género en los distintos medios de comunicación, estudiando tanto los tratamientos dados a las informaciones como analizando la construcción de las identidades masculina y femenina desde una perspectiva crítica.

Esta obra que aquí se presenta, resultado de un encuentro académico sin precedentes, quiere ser el escenario para transferir los resultados de investigadores en la materia y compartir informaciones y aprendizajes con profesionales de distintos ámbitos que se interesan por cuestiones de género y por la imagen que de este asunto ofrecen los medios de comunicación. Algunas de las cuestiones centrales sobre las que se han trabajado en este volumen colectivo y que han acabado por conformar la estructura interna del mismo convirtiéndose en capítulos, han sido las que siguen:



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

La construcción y comunicación de las identidades de género a través de la literatura, la filosofía, la historia, la religión y la mitología

En el marco de cada cultura concreta, siempre ha existido una serie de disposiciones y normas en relación al género cuyos componentes y funcionamiento varían según las distintas sociedades y los diferentes períodos históricos. Estos roles diferenciados según los criterios de cada comunidad, son construcciones que acaban conformando la identidad de género entendida como el conjunto de características sociales y culturales que se asigna a las mujeres y a los hombres a partir de sus diferencias de sexo, para que se comporten y actúen expresando y reafirmando esas diferencias.

El marco legislativo internacional, nacional o local en materia de igualdad de género y su aplicación a las políticas de comunicación social

En los últimos años y tras el impulso dado por las organizaciones civiles, los esfuerzos institucionales han sido los grandes propulsores del discurso de la igualdad. Durante la última década han proliferado una serie de legislaciones en todos los ámbitos (internacional, nacional y local) que pretenden la promoción efectiva de la igualdad entre hombres y mujeres. Igualdad que hasta ahora sólo se planteaba como una igualdad de derechos, es decir, una igualdad formal.

Sin embargo, ciertos indicadores como las retribuciones salariales diferenciadas según el sexo o el escaso porcentaje de mujeres directivas, han propiciado una serie de medidas -no siempre exentas de polémica, como ocurre en el caso de la discriminación positiva o de las llamadas "cuotas"- a fin de que la igualdad cobre un cariz efectivo y real.

La mujer en la vida social, política y económica y su representación en los *media*

En el ámbito de los medios de comunicación, tradicionalmente la mujer ha sufrido una situación de discriminación a varios niveles. En primer lugar, siempre han existido y existen contenidos especializados dirigidos a ella (programas del corazón, prensa rosa, tertulias gastronómicas, etc.), que contribuyen a encasillarla en un papel estereotipado y de desprestigio social. Además, la mujer, hasta no hace mucho, no ha logrado intervenir en los *media* más que desde su condición de ciudadana de segunda: como protagonista de una situación cruel o injusta (víctima, rol que refuerza la idea de la necesidad de protección patriarcal), o bien como una excepción dentro de la "normalidad" (es el caso de la "primera mujer" en desarrollar cualquier tipo de asunto, alguien que destaca por su excepcional riqueza, etc.; en definitiva, mujeres que sobresalen por su singularidad y que se convierten en un hito que homogeneiza y silencia a las demás, que se sitúan dentro de la "norma").

Sin embargo, es cierto que existe una tendencia progresiva de cambio y que las mujeres salen poco a poco del ostracismo al que las relegaba un sistema de medios profundamente patriarcal. Pero, a pesar de este incipiente proceso de cambio, sigue habiendo desigualdades de género muy importantes en la práctica informativo-comunicativa.



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

Identidades femeninas en el contexto multicultural y de las tres culturas del mediterráneo y su reflejo en los medios de comunicación

A pesar de la supuesta superación del discurso de la domesticidad y de los modelos de género de feminidad en nuestros imaginarios colectivos, continúan existiendo, como es sabido, representaciones culturales que relegan a la mujer a una condición de subalternidad. Se plantea por tanto abordar la construcción de dichos modelos e identidades femeninas, pero también las estrategias identitarias y de participación de las propias mujeres en los procesos de emancipación y de lucha por sus derechos, así como la representación que de todo ello hacen los medios de comunicación.

La mujer en el discurso cultural y social de los medios de comunicación. Proyecciones de las identidades femeninas a través de los contenidos de los diferentes formatos comunicativos

Según las leyes españolas los medios de comunicación tienen la obligación y la responsabilidad de defender y promover la igualdad entre hombres y mujeres. A través de los diferentes contenidos que se difunden en cada uno de los formatos comunicativos (noticias, documentales, publicidad, teleseries, programas infantiles, concursos, deportes...), los *media* proyectan identidades femeninas concretas que influyen poderosamente en nuestro imaginario colectivo.

El reflejo social de la identidad femenina a través del cine y la televisión

A lo largo de la historia del cine no han sido pocos los roles atribuidos a la mujer: desde la mujer como objeto de deseo hasta la mujer malvada, pasando por la luchadora, la comprometida, la que rompe con los esquemas sociales, la anulada por la sociedad patriarcal, la que sueña con el príncipe azul, la vengadora, la seducida y abandonada, la mística y religiosa...

Aunque parece que ya quedaron atrás los años en los que en un film no podía faltar la escena del galán abofeteando a la hermosa dama, lo cierto es que en el cine de hoy todavía podemos encontrar con bastante frecuencia elementos machistas, en ocasiones de una evidencia muy preocupante.

La identidad femenina en las nuevas tecnologías: internet, videojuegos...

No son pocos los estudiosos que plantean que el avance de las tecnologías se realiza claramente bajo la discriminación sexual y que la historia de la sociedad tecnológica e informatizada se ha venido planteando desde un paradigma casi exclusivamente masculino.

Por otro lado, también se apunta en este ámbito a la creación de significados simbólicos discriminatorios respecto a las máquinas u objetos tecnológicos a los que se les da un uso diferenciado por género en función de las exigencias del mercado. Todo ello ha supuesto un reforzamiento del patriarcado que ha originado una segunda brecha digital entre hombres y



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

mujeres, y que necesita de una respuesta urgente y reflexionada que conduzca a la paridad también en el terreno de la innovación tecnológica.

Comunicación y violencia de género: perspectivas del periodismo actual. Logros y retos

La violencia de género es una constante en todas las sociedades y en todos los tiempos. A pesar de las modificaciones de las tasas de feminicidios por factores sociales y culturales (en ocasiones y ámbitos concretos se ha registrado una notable disminución), la resistencia de este tipo de expresión violenta de las imposiciones masculinas más arcaicas y machistas no hacen sino confirmar la falta de penetración del discurso de la igualdad. La violencia de género se vuelve el indicador más explícito de la falta de conciencia generalizada de la no supremacía de ningún sexo.

Así las cosas, los medios de comunicación poseen un incuestionable valor como sensibilizadores y conformadores de la opinión pública. Las leyes aprobadas en España así lo entienden e instan a los *media* a ayudar a erradicar esta lacra. Pero, en ocasiones, dichos medios parecen encontrarse con trabas importantes a la hora de cumplir sus obligaciones a este respecto, como pueden ser la falta de formación sobre la propia materia de algunos de sus profesionales, las limitaciones de sus propias rutinas productivas y unos usos discursivos poco claros.

El tratamiento mediático de las mujeres de especial vulnerabilidad social. Mujeres migrantes, mujeres con discapacidades, mujeres maduras

Si ya venimos apuntando desde el comienzo las distintas problemáticas que atañen al colectivo femenino, como son la imposición de roles, el machismo en el ámbito laboral, la violencia de género o la desigualdad; a estas dificultades vienen a unirse ahora otras relacionadas con su estatus social (mujeres pobres), su procedencia geográfica y cultural (mujeres inmigrantes), su edad (mujeres maduras), etc.

Silencios y desviaciones: los temas no tratados en los medios de comunicación sobre la identidad femenina o los temas maltratados en la práctica informativa

Existen a diario una cierta cantidad de temas relacionados con la identidad femenina y con cuestiones de género que son invisibles en nuestros *media* de hoy en día o que son mal tratados en las prácticas comunicacionales actuales. Con la voluntad de arrojar luz sobre determinados aspectos de la identidad de las mujeres que son obviados o tratados de manera difusa o edulcorada -cuando no completamente irreal- por los medios de comunicación, se ha diseñado un espacio de debate en torno a esta cuestión en el marco de este encuentro.



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

En esta obra colectiva se han tratado una multiplicidad de temas que, desde diferentes disciplinas y enfoques han contribuido sin duda a enriquecer el actual panorama académico sobre la investigación en comunicación y género. Y en este sentido no ha sido otra la pretensión de los editores que la de aportar, con su esfuerzo compilador, un pequeño primer paso en la consecución de un objetivo mucho mayor, que es promover una reflexión constante y actualizada sobre las mujeres, los géneros y el panorama comunicativo en este contexto