

# En una trayectoria de colaboración, iniciamos una nueva etapa centrada en la comunicación, los estudios mediáticos y los procesos sociales

***In a trajectory of collaboration, we begin a new stage focused on communication, media studies and social processes.***

EDITORIAL

## Mar Binimelis-Adell

Universitat de Vic - Universitat Central de Catalunya (UVic-UCC)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2746-4326>

## Julia Catalina Serrano Cordero

Universidad del Azuay

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6248-1925>

La Revista *Obra Digital* nació en 2011 gracias al esfuerzo conjunto de un grupo de entusiastas académicos/as y profesionales del ámbito de la comunicación. A lo largo de los años, han colaborado muchas personas en la revista, algunas formando parte de su equipo de trabajo o comité científico, otras contribuyendo con su experiencia en la revisión y escritura de artículos y demostrando su compromiso con los estándares de calidad y rigor académico de la publicación. Además, *Obra Digital* ha brindado un espacio para el crecimiento y desarrollo de jóvenes investigadores/as, quienes han encontrado en esta revista una plataforma para compartir y difundir sus trabajos junto a otros/as más reconocidos. Nos enorgullece decir que hemos crecido y madurado gracias a la dedicación y pasión de todas estas personas.

Durante estos años, *Obra Digital* ha abordado una amplia gama de temas relacionados con la comunicación, con el objetivo de inspirar y enriquecer la investigación y la reflexión crítica en este campo en constante evolución. Entre otros, hemos explorado el impacto de las redes sociales en la comunicación interpersonal y la formación de comunidades virtuales, así como la influencia de los medios digitales en la opinión pública y la adaptación de la comunicación organizacional a este entorno dinámico y cambiante. También hemos dado voz a nuevas formas de contar historias en el emocionante territorio de la narrativa digital y hemos reflexionado sobre las implicaciones éticas y de privacidad que surgen en el contexto de la publicidad y el marketing digital.

Hoy, con este Número 23, inauguramos una nueva etapa en la revista, centrada en la comunicación, los estudios mediáticos y los procesos sociales. Estos tres aspectos están estrechamente relacionados entre sí y abarcan una amplia diversidad de cuestiones dentro del campo al que está dedicada esta revista. La comunicación es esencial para el desarrollo de las relaciones sociales, la transmisión de conocimientos y la creación de identidades colectivas. Los estudios mediáticos, por su parte, se enfocan en el análisis académico y crítico de los medios de comunicación, examinando sus estructuras, contenidos, audiencias y efectos en la sociedad. Estos estudios se basan en disciplinas como la sociología, la psicología, la teoría de la comunicación y los estudios culturales, y tienen como objetivo comprender cómo los medios de comunicación influyen en la opinión pública, la construcción de identidades, la formación de valores y la representación de diferentes grupos sociales. Por último, los procesos sociales abarcan las dinámicas de interacción y relación entre las personas en una sociedad, incluyendo las interacciones cotidianas, las normas sociales, las instituciones, los roles sociales y las estructuras de poder. La comunicación desempeña un papel central en los procesos sociales, ya que a través de ella se establecen y mantienen las relaciones sociales, se transmiten los valores y las normas culturales, y se construyen las identidades individuales y colectivas.

Para el equipo de redacción de esta revista, la colaboración y el apoyo mutuo basados en una comunicación constante, son su marca distintiva, lo que define su identidad. Con un océano de por medio y siete horas de diferencia horaria, trabajamos en estrecha cooperación personas vinculadas a la Universitat de Vic - Universitat Central de Catalunya (UVic-UCC) y a la Universidad del Azuay, en Ecuador. Queremos destacar el empeño de estas instituciones y de

áreas específicas dentro de ellas, como el Departamento de Comunicación, la Biblioteca y el área de TIC de la UVic-UCC, así como la Escuela de Comunicación, la Casa Editora y el Departamento de Universidad Abierta de la Universidad del Azuay. El equipo editorial actual se siente honrado de tomar el relevo de aquellos que nos precedieron y esperamos continuar siendo un espacio para la reflexión académica y el trabajo colaborativo. ¡Gracias por acompañarnos en este camino que hoy sigue su curso!

# Procesos sociales contemporáneos y comunicación

***Contemporary social processes and communication***

## INTRODUCCIÓN

### Mar Binimelis-Adell

Universitat de Vic - Universitat Central de Catalunya (UVic-UCC)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2746-4326>

### Julia Catalina Serrano Cordero

Universidad del Azuay

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6248-1925>

El primer número de la revista *Obra Digital* que se publicó, en el invierno de 2011, estuvo dedicado a la convergencia mediática digital: el consumo de contenidos y el uso de nuevos medios por mujeres en Cataluña. La publicación se centró en la coexistencia de los nuevos medios digitales con el apogeo de cultura participativa y el trabajo cooperativo que permiten la creación y recreación grupal de contenidos y la creación de comunidades de usuarios/as que utilizan y reutilizan las nuevas modalidades de servicios. De forma particular, el foco se situó en el papel de las mujeres en estos procesos.

Este número 23, cuya sección monográfica está centrada en analizar las interrelaciones entre los procesos sociales contemporáneos y la comunicación, guarda amplias relaciones con la aquella primera publicación de la revista doce años atrás. En esta ocasión, la revista busca abordar cómo procesos sociales actuales

concretos se interrelacionan con plataformas, contenidos y productos comunicativos específicos. En un gran número de estos procesos sociales contemporáneos el comportamiento de los grupos se ve afectado por los medios de comunicación y las redes sociales, elementos que tienen un papel relevante en cómo se moldean las interacciones humanas. Además se ven involucradas, dependiendo del caso, cuestiones éticas, educativas, relacionadas con la salud física y/o mental de las personas, etc.

Así pues, la sección monográfica de este número, a través de una cuidadosa selección de artículos, se propone examinar estas múltiples dimensiones en las que la comunicación y los procesos sociales convergen. El objetivo es presentar una visión enriquecedora de estos entrelazados entre la comunicación y procesos sociales contemporáneos. Para lograrlo, hemos seleccionado una variedad de textos que

abordan diferentes aspectos. Cada artículo se erige como una pieza que aporta reflexiones valiosas en el rompecabezas de nuestra comprensión de la influencia de los medios y las redes sociales en nuestra sociedad.

En los artículos que se publican, además de hacer hincapié en elementos grupales o colaborativos de la comunicación –elementos presentes en muchos de los artículos– el papel de la mujer en estos procesos vuelve a aparecer como un elemento central que pone de relieve la trascendencia social que las cuestiones de género tienen en los estudios de la comunicación, mediáticos y en los procesos sociales contemporáneos. Estos dos elementos son, precisamente, los que conectan con los principales elementos acordados en aquel primer número publicado en 2011.

Con lo que respecta al segundo de ellos, a la centralidad de los estudios relacionados con las mujeres, que el presente número abunde tanto en la cuestión ha sido un agradable ‘resultado no previsto’ en su ideación, puesto que la llamada a artículos realizada en su momento no apuntaba específicamente a la presentación de artículos que trataran este tema. No podemos dejar de destacar, en este sentido, no sólo que las temáticas vinculadas a las mujeres resultan centrales en muchos de los artículos publicados, sino que la autoría femenina ha sido mayoritaria en una llamada a artículos para la sección monográfica realizada por el equipo de redacción de la revista y que, insistimos, no buscaba específicamente abordar esta temática.

Varios artículos se sumergen en la compleja representación de la violencia de género y su profundo impacto en la sociedad. El que firma Elena Oroz con el título “Disecionar el miedo, politizar la rabia. Documentales feministas españoles contra la cultura de la violación” se

adentra en los mitos arraigados en la cultura de la violación, explorando su manifestación en tres documentales feministas españoles que, insertos en actuales debates sociales y políticos, se constituyen en herramientas de análisis de la cultura de la violación al abordar la violencia sexual contra las mujeres: *Nagore* (Helena Taberna, 2010), *Tódalas mulleres que coñezo* (Xiana do Teixeiro, 2018) y *La cosa vuestra* (María Cañas, 2018). Se analizan las estrategias formales empleadas para deconstruir los mitos que sustentan la cultura de la violación y su impacto en la articulación del espacio público en clave de género. Igualmente, se reflexiona sobre cómo estas obras promueven una solidaridad afectiva para articular una política feminista colectiva.

El trabajo de Esther Ferrer Rizo y María Pilar Rodríguez Pérez explora la representación de formas de violencia contra las mujeres a través del análisis de dos episodios de la serie audiovisual ARTE *H24. 24 horas en la vida de una mujer* (2021). Ofrece una contextualización de la legislación europea incipientemente desarrollada en torno a la violencia contra las mujeres y una revisión de conceptos tales como ‘cinematografía alternativa’ y ‘mirada feminista’ (female gaze). A través de una serie de indicadores extraídos de las publicaciones más relevantes, permite conocer la forma en que esta serie ofrece modelos innovadores de representación para formas de violencia que, en ocasiones, no se perciben como tales. Estos estudios convergen en la poderosa importancia de visibilizar y concienciar sobre la violencia de género a través de los medios de comunicación.

Siguiendo con los análisis audiovisuales, el artículo “Representación de mujeres árabes musulmanas en las series *La víctima número 8* y *Skam* España de Iyliet Ventura-Kessel examina la representación así como la consolidación de

los estereotipos asociados a las mujeres árabes musulmanas en la ficción producida en España, específicamente en las series *Skam España* y *La víctima número 8*. Utilizando un enfoque cualitativo que se basa en el análisis de la caracterización de personajes y la identificación de estereotipos, se llega a la conclusión de que ambas series otorgan importancia a estas mujeres al proporcionarles alternativas a las actividades y espacios en los que suelen ser estereotipadas. Además, estas producciones permiten que las propias mujeres enfrenten y corrijan los estereotipos que se les atribuyen, empoderándolas en el proceso.

Con puntos en común con estos procesos de empoderamiento, Ivana Campero Anguiano analiza la relación entre los movimientos sociales, la acción política feminista y las tecnologías de información y comunicación. Para ello, pasa revista a las actuales teorías sobre ciberactivismo y, en particular, el ciberfeminismo, con la finalidad de anclar y comprender el fenómeno en un caso concreto: el 35° Encuentro Plurinacional de Mujeres, Lesbianas, Trans, Travestis, Intersexuales, Bisexuales y No Binaries en la provincia de San Luis (Argentina) en el año 2022. Mediante una metodología cualitativa, se describe y analiza, con los parámetros teóricos relevados, el ingreso de la investigadora al campo como observadora participante en la Comisión Organizadora de este evento en el que se ponen en juego diversos posicionamientos e interacciones, tanto en el ámbito cara a cara como virtual. De esta manera, este caso sirve para aportar luz sobre el fenómeno de la influencia e interrelación de los movimientos sociales, específicamente los feminismos, con las TIC.

Explorando cómo las nuevas tecnologías de la información y la comunicación moldean los movimientos sociales feministas, en este caso negativamente, las autoras Diana Morena Bala-

guer y María Forga Martel, partiendo de un estudio previo sobre la violencia que las mujeres activistas feministas reciben en Twitter, trasladan esta observación a mujeres comunicadoras (periodistas, escritoras, influencers...) para observar la relación de los ataques que reciben con cuestiones de género. Sin duda este trabajo arroja luz sobre la violencia que sufren las mujeres comunicadoras en la plataforma de Twitter, subrayando la imperiosa necesidad de comprender y abordar la violencia de género en los espacios virtuales.

Varios artículos convergen en el tema de la construcción de identidad y la autoexposición en las redes sociales. El de Sofía Moreno-Domínguez analiza el proyecto artístico colaborativo en Instagram, *Me, Myself & I*. Con el título "Obra artística colectiva y etnografía digital: Identidad y Percepción en Instagram" este trabajo pone de relieve cómo las plataformas digitales influyen en la configuración de la identidad personal a través del análisis de este proyecto artístico colaborativo. Las 126 contribuciones de los usuarios en la convocatoria abierta que dio origen al proyecto demuestran el poder de los códigos intangibles de las redes sociales en cuanto a nuestra autoexposición. Al analizar la imagen personal, se explora la percepción comunitaria virtual, donde las fronteras entre lo digital y lo físico se vuelven cada vez más difusas. Se evidencia cómo las redes sociales tienen la capacidad de mostrar la identidad y de generar una conexión comunitaria en un entorno virtual.

Para completar la tríada de estudios dedicados a redes sociales, después de artículos dedicados a Twitter e Instagram, el artículo que firma Sandra Peña Haro, por su parte, indaga en las características que reviste la activación de la memoria a través del análisis de la red social Facebook de la Guardia Nacional Cistera.

Este estudio, que cierra la sección monográfica, destaca la relevancia de esta plataforma en la reinterpretación y actualización de los lazos comunitarios en la comunidad cristera. Se examinan detalladamente las características de 381 publicaciones difundidas durante el año 2017, siguiendo el enfoque propuesto por Robert Kozinets (2015) en su obra *Netnography. Redefined*, lo que permite realizar un análisis exhaustivo del contenido y su interpretación a través de las teorías de la memoria y la posmemoria.

En la sección miscelánea presentamos el trabajo de Josep Jonàs Cortés, Jordi de San Eugenio Vela y Xavier Ginesta que se adentra en otra temática distinta y socialmente relevante. Este trabajo analiza cómo las ferias comerciales pueden ayudar a las ciudades a diferenciarse porque ofrecen importantes posibilidades respecto a la relación, la promoción y el posicionamiento de la marca del territorio (de San Eugenio Vela & Jiménez Morales, 2009). En particular se atiende a la coordinación entre los responsables municipales y los organizadores de ferias en la estrategia de city branding; al comparar las ciudades de Barcelona y Milán.

El número se completa y cierra con la reseña "Cómo llegar a la segunda: entrevistas con creadoras del cine español contemporáneo" firmada por Marta Pérez Pereiro sobre el libro *Entrevistas con creadoras del cine español contemporáneo. Millones de cosas por hacer*. Con esta reseña se subrayan aspectos que ligan con cuestiones tratadas en algunos de los artículos del número, por ejemplo, al abordar el papel de las mujeres en el cine y el de las redes de colaboración y complicidad que, en este caso, se crean entre las cineastas.

Al examinar los artículos en su conjunto, se resalta la influencia abrumadora de los medios de comunicación, las tecnologías de la infor-

mación y las plataformas digitales en los procesos sociales contemporáneos. Estos no solo actúan como meros canales de información y comunicación, sino que moldean e impulsan las interacciones humanas y los comportamientos de los distintos grupos en la sociedad. Su influencia se extiende más allá de la esfera informativa y llega a las esferas política, cultural y social. La agenda mediática y los discursos dominantes forjan la opinión pública, definen los temas de debate y determinan imaginarios sociales. Simultáneamente, proporcionan un espacio de interacción y participación con un impacto significativo en los movimientos sociales y la organización ciudadana. Asimismo, se destaca que vivimos en una era digital, donde la construcción de identidad y la autoexposición en las redes sociales son temas centrales. Los medios de comunicación y las plataformas digitales desempeñan un papel fundamental en la formación de la identidad personal y en la manera en que nos presentamos al mundo.

Es crucial reconocer el poder de los medios de comunicación y las plataformas digitales en la configuración de los procesos sociales contemporáneos. Esto implica una reflexión crítica sobre la calidad de la información que consumimos y la necesidad de fomentar la alfabetización mediática para navegar de manera consciente en este entorno digital. En este sentido, de forma a veces directa y otras no tanto, los artículos publicados en este número subrayan la necesidad imperativa de promover el respeto, la igualdad de género y la participación ciudadana informada en el entorno digital, en los medios y en los procesos comunicativos. Lo hacen, por ejemplo, al exponer que la violencia de género digital es una realidad cada vez más recurrente y que es crucial abordar la problemática mediante la promoción de entornos digitales seguros y respetuosos. O al exponer cómo la violencia contra las mujeres o los es-

tereotipos en sus representaciones son socialmente trascendentes. El feminismo se revela, en estos trabajos, como una fuerza transformadora que utiliza la comunicación para visibilizar y concienciar sobre la violencia de género, promover la igualdad y luchar contra la discriminación. Asimismo, se examina el ciberactivismo y el ciberfeminismo, enfocándose en cómo las nuevas tecnologías de la información y la comunicación empoderan a los movimientos sociales y generan cambios en las sociedades.

En conclusión, este número nos adentra en los entrelazados caminos de los procesos sociales contemporáneos y la comunicación brindándonos una visión de cómo los medios y las redes sociales influyen en nuestra sociedad y en nuestras vidas. Nos invita a reflexionar sobre los desafíos y las oportunidades que surgen en este contexto, así como a considerar estrategias comunicativas efectivas para abordar y mejorar los procesos sociales contemporáneos.