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 diferentes 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.

EDITORIAL

COMMUNICATION AND GENDER *OLD PROBLEMS, NEW CHALLENGES*

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

The call for papers for the current issue of Cuadernos.info sought contributions "expanding the frontiers of knowledge about communication and gender" as a means to update a discussion that remains in force today —regardless of time, available technologies, the spread of globalization, and the existence of new and old media. This became evident with the high number of articles submitted for this special issue and the various recent events of worldwide impact regarding this topic, such as the presence of a female candidate on the ballot of an U.S. presidential election, and the rape and murder of Lucía Pérez in Argentina, which lead to massive demonstrations in different cities repudiating the crime and calling for justice.

Our challenge with this special issue was to acknowledge a wide range of phenomena, topics, approaches and methods related to the study of gender, not a simple identity trait, but an entire classification system that dictates how women and men should behave. Such a sociocultural construct is largely normalized and promoted by communications of all kinds.

Thus, the articles published here address the intersection between communication and gender. From different theoretical, epistemological and practical viewpoints, these papers examine the political, social and cultural influences currently shaping our understanding of gender.

To begin, and focusing on the content disseminated in social networks, Piñeiro-Otero and Martínez-Rolán explore the use of memes for digital feminist activism. From the case study of #ViajoSola, referring to the murder of two young Argentineans on vacation in Ecuador, the researchers analyze the consolidation of a transnational mobilization in protest against violence towards women.

The work of Masanet, on the other hand, measures the media consumption of Spanish adolescents and identifies a series of gender gaps in the type of content that they usually consume. Also from mediatization, but with a very different research focus, Mateos-Pérez and Ochoa explore the communication of stereotypes in the Chilean television fiction.

Two other papers deal with gender differences in a political context. While Baeza analyzes the use of social networks in campaigning for congressional female candidates, Rodelo

studies the preferential coverage given to male candidates in the context of local elections in Mexico.

From another perspective, Arias and Amaral offer an essay on the development of the homoerotic press as an expression of an evolving historical discourse in Brazil. Finally, Montes and Roca interview female creative advertising directors in Spain to explore women's leadership in advertising and their role in a traditionally male industry.

All these investigations make it possible to visualize the different aspects that need to be recognized, intervened and improved in order to modify the type of relations built under a patriarchal model, the hegemonic models of being a man and a woman and the alternatives to advance towards gender equity.

In addition, this issue of Cuadernos.info presents eight papers that show the state of research on communications in Latin America in other areas. The use of new media is present in the study by Muñiz et al., which analyzes the role of Facebook in what the authors call "political commitment 2.0". López-Meri, on the other hand, focuses on the potential role of gatekeeper of Twitter users'. From the Iberian Peninsula, López-García, Negreira-Rey and Rodríguez-Vázquez explore hyperlocal online media initiatives in Portugal and Spain, while from a comparative perspective between Chile and France, Bernardo Amigo and his colleagues analyze the representation of ethnic stereotypes on television in those countries.

The articles selected also account for the analysis of advertising strategies in cartoons (Amorós and Comesaña) and the study of the presence of the voice of the Brazilian community in the media on the 2016 Olympic Games (Sebastião and Lemos). There is also a methodological proposal to analyze fiction (Rodríguez Marcos), and a critical analysis (from the perspective of cultural studies) on the ideological character of the media in the public discussion on education in Chile (Cabalín and Antezana). We consider that this selection represents a plurality of themes, theoretical perspectives and countries that synthesize the broad spectrum and potential of communication studies in this part of the world. The invitation is to read and share them.