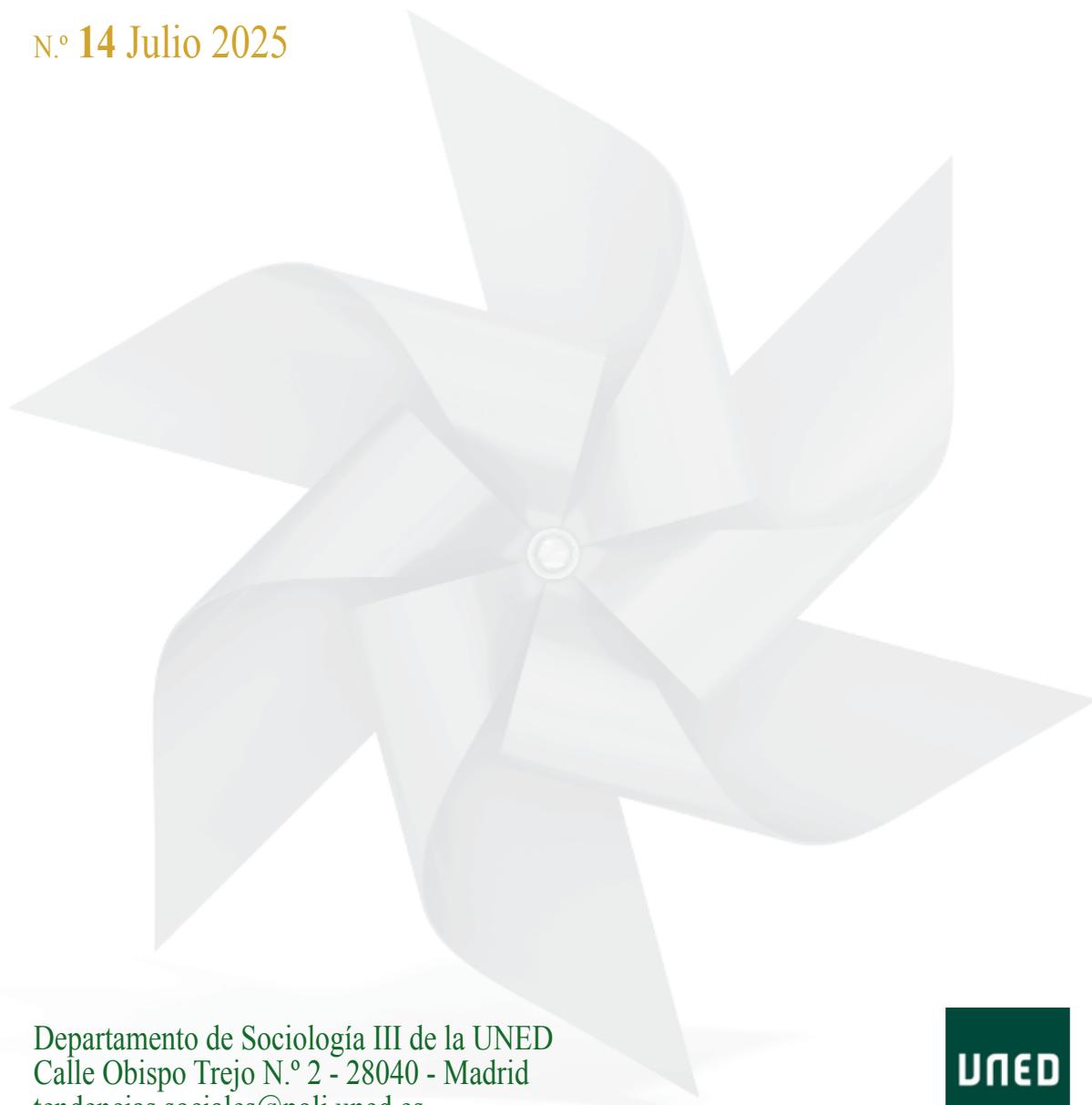


TENDENCIAS SOCIALES



Revista de Sociología

N.º 14 Julio 2025



Departamento de Sociología III de la UNED
Calle Obispo Trejo N.º 2 - 28040 - Madrid
tendencias.sociales@poli.uned.es



Asociación Madrileña de Sociología
Avda. Complutense s/n
Ciudad Universitaria - 28040 - Madrid
amsociologia@ucm.es



<https://revistas.uned.es/index.php/Tendencias/index>

@Revista_TS

Tendencias Sociales

ÍNDICE

ARTÍCULOS

José Manuel Martín Herrero, jomarher@uax.es, Ana Belén Oliver-González, aolivgon@uax.es, <i>Universidad Alfonso X el Sabio Madrid, España. Inteligencia artificial para la gestión de crisis en marketing y comunicación: funcionalidades y aplicaciones</i>	5
Jonattan Rodríguez Hernández, jonrodri@ucm.es, <i>Universidad Complutense de Madrid (UCM) Madrid, España. Noemí Martín García, noemicarmen.martin@uva.es, Universidad de Valladolid, Valladolid, España. Eglée Ortega Fernández, eortegafe@nebrija.es, Universidad Nebrija, Madrid, España. La comunicación institucional en la era de las redes sociales: análisis de la estrategia de las Fuerzas Armadas españolas en Instagram</i>	23
José Carlos Cámara Molina, joscamar@ucm.es, <i>Universidad Complutense de Madrid (UCM), Madrid, España. Actitud del personal docente e investigador de las universidades respecto al uso de la IA</i>	57
Rocío González-Andrio Jiménez, rocio.gonzalezandrio@urjc.es y M ^a Isabel de la Rubia Rivas, isabel.delarubia@urjc.es, <i>Universidad Rey Juan Carlos (URJC), Madrid, España. Autopercepción de la imagen personal en redes sociales de mujeres universitarias: un estudio comparativo entre las generaciones Z e Y</i>	75
Angélica Mayoral Campillo, angymayoral@politicas.unam.mx <i>Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), Ciudad de México, México. Hacia una representación diversa de mujeres científicas en las narrativas mediáticas: Una revisión documental feminista de la cuestión ..</i>	91
Víctor Hugo Pérez Gallo, victorhugo.perez@unizar.es, <i>Universidad de Zaragoza, Zaragoza, España. Masculinidad hegemónica y violencia de pareja en Zaragoza: prácticas sociales y narrativas legitimadoras</i>	121
Ruth Rodríguez Cuadrado, rut.rodriguez@alumnos.upm.es, <i>Universidad Politécnica de Madrid, Madrid, España. El poder de la escucha en la España pospandémica: un análisis cualitativo a través de entrevistas a expertos</i>	143
Marina Asenjo Fernández, marinaas@ucm.es, <i>Universidad Complutense de Madrid (UCM), Madrid, España. Diversas miradas del artista sobre la vulnerabilidad del mundo del arte contemporáneo</i>	159
Marta Panyella Mauricio, martapmauricio@gmail.com, <i>Universidad Europea de Madrid, Madrid, España. El derecho humano al medio ambiente: especial consideración a la crisis climática y los refugiados ambientales</i>	173

RECENSIÓN

Paula Martínez Enríquez, paula.martinez@edu.uned.es, <i>Universidad Nacional de Educación a Distancia (España). Research Methods in Early Childhood: An introductory guide; 4th Edition. Mukherji, P., & Albon, D. (2022)</i>	207
--	-----



Inteligencia artificial para la gestión de crisis en marketing y comunicación: funcionalidades y aplicaciones

Artificial Intelligence for Crisis Management in Marketing and Communication: Functionalities and Applications

José Manuel Martín-Herrero

<https://orcid.org/0000-0002-6003-358X>

jomarher@uax.es

Universidad Alfonso X el Sabio Madrid, Madrid, España

Ana Belén Oliver-González

<https://orcid.org/0000-0003-4602-1950>

aolivgon@uax.es

Universidad Alfonso X el Sabio Madrid, Madrid, España

Recibido: 22/04/2025

Aceptado: 15/05/2025

Resumen: La inteligencia artificial ha avanzado significativamente, transformando la rutina diaria de las organizaciones. Este estudio tiene como objetivo examinar su influencia en la gestión de crisis en los ámbitos de marketing y comunicación, considerando su posible uso en la prevención, resolución y optimización de recursos. La investigación cualitativa se basa en una revisión de la literatura y un análisis de herramientas aplicadas a la detección temprana y gestión de crisis. Se identificaron y clasificaron 100 herramientas, de las cuales 20 fueron elegidas por su efectividad en la monitorización, automatización y predicción de tendencias. Los hallazgos indican una mejora en la velocidad de respuesta, facilitan estrategias proactivas y refuerzan la reputación digital. Se concluye que la adopción de estas herramientas mejora la gestión de crisis, aunque también presenta desafíos éticos. Además, se proponen investigaciones futuras sobre el uso responsable y las regulaciones.

Palabras clave: Crisis, Comunicación, Inteligencia artificial, Marketing, Reputación.

Abstract: Artificial intelligence has advanced significantly, transforming the daily routines of organizations. This study aims to examine its influence on crisis management in the fields of marketing and communication, considering its potential use in prevention, resolution, and resource optimization. The qualitative research is based on a literature review and an analysis of tools applied to early detection and crisis mana-

gement. A total of 100 tools were identified and classified, of which 20 were selected for their effectiveness in monitoring, automation, and trend prediction. The findings indicate an improvement in response speed, facilitate proactive strategies, and strengthen digital reputation. It is concluded that the adoption of these tools enhances crisis management, although it also presents ethical challenges. Additionally, future research on responsible use and regulations is proposed.

Keywords: Artificial Intelligence, Communication, Crisis, Marketing, Reputation.

Introducción

La gestión de crisis empresariales en las áreas de marketing y comunicación ha evolucionado significativamente en los últimos años, en gran medida por los avances tecnológicos y la transformación digital. En este sentido, como reconoció Corvalán (2018), toda innovación tecnológica puede producir e introducir, de igual manera, una serie de beneficios, riesgos y daños. Además, desde hace décadas, la comunicación corporativa es un proceso estratégico que va mucho más allá de la simple y mera transmisión de información relevante para las organizaciones (Martín-Herrero y Oliver González, 2024).

En el pasado, la gestión de crisis era un proceso reactivo y lineal, donde las organizaciones dependían de un conjunto limitado de herramientas, como comunicados de prensa, entrevisas en medios y planes de contingencia que habían sido definidos internamente, como señalan Córdova et al. (2023). Sin embargo, esta situación ha cambiado drásticamente con la llegada y democratización de internet, el auge de las redes sociales y, más recientemente, el gran potencial que ha traído la inteligencia artificial. Estas tecnologías han redefinido el comportamiento de las organizaciones, ya que exigen respuestas más rápidas, permiten un análisis en tiempo real y requieren el uso de estrategias proactivas para mantenerse relevantes y competitivas (Peralta, 2023). En este sentido, como ya reconocían Galvis y Silva (2016):

“La comunicación corporativa va más allá de simplemente transmitir información; se enfoca en construir la imagen y la reputación de la empresa. Esto no solo aumenta su visibilidad en el mercado, sino que también atrae a nuevos clientes y fomenta la lealtad de los ya existentes, lo que impulsa su crecimiento y desarrollo”.

En el entorno actual, las crisis, “que no todas responden a los mismos patrones de producción ni generan los mismos efectos” (Xifra, 2020, p. 2), pueden surgir de cualquier lugar y propagarse a gran velocidad. Considerando el crecimiento exponencial de los medios sociales (Padilla, 2023), una publicación en redes sociales, un comentario negativo de un cliente o un error en una campaña de marketing pueden volverse virales en cuestión de minutos, llegando a millones de personas y perjudicando gravemente la reputación de una marca. Estas redes, además, “se convierten en un esencial para un contacto más directo y permanente con la sociedad” (Oliver-González (2024) y Martín-Herrero, 2025, p. 5). Para De Cepeda et al. (2024), estas son plataformas clave que permiten la conexión entre las organizaciones y los grupos de interés.

En este contexto actual de hiperconectividad y visibilidad constante (Santos et al., 2023), las organizaciones se ven obligadas a adoptar herramientas avanzadas que les permitan monitorizar, analizar y actuar de la manera más rápida y eficiente. Además, como reconoce Oliver-González, cuando se conocen las demandas de los públicos, se pueden planificar estrategias de comunicación positivas que sean satisfactorias para los consumidores.

La inteligencia artificial debe ser considerada como una solución innovadora para gestionar este entorno complejo, a la vez que “está rápidamente transformando la economía mundial y definiendo una nueva era” (Pérez et al., 2023, p. 75). Con capacidades que incluyen el análisis de datos masivos, la monitorización en tiempo real, la predicción de tendencias y la automatización de respuestas, la IA está transformando la forma en que las empresas abordan las crisis, a la vez que está transformando sus sistemas tecnológicos (Rodríguez-Alegra et al., 2023).

La gestión de crisis en las organizaciones: comunicación digital, reputación e IA

La cuestión central que aborda este trabajo radica en la creciente complejidad de gestio-

nar crisis en el entorno digital, en unas sociedades globalizadas e intercomunicadas (Gozálvez-Pérez y Cortijo-Ruiz, 2023). En un momento, además, en el que las organizaciones deben lograr sinergias entre sus diferentes canales (Bueno-Núñez y Vinyals-Mirabent, 2023).

A la hora de definir la gestión de crisis, resulta de gran valor la aportación de Villa et al. (2024):

“La gestión de crisis puede definirse como un proceso o método por el cual la crisis puede prevenirse, reducirse al mínimo, gestionarse y controlarse de manera que el efecto positivo supere el efecto negativo.”

Una crisis, en el contexto del marketing y la comunicación, suele estar relacionada con la percepción del público hacia la marca y puede tener repercusiones graves, como pérdida de confianza, disminución de ventas o daño reputacional. La reputación es uno de los activos intangibles más valiosos de una organización, y su protección se encuentra en el centro de cualquier estrategia de gestión de crisis. Martín-Herrero (2023a) define la reputación digital como:

“La imagen que las empresas, las organizaciones, las entidades y las personas proyectan a través de su inversión en huella digital; del uso que hacen de los diferentes canales digitales en los que tienen presencia; de la forma en la que establecen una comunicación bidireccional y respetuosa con sus grupos de interés; de cómo proyectan su responsabilidad con el entorno a través de sus políticas y acciones de responsabilidad social corporativa y sostenibilidad; y de cómo logran cumplir con la promesa que sus productos, sus servicios y su propia marca proyecta y genera en el ámbito digital.”

La reputación se construye a partir de las percepciones que los diferentes stakeholders tienen sobre una organización y cualquier evento negativo puede alterar esta percepción. En este sentido, la rapidez con la que se responde a las crisis y la capacidad de una marca para transmitir transparencia y empatía son factores importantes para preservar la confianza del público, por ello, la comunicación y la reputación son aliadas estratégicas para el éxito de las organizaciones (Castro, 2022).

Uno de los principales retos, en un momento como el actual, en el que la información es fácilmente accesible y los ciudadanos son cada vez más exigentes (Park et al., 2014), es la incapacidad de las empresas para identificar señales tempranas de crisis. Las menciones negativas o críticas hacia una marca pueden pasar desapercibidas en un océano de datos, lo que permite que los problemas se agraven antes de que se tomen medidas correctivas.

Además, las expectativas y las formas de interacción con usuarios y consumidores han cambiado radicalmente y han aparecido nuevos lenguajes y formas de comunicar (Martín et al., 2023).

En la actualidad, los usuarios esperan respuestas rápidas y personalizadas por parte de las marcas, incluso en situaciones de crisis, en el amplio catálogo de herramientas digitales con que cuentan las entidades (Dávila, Leija y Montes, 2023). En este sentido, las organizaciones deben utilizar todas las herramientas que tienen a su disposición, si no, como indica Martín-Herrero (2023b):

“Están perdiendo una gran oportunidad para hacer llegar los mensajes a los públicos de interés de la mejor manera, para así poder establecer una comunicación bidireccional que permita un mejor posicionamiento”.

Para Brandariz et al. (2023), las organizaciones, en sus canales digitales deben mantener la honestidad como transversal. Por eso, un problema adicional es la falta de preparación para manejar la recuperación post-crisis, la improvisación durante su gestión (Enrique, 2013) y la gestión masiva de datos (Sanandres, 2023). Muchas empresas se enfocan exclusivamente en

mitigar el impacto inmediato de una crisis, pero no invierten lo suficiente en aprender de la experiencia y fortalecer sus estrategias para el futuro. Además, la correcta gestión de los canales digital viene determinado por la propia generación de quienes los gestionan (Vargas, Yaulilahua y Quincho, 2024).

Hoy en día, las estrategias de gestión de crisis en marketing están integradas con las tecnologías digitales y basadas en el comportamiento de los consumidores (Zambrano, 2022). La digitalización ha acelerado la velocidad de respuesta y la inmediatez de las interacciones (Hernández y Moral, 2024) y ha permitido a las marcas adoptar un enfoque más predictivo y personalizado, anticipándose a las necesidades y expectativas del público.

La inteligencia artificial ha transformado la gestión empresarial permitiendo una “mayor eficiencia, productividad mejorada y confiabilidad” (Ocaña-Fernández et al., 2021, p. 697). Las ventajas de las diferentes herramientas de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, entre las que se encontraría la IA, son altas (Olarte-Pacco et al., 2023). Estas permiten incorporar soluciones más innovadoras y efectivas que superan las limitaciones de los métodos más tradicionales en gestión.

Método de investigación

A partir de la hipótesis de que las herramientas de IA ayudan de manera significativa a anticiparse, gestionar y paliar las diferentes crisis en los ámbitos del marketing y la comunicación que se pueden dar en las organizaciones, con esta investigación de índole cualitativo también se pretende conocer cuáles son las principales herramientas de Inteligencia Artificial aplicadas a la optimización de la gestión empresarial y cuáles de estas son las más efectivas para la detección temprana de crisis en el ámbito de las áreas de Marketing y Comunicación, para la resolución de la misma y para la optimización de los recursos de cara a mitigar sus impactos.

En primer lugar, se ha llevado cabo una revisión de la literatura existente, que incluye estudios sobre comunicación, gestión de crisis en las organizaciones, reputación e inteligencia artificial. Para poder obtener así una visión actualizada, se han consultado fuentes electrónicas de calidad. Las principales búsquedas se han llevado a cabo en Google Académico, Scopus y la biblioteca digital de la Universidad Complutense de Madrid. Además, se han utilizado bases de datos académicas como JSTOR, Emerald Insight y ScienceDirect.

Los términos utilizados en las búsquedas han sido “gestión de crisis”, “IA”, “IA en las organizaciones”, “reputación”, “reputación digital”. Además se ha utilizado el tesauro UNESCO para poder asegurar de esa manera la utilización de palabras adecuadas que sean relevantes en el contexto académico y científico.

Para el desarrollo de la investigación se ha procedido a realizar una búsqueda de las 100 principales herramientas de IA que pueden ser utilizadas por las empresas y organizaciones. Una vez seleccionadas se han categorizado según los ámbitos de aplicación, como se observa en la tabla 1 y que han respondido a los siguientes criterios: Chatbots, CRM, Análisis, SEO, Edición de video, Automatización, Monitorización, Creación de contenido, Edición visual y Publicidad.

Para determinar qué herramientas se incluyen en el estudio, se han tenido en cuenta las investigaciones previas realizadas por Tejedor et al. (2024) sobre las herramientas de IA utilizadas para la creación de contenido periodístico; Gómez-Diago (2024), y Muñoz y Mateos sobre

las herramientas de IA aplicadas a la traducción de vídeos; y Martín-Herrero y Gárriz-Oyarzun (2025) sobre herramientas para superar las barreras de comunicación en las organizaciones.

Una vez elegidas las 100, y para determinar la idoneidad de unas sobre otras, se ha trabajado durante un mes con las herramientas para identificar así los puntos fuertes y débiles, y la capacidad de respuesta ante las posibles crisis que deben afrontar las áreas de Marketing y Comunicación.

Tabla 1: Herramientas de IA.

Herramienta	Categoría
ActiveCampaign AI	Chatbots
ActiveChat AI	CRM
Adobe Firefly	Ánalisis
Ahrefs AI	SEO
Amplitude AI	Chatbots
Animoto AI	Edición de video
Anyword	Automatización
Automate.io	Monitoreo
AWS Rekognition	Creación de contenido
Azure AI Bot	Edición de video
Botpress AI	Creación de contenido
Brand24	Automatización
Brandwatch Consumer Intelligence	Automatización
Camtasia AI	CRM
Canva Magic Write	Monitoreo
Chatfuel	Creación de contenido
Constant Contact AI	Edición visual
ContentBot.ai	Edición de video
Conversica AI	Publicidad
Copilot by Microsoft	CRM
Copy.ai	CRM
Cortex AI	Publicidad
DALL·E	Chatbots
DeepBrain AI	Monitoreo
DeepL Write	Edición de video
Descript AI	Ánalisis
Designify	Publicidad
Dialogflow AI	Chatbots
Drift AI	Creación de contenido
Elai.io	Ánalisis
Flow XO AI	Edición visual
Frase.io	Edición visual
GoCharlie.ai	CRM
Google Analytics 4 AI	Creación de contenido
Google Bard	SEO
Google Cloud AutoML	Creación de contenido
Google Optimize AI	Ánalisis
Grammarly	Monitoreo
GrowthBar	Monitoreo
Heap AI	Chatbots
Hootsuite Insights	Chatbots
Hotjar AI	Automatización
HubSpot AI	Monitoreo
HubSpot SEO Tools	SEO
IBM Watson Assistant	Creación de contenido

IFTTT AI	Chatbots
INK Editor	Ánalisis
Intercom AI	Edición visual
Jasper	Publicidad
Kuki Chatbot	CRM
Landbot AI	Creación de contenido
Lately	Edición visual
Lumen5 AI	Edición de video
Magisto AI	Edición de video
Mailchimp AI	Monitoreo
Majestic AI	Monitoreo
ManyChat AI	Chatbots
MarketHero	Creación de contenido
MarketMuse	SEO
Meta Business Suite AI	Creación de contenido
Monday.com AI	Chatbots
Moovly AI	Monitoreo
Notion AI	SEO
Ocoya	SEO
OpenAI ChatGPT	Chatbots
Optimove	Edición de video
Outreach.io	Chatbots
Phrasee	Edición visual
Pictory	Publicidad
Powtoon AI	CRM
Promo AI	Edición visual
Replika AI	CRM
Rytr	SEO
Salesforce Einstein	Creación de contenido
Scalenut	Edición visual
Segment AI	Edición visual
Semrush AI	CRM
SEO.ai	Ánalisis
Simplified AI	Monitoreo
Slack GPT	Creación de contenido
Smartwriter.ai	Edición de video
Sprinklr	CRM
Sprout Social	Ánalisis
Surfer Local	Edición visual
Surfer SEO	Publicidad
Synthesia AI	Edición visual
Taboola Predictive AI	Chatbots
Tars AI	SEO
Tidio AI	Creación de contenido
TikTok Creative Center AI	SEO
Trello AI	CRM
Twilio AI	SEO
Veed.io AI	Edición visual
Vidyard AI	Chatbots
Wibbitz AI	Automatización
WriteSonic (publicidad)	Publicidad
WriteSonic (CRM)	CRM
Zapier AI	Monitoreo
Zendesk AI	Chatbots
Zoho CRM AI	Publicidad

Fuente: Elaboración propia.

Resultados

Para llevar a cabo la selección de las 20 herramientas de inteligencia artificial que mejor

contribuyen en la gestión de crisis relacionadas con las áreas de marketing y comunicación de las organizaciones se ha tenido en cuenta su utilidad y habilidad para poder hacer frente y abordar de manera efectiva estos retos de gestión en el entorno digital actual. Las herramientas seleccionadas destacan por su practicidad y por la posibilidad de ser integradas en el desarrollo de estrategias preventivas. La elección se basa en un análisis que considera cuatro aspectos clave: sus capacidades técnicas, su aplicación en situaciones de crisis, su relevancia en la gestión integral y su innovación tecnológica, como se detalla en la tabla 2.

Tabla 2: Puntuaciones obtenidas por las herramientas en los aspectos clave evaluados.

Herramienta	Capacidades técnicas	Aplicación en contextos de crisis	Relevancia en la gestión integral	Innovación tecnológica	Puntuación total
Brandwatch Consumer Intelligence	8	9	10	9	36
Brand24	8	9	9	9	35
Surfer SEO	9	8	8	9	34
GrowthBar	8	9	7	9	33
Jasper	8	9	9	7	33
Scalenut	9	10	7	6	32
Frase.io	9	8	8	7	32
INK Editor	8	8	8	7	31
WriteSonic (Publicidad)	8	9	7	7	31
Anyword	8	9	7	7	31
Chatfuel	8	9	7	7	31
Smartwriter.ai	9	7	7	7	30
Surfer Local	7	9	7	7	30
Pictory	8	9	6	7	30
Lately	6	7	9	7	29
MarketMuse	8	6	7	8	29
Ocoya	7	7	7	8	29
Designify	6	5	10	7	28
Phrasee	7	7	7	7	28
Optimove	6	5	9	7	27
Tars AI	6	7	7	7	27
Salesforce Einstein	6	8	7	5	26
Powtoon AI	6	6	7	7	26
Synthesia AI	7	5	8	5	25
Outreach.io	6	7	7	4	24
Zendesk AI	7	8	8	1	24
Promo AI	7	3	7	7	24
Lumen5 AI	4	8	9	3	24
DeepBrain AI	7	7	3	7	24
Zapier AI	6	6	7	5	24
Segment AI	6	3	8	7	24

Hootsuite Insights	7	8	1	7	23
Trello AI	7	7	8	1	23
Botpress AI	5	8	7	3	23
Copilot by Microsoft	3	4	6	8	21
Google Optimize AI	7	5	6	3	21
Wibbitz AI	6	1	9	5	21
Replika AI	6	8	3	4	21
Hotjar AI	2	6	6	7	21
Copy.ai	5	4	5	6	20
Monday.com AI	1	5	6	8	20
Dialogflow AI	1	3	8	8	20
Google Cloud AutoML	3	5	6	6	20
Descript AI	6	4	7	3	20
Moovly AI	4	2	6	8	20
IFTTT AI	5	3	6	6	20
Adobe Firefly	1	8	8	2	19
WriteSonic (CRM)	4	7	1	7	19
Zoho CRM AI	3	2	6	8	19
Ahrefs AI	7	3	2	7	19
ActiveCampaign AI	6	4	2	7	19
Drift AI	7	5	3	4	19
Canva Magic Write	6	2	5	5	18
GoCharlie.ai	1	8	2	7	18
TikTok Creative Center AI	6	4	1	7	18
Tidio AI	3	2	6	7	18
Amplitude AI	2	5	5	6	18
Sprout Social	4	8	1	4	17
Meta Business Suite AI	7	3	6	1	17
Taboola Predictive AI	5	7	4	1	17
Vidyard AI	5	3	1	8	17
ActiveChat AI	7	3	1	6	17
Google Analytics 4 AI	6	1	2	8	17
HubSpot AI	6	8	1	1	16
Simplified AI	3	1	6	6	16
HubSpot SEO Tools	6	3	3	4	16
Mailchimp AI	4	2	2	8	16
Animoto AI	2	5	1	8	16
Twilio AI	2	5	4	5	16
OpenAI ChatGPT	2	8	1	4	15
SEO.ai	1	4	3	7	15
Semrush AI	1	8	2	4	15
Landbot AI	1	4	7	3	15

AWS Rekognition	1	3	7	4	15
IBM Watson Assistant	1	6	1	7	15
Elai.io	3	8	2	2	15
Rytr	1	7	4	2	14
MarketHero	1	2	4	7	14
Cortex AI	1	2	8	3	14
Camtasia AI	1	6	6	1	14
Magisto AI	5	1	3	5	14
Notion AI	2	5	1	5	13
Kuki Chatbot	3	2	5	3	13
ManyChat AI	6	3	1	3	13
Automate.io	2	1	2	8	13
Sprinklr	2	3	5	2	12
Grammarly	1	5	4	2	12
Constant Contact AI	2	1	2	7	12
Intercom AI	3	1	2	6	12
Heap AI	4	2	5	1	12
ContentBot.ai	2	4	2	3	11
Google Bard	3	5	2	1	11
Conversica AI	4	2	3	2	11
DALL·E	4	1	4	1	10
Azure AI Bot	2	1	6	1	10
Veed.io AI	2	6	1	1	10
Slack GPT	1	1	4	3	9
DeepL Write	1	1	5	1	8
Majestic AI	1	3	3	1	8
Flow XO AI	3	1	2	2	8

Fuente: Elaboración propia.

En el análisis de capacidades técnicas, las herramientas mejor evaluadas y seleccionadas ofrecen funciones específicas y directamente orientadas a la crisis que se debe gestionar. Brandwatch y Brand 24, por ejemplo, permiten monitorizar constantemente las redes sociales, identificar el sentimiento hacia la marca y sus publicaciones en tiempo real, lo que facilita la detección temprana de situaciones negativas y la posibilidad de actuar de manera proactiva. Por otro lado, MarketMuse y Surfer SEO optimizan el contenido según la demanda del público y utilizan modelos predictivos para anticipar posibles problemas. Además, Chatfuel y Anyword destacan por su capacidad para generar respuestas automáticas rápidas y personalizadas. La aplicación de estas herramientas en situaciones de crisis es otro aspecto clave que respalda su elección.

Han demostrado ser efectivas en contextos reales, abarcando desde la prevención hasta la recuperación posterior a una crisis. Jasper, Frase.io e INK Editor, por ejemplo, permiten a las organizaciones crear contenido adaptado al tono y contexto de cada situación, mientras que Optimove y Smartwriter.ai mejoran la personalización de las interacciones con los clientes. Asimismo, Pictory y Designify facilitan respuestas ágiles con contenido visual de alta calidad,

un recurso valioso para gestionar una crisis de comunicación en redes sociales.

En cuanto a su relevancia para la gestión integral de crisis, estas herramientas cubren todas las etapas del proceso: prevención, gestión activa y recuperación. En la fase preventiva, MarketMuse y Surfer SEO ayudan a identificar áreas de riesgo antes de que se conviertan en problemas graves. Durante la fase activa, herramientas como Brandwatch y WriteSonic son muy útiles para las organizaciones, ya que permiten respuestas rápidas y una monitorización constante. En la etapa de recuperación, es esencial contar con herramientas que faciliten la evaluación y el aprendizaje de la crisis.

Finalmente, estas herramientas se destacan por su innovación y adaptabilidad, integrando tecnologías avanzadas como la inteligencia artificial y el aprendizaje automático, lo que las diferencia de otras opciones más limitadas. Brandwatch y Optimove utilizan algoritmos sofisticados que permiten segmentar audiencias y priorizar problemas, ayudando a las organizaciones a tomar decisiones basadas en datos. Chatfuel y Anyword, por su parte, garantizan una automatización ética, diseñada para mantener un componente humano en las interacciones y reducir el riesgo de respuestas inadecuadas y distantes.

En comparación con otras herramientas disponibles, las seleccionadas sobresalen por su capacidad para abordar las múltiples dimensiones de la gestión de crisis, desde el análisis predictivo hasta la automatización ética y la producción de contenido de calidad, como se puede observar en la tabla 3.

Tabla 3: Herramientas seleccionadas para la gestión de crisis.

Herramienta	Funcionalidad	Ayuda en la gestión de crisis
Brandwatch Consumer Intelligence	La herramienta rastrea las menciones de una marca y también las de sus productos y servicios en plataformas de redes sociales, blogs, foros y otros medios digitales. Además, lleva a cabo una evaluación del sentimiento que tienen los usuarios hacia la organización y, en base a estos, identifica patrones en las conversaciones que se generan.	Al identificar comentarios negativos y tendencias emergentes, permite intervenir antes de que el problema escale. Soluciones antes de que se extienda.
Brand24	Realiza un rastreo, en tiempo real, de la marca, lo que permite realizar el análisis de sentimientos. Posteriormente clasifica los comentarios como positivos, negativos y neutros. Además, identifica la fuente de las menciones recibidas y determina el potencial alcance que tendrá un problema o una crisis.	Con alertas instantáneas sobre menciones negativas, puede responder rápidamente. Ayuda a visualizar el alcance de una crisis potencial y actuar en consecuencia.

Surfer SEO	<p>Optimiza el contenido web para el SEO, analizando palabras clave, backlinks y competidores para mejorar el posicionamiento.</p>	<p>Una estrategia SEO asegura que los usuarios puedan encontrar contenido relevante y actualizado sobre la marca, lo que disminuye el riesgo de críticas o quejas por falta de información. Además, en este sentido, se reducen la probabilidad de que la información que llegue a los usuarios o clientes sea incorrecta, ya que se garantiza que el contenido sea accesible y esté bien posicionado en los canales de búsqueda.</p>
GrowthBar	<p>Permite generar contenido optimizado para SEO de manera rápida y ofrece recomendaciones de keywords, backlinks y temas actuales.</p>	<p>Tener contenido relevante y optimizado para los canales digitales ayuda a las organizaciones a mantenerse alineadas con las tendencias actuales y las expectativas de su audiencia. Esto previene una posible desconexión entre la entidad y su público objetivo, así como con sus grupos de interés. Además, la marca podrá crear contenido que responda a las preguntas de la audiencia y a sus necesidades, tanto actuales como futuras.</p>
Jasper	<p>A través de la IA crea contenido creativo, coherente y adaptado a la voz de la marca en blogs, redes sociales, anuncios y correos electrónicos.</p>	<p>Con un tono claro y un mensaje coherente, se disminuye considerablemente el riesgo de malentendidos o de publicar contenido que pueda ser visto como ofensivo o insensible. Esta coherencia contribuye a que la marca mantenga una imagen positiva y bien gestionada.</p>
Scalenut	<p>Facilita la creación de contenido SEO mediante el análisis de la competencia y la recomendación de palabras clave y temas relevantes.</p>	<p>Permite a las marcas y organizaciones estar al día de los temas relevantes relacionados con su industria y anticiparse así a posibles críticas o quejas por parte de la audiencia a una posible falta de respuesta o sensibilidad hacia tendencias emergentes.</p>
Frase.io	<p>Analiza las preguntas más frecuentes de los usuarios en motores de búsqueda y utiliza esa información para crear contenido relevante que responda a esas inquietudes.</p>	<p>Ayuda a prevenir quejas y frustraciones por falta de información. Esta proactividad reduce la posibilidad de que los usuarios expresen debido a dudas o problemas no abordados.</p>
INK Editor	<p>Editor SEO, mejora la legibilidad y asegura que el tono del mensaje sea coherente con la voz de la marca.</p>	<p>Al mejorar la legibilidad y asegurarse de que el tono sea el adecuado, minimiza el riesgo de que el contenido sea malinterpretado y se convierta en una fuente de críticas.</p>

WriteSonic	<p>Crea contenido rápido y efectivo para redes sociales, blogs y anuncios, manteniendo la calidad y la creatividad en la comunicación.</p>	<p>La herramienta asegura que los mensajes de la marca sean coherentes y estén alineados con la identidad de la marca. Esto ayuda a evitar errores en la redacción que puedan causar malentendidos o reacciones negativas del público.</p>
Anyword	<p>Optimiza copy para anuncios, correos y publicaciones en redes con datos para ajustar el lenguaje y mejorar el impacto del mensaje.</p>	<p>Al probar y optimizar diferentes variaciones de mensajes asegura que el contenido sea claro y efectivo y evitar el uso de frases o palabras que puedan interpretarse. Minimiza el riesgo de publicar contenido que pueda ser mal recibido por el público.</p>
Chatfuel	<p>Permite la creación de chatbots para automatizar la atención al cliente en redes sociales y sitios web</p>	<p>Ayuda a desactivar problemas en el momento en que surgen y proporciona respuestas rápidas. Al atender las preocupaciones de los usuarios de inmediato, se evita la acumulación de quejas y se reduce el riesgo de que problemas menores escalen a una crisis.</p>
Smartwriter.ai	<p>Personaliza mensajes de correo electrónico de contacto y optimiza el contenido para SEO y marketing.</p>	<p>La personalización de los correos electrónicos asegura que las comunicaciones sean adecuadas y no parezcan genéricas o despersonalizadas, que suelen generar frustración.</p>
Surfer Local	<p>Herramienta de SEO local que ayuda a mejorar la visibilidad de un negocio en búsquedas específicas de ubicación.</p>	<p>Esta herramienta ayuda a asegurar que los usuarios encuentren información precisa y actualizada sobre el negocio en su área. Al evitar que los clientes encuentren datos incorrectos se reduce el riesgo de quejas por experiencias negativas.</p>
Pictory	<p>Convierte contenido de texto (como blogs y artículos) en videos atractivos y optimizados para redes. Permite crear contenido visual sin grandes conocimientos en edición.</p>	<p>Los videos de calidad y bien estructurados permiten transmitir un mensaje de marca claro y comprensible. Además, la herramienta permite que se adapte de manera rápida el contenido a nuevos formatos, que pueden servir, por ejemplo, para responder a dudas con videos informativos y con contenido de valor.</p>
Lately	<p>Analiza el contenido existente de la marca para determinar qué ha funcionado bien en el pasado y usa IA para recomendar ideas para nuevas publicaciones.</p>	<p>Permite que la marca pueda mantener una estrategia de comunicación efectiva basada en no utilizar contenido que genere reacciones negativas en los públicos.</p>

MarketMuse	Herramienta de optimización de contenido que utiliza IA para analizar temas en profundidad y realizar recomendaciones que ayuden a mejorar el SEO y la relevancia.	Al garantizar que el contenido publicado está en sintonía con las expectativas de los usuarios se evita la sensación de insatisfacción por parte de las audiencias.
Ocoya	Permite crear contenido visual y de texto para redes de forma rápida y atractiva, y optimiza la creatividad y el impacto del mensaje.	Permite que las organizaciones mantengan una imagen profesional, de calidad y coherente en las diferentes publicaciones que se llevan a cabo. Esto reduce la posibilidad de que un diseño pobre o fuera de lugar cause reacciones negativas.
Designify	Herramienta de edición de imágenes que facilita la eliminación de fondos, mejora la calidad visual y permite ajustes rápidos en fotos y gráficos.	Ayuda a evitar que se publiquen imágenes de baja calidad o poco profesionales, lo cual podría generar críticas o afectar negativamente la reputación de la empresa.
Phrasee	Optimiza el lenguaje de correos electrónicos, anuncios y otras comunicaciones con textos que conectan mejor con el público y que consistentes con la voz de la marca.	Phrasee reduce el riesgo de que se utilicen palabras o frases que puedan ser malinterpretadas o generar una reacción negativa.
Optimove	Plataforma de CRM basada en IA que analiza el comportamiento del cliente en múltiples canales y personaliza las campañas para mejorar la experiencia del cliente.	Reduce las probabilidades de que surjan quejas o insatisfacción. La plataforma permite a la empresa ajustar su comunicación y oferta en función del feedback y las preferencias de los usuarios.

Fuente: Elaboración propia.

Discusión y conclusiones

La gestión de crisis en marketing y comunicación está experimentando una transformación profunda, impulsada por la integración de herramientas de inteligencia artificial (IA). Estas tecnologías no solo han optimizado procesos ya consolidados en las organizaciones empresariales, sino que han redefinido el enfoque estratégico hacia la proactividad, la anticipación y la eficiencia. La presente investigación ha permitido identificar cómo la IA aporta capacidades técnicas valiosas, tales como la monitorización en tiempo real, el análisis predictivo de tendencias y la automatización de respuestas, lo que contribuye a mejorar significativamente la respuesta ante situaciones de crisis.

La relevancia de las plataformas analizadas reside en su capacidad para actuar en todas las fases de una crisis: prevención, gestión activa y recuperación. Herramientas como Brandwatch o Brand24 permiten una detección temprana de señales en redes sociales, mientras que otras como Jasper o WriteSonic aseguran una generación de contenido adaptado al contexto. Asimismo, soluciones como Chatfuel y Anyword destacan por facilitar una automatización ética, basada en la personalización, que evita la escalada de conflictos y refuerza la relación con los públicos clave.

Además, la IA ofrece un aprendizaje continuo gracias al análisis profundo de datos, lo que permite ajustar las estrategias comunicativas en función del comportamiento de los stakeholders. Esta capacidad refuerza la resiliencia organizacional y mejora la gestión de la reputación digital, en línea con lo señalado por Martín-Herrero (2023a) y Castro (2022). Sin embargo, este avance tecnológico plantea interrogantes que deben ser abordados desde una perspectiva crítica y ética.

Surgen así diversas preguntas de futuro que pueden guiar nuevas investigaciones: ¿Hasta qué punto pueden automatizarse las respuestas sin perder el componente humano que demanda una comunicación de crisis empática y transparente? ¿Está preparada la inteligencia artificial para adaptarse a contextos culturales diversos, tal como advierten Martín-Herrero y Gárriz-Oyarzun (2025) en el ámbito de la comunicación intercultural? ¿Qué implicaciones éticas se derivan de la toma de decisiones automatizada en entornos de alta presión reputacional? ¿Cómo garantizar que la predicción de crisis basada en IA no incurra en sesgos algorítmicos, como señalan Corvalán (2018) y Ocaña-Fernández et al. (2021)?

A partir de estas cuestiones, se propone como líneas de investigación futura: el desarrollo de marcos éticos aplicables al uso de IA en la gestión de crisis comunicativas; el estudio de la efectividad de la automatización personalizada en la fase de recuperación post-crisis; la creación de indicadores para evaluar el impacto de la IA en la percepción de los stakeholders; o la exploración de sinergias entre sostenibilidad, responsabilidad social y algoritmos predictivos, en línea con lo planteado por Martín-Herrero y Oliver-González (2024).

Referencias bibliográficas

- Brandariz Portela, T., Ortega Fernández, E. y Padilla Castillo, G. (2023). Los millennials y la honestidad como valor de marca. El caso Goiko en Instagram. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 56, 214-238. <http://doi.org/10.15198/seeci.2023.56.e820>
- Bueno-Núñez, L. D. y Vinyals-Mirabent, S. (2023). La transformación digital de las grandes marcas de la gastronomía española en tiempos de crisis. Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social “Disertaciones”, 16(1), <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.12438>
- Castro, V. S. (2022). *La comunicación interna y su influencia en la identidad corporativa del personal de una entidad operadora de justicia en La Libertad*. (Tesis Doctoral). Universidad César Vallerio, Trujillo. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/99627>
- Córdoba Recalde, A. S., Zhune Rosas, S. C. y Tusa, F. (2023). Competencias organizacionales del Comunicador Social del ECU 911 ante situaciones de crisis. *#PerDebate*, 7(1), 106–139. <https://doi.org/10.18272/pd.v7i1.3107>
- Corvalán, J. G. (2018). Inteligencia artificial: retos, desafíos y oportunidades – Prometea: la primera inteligencia artificial de Latinoamérica al servicio de la Justicia. *Revista De Investigações Constitucionais*, 5(1), 295–316. <https://doi.org/10.5380/rinc.v5i1.55334>
- De Cepeda Aparicio, L., Oliver-González, A. B. y Martín-Herrero, J. M. (2024). Comunicación Política en Redes Sociales: Estrategias de la Oficina del Parlamento Europeo en España para promover las elecciones europeas en la Generación Z. En Alberto Dafonte-Gómez y María Isabel Míguez-González (Coords.). *Comunicación digital en la era de la Inteligencia Artificial* (pp. 470-485) Dykinson.
- Dávila Ordoñez, X. M., Leija Román, D. A. y Montes Rojas, L. (2023). Diseño de modelo

- para la valoración de identidad y reputación digital de información institucional de IES en entornos web. *Zincografía*, 7(13), 241-263. <https://doi.org/10.32870/zcr.v7i13.202>
- Enrique Jiménez, A. M. (2013). La gestión de comunicación de crisis en las redes sociales. *Orbis. Revista Científica Ciencias Humanas*, 8(24), 116-131.
- Galvis Ardila, Y. y Silva Agudelo, M. C. (2016). Comunicación: reputación y crecimiento empresarial. *Pensamiento & Gestión*, (41), 194-239.
- Gómez-Diago, G. (2024). Herramientas de inteligencia artificial para la creación, edición y traducción de vídeos. Una revisión. *Espejo De Monografías De Comunicación Social*, (25), 97-117. <https://doi.org/10.52495/c4.emcs.25.p108>
- Gozálvez-Pérez, V. y Cortijo-Ruiz, G. (2023). Desarrollo humano y redes sociales en sociedades digitales. *Sophia, colección de Filosofía de la Educación*, 34, pp. 41-64. <https://doi.org/10.17163/soph.n34.2023.01>
- Hernández Camblor, C. y Moral Jiménez, M. D. (2024). Uso de las redes sociales virtuales, percepción de soledad y habilidades sociales en jóvenes adultos españoles de la generación Z y la generación Y. *Acta Colombiana de Psicología*, 27(1), 231-247. <https://doi.org/10.14718/ACP.2024.27.1.13>
- Martín-Herrero, J. M. (2023a). Revisión bibliográfica sobre reputación en los ámbitos digitales: Cómo potenciar la gestión efectiva de la imagen corporativa en la era digital. En M. I. Mínguez y A. Dafonte (Eds). *Periodismo, ciudadanía y política en el escenario digital* (pp. 513-525). Dykinson.
- Martín-Herrero, J. M. (2023b). Comunicación digital de las Denominaciones de Origen Protegidas de Extremadura: web, redes sociales y blogs. En Manuel Bermúdez Vázquez y Marta Rojano Simón (Coords.), *Estudios sociales, estética, arte y género: Nuevos enfoques* (pp.578-597). Dykinson.
- Martín-Herrero, J. M. y Oliver-González, A. B. (2024). El propósito empresarial como elemento de comunicación corporativa y reputación. De la RSC a la sostenibilidad. *European Public & Social Innovation Review*, 9, 1-15. <https://doi.org/10.31637/ep-sir-2024-776>
- Martín-Herrero, J. M. y Gárriz-Oyarzun, A. (2025). Inteligencia artificial y comunicación intercultural: Estrategias y herramientas para superar los retos de las organizaciones. (2025). *Revista Protocolo Y Comunicación*, 3(5). <https://doi.org/10.58703/rpyc.v3n5a2>
- Martin Neira, J. I., Trillo Domínguez, M. y Olvera Lobo, M. D. (2023). Comunicación científica tras la crisis del COVID-19: estrategias de publicación en TikTok en el tablero transmedia. *Revista Latina de Comunicación Social*, 81, 109-132. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2023-1841>
- Muñoz, S. M. y Mateos Abarca, J. P. (2024). Herramientas de inteligencia artificial generativas aplicadas a la edición audiovisual. Tipologías y disyuntivas. *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 11(Especial). <https://doi.org/10.24137/raeic.11.e.4>
- Ocaña-Fernández, Y., Valenzuela-Fernández, L. A., Vera-Flores, M. A. y Rengifo-Lozano, R. A. (2021). Inteligencia artificial (IA) aplicada a la gestión pública. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26(94), 696-707.
- Olarte-Pacco, M. A. D., Flores Mayta, D. J., Rios Vera, K. J., Quispe Ambrocio, A. D. y Seguil-Ormeño, N. A. (2023). Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) en la gestión empresarial: Un análisis cienciométrico. *COMUNI@CCION: Revista de Inves-*

- tigación en Comunicación y Desarrollo*, 14(4), 388-400. <https://doi.org/10.33595/2226-1478.14.4.899>
- Oliver-González, A. B. (2024). Democracia y Cultura Política en la Contextualización del Lobby. *VISUAL REVIEW. International Visual Culture Review Revista Internacional De Cultura Visual*, 16(7), 129–144. <https://doi.org/10.62161/revvisual.v16.5347>
- Oliver-González, A. B. y Martín-Herrero, J. M. (2025). Asuntos públicos como herramienta de comunicación e imagen corporativa. *European Public & Social Innovation Review*, 10, 1–16. <https://doi.org/10.31637/epsir-2025-484>
- Padilla Castillo, G. (2023). La “Burbuja de la melancolía”. Peligros emocionales de las redes sociales. *Human Review. International Humanities Review /Revista Internacional de Humanidades*, 16(6), 1-10. <https://acortar.link/VwaPZK>
- Park, J., Lee, H. y Kim, C. (2014). Corporate social responsibilities, consumer trust and corporate reputation: South Korean consumers' perspectives. *Journal of Business Research*, 67(3), 295-302. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.05.016>
- Peralta Fajardo, P. G. (2023). E-branding, la importancia de la gestión de la reputación en línea. *Ñawi. Arte, diseño y comunicación*, 7(2), 162-174. <https://doi.org/10.37785/nw.v7n2.a9>
- Pérez González, A. R., Villegas Estévez , C. J., Cabascango Jaramillo , M. J. C. y Soria Flores, E. R. (2023). Inteligencia artificial como estrategia de innovación en empresas de servicios: Una revisión bibliográfica. *Revista Publicando*, 10(38), 74-82. <https://doi.org/10.51528/rp.vol10.id2359>
- Rodríguez Alegre, L. R., Calderón-De-Los-Ríos, H., Hurtado-Zamora, M. M. y Ocaña-Rodríguez, A. W. (2023). Inteligencia artificial en la gestión organizacional: Impacto y realidad latinoamericana. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonia*, 8(1), 226–241. <https://doi.org/10.35381/r.k.v8i1.2782>
- Sanandres Campis, E., (2023). Aplicación del Análisis de Redes Sociales para el estudio de las redes de comunicación en línea: evidencia empírica de Twitter. *EMPIRIA. Revista de Metodología de las Ciencias Sociales*, 57(), 165-188. <https://doi.org/10.5944/empiria.57.2023.36434>
- Santos Albardía, M., Agirreazkuenaga Onaindia , I. y Peña Fernández, S. (2023). Educomunicación en la era de la hiperconectividad: : Educación libertadora para fomentar la ciudadanía crítica. *Comunicação Mídia E Consumo*, 20(58). <https://doi.org/10.18568/cmc.v20i58.2820>
- Tejedor Calvo, S., Cervi, L., Pulido, C. y Guerrero Gómez, N. (2024). Inteligencia Artificial para creación de contenido periodístico: Un benchmarking de las principales herramientas. *SOCIAL REVIEW. International Social Sciences Review Revista Internacional de Ciencias Sociales*, 12(1), 15–30. <https://doi.org/10.62701/revsocial.v12.5179>
- Vargas Basilio, M., Yaulilahua Llancari, S. M. y Quincho Zevallos, H. (2024). Gestión de redes sociales y el nuevo consumidor digital millennial en una ciudad del Perú. *COMUNI@CCION: Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo*, 15(1), 44-55. <https://doi.org/10.33595/2226-1478.15.1.1000>
- Villa Andrade, L. C., Constante Armas, J. J., Chaluisa Chaluisa, S. F. y Guerrero Velástegui, C. A. (2024). Planificación Estratégica y Estilos de Gestión de Crisis en las Organizaciones Empresariales: una Revisión de la Literatura. *Tesla Revista Científica*, 4(1), e334. <https://doi.org/10.55204/trc.v4i1.e334>

- Xifra, J. (2020). Comunicación corporativa, relaciones públicas y gestión del riesgo reputacional en tiempos del Covid-19. *Profesional De La información*, 29(2). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.20>
- Zambrano Macías, J. I. (2022). Impacto de campañas publicitarias en redes sociales. *Revista de Investigación en Ciencias de la Administración ENFOQUES*, 6(24), 381-390. <https://doi.org/10.33996/revistaenfoques.v6i24.149>

Declaración de contribución

José Manuel Martín-Herrero: Conceptualización, Metodología, Validación, Investigación, Curación de datos, Redacción – borrador original, Redacción – revisión y edición, Supervisión y Administración del proyecto.

Ana Belén Oliver-González: Conceptualización, Metodología, Validación, Investigación, Curación de datos, Redacción – borrador original, Redacción – revisión y edición, Supervisión y Administración del proyecto.



La comunicación institucional en la era de las redes sociales: análisis de la estrategia de las Fuerzas Armadas de España en Instagram

Institutional Communication in the Age of Social Media: An Analysis of the Spain Armed Forces' Strategy on Instagram

Jonattan Rodríguez Hernández

jonrodri@ucm.es

<https://orcid.org/0000-0001-8680-5800>

https://x.com/Jonattan_Rodri

Universidad Complutense de Madrid (UCM), Madrid, España

Noemí Martín García

noemicarmen.martin@uva.es

<https://orcid.org/0000-0003-3478-5021>

Universidad de Valladolid, Valladolid, España

Eglée Ortega Fernández

egleeort@ucm.es

<https://orcid.org/0000-0001-7103-2403>

<https://x.com/egleeortegaf>

Universidad Nebrija, Madrid, España

Recibido: 07/01/2025

Aceptado: 27/06/2025

Resumen: Este estudio analiza la estrategia de comunicación institucional del Ejército de Tierra, la Armada y el Ejército del Aire y del Espacio en la red social Instagram durante el periodo comprendido entre abril de 2024 y abril de 2025. A través de una metodología mixta que combina segmentación temática (Graphext) y análisis léxico-discursivo (Sketch Engine), se identifican los principales clústeres de contenido, los términos clave y los patrones de interacción que estructuran la narrativa militar en el entorno digital. Los resultados muestran que las tres ramas han adaptado sus discursos a las lógicas de representación de Instagram, equilibrando registros operativos, simbólicos y afectivos. Asimismo, se constata que la eficacia comunicativa se potencia cuando la acción institucional se inscribe en marcos emocionales y de servicio público. El análisis permite observar convergencias y matices específicos entre ramas, así como reflexionar sobre los desafíos que plantea la creciente emocionalización y espectacularización de la comunicación militar en redes sociales.

Palabras clave: Comunicación institucional; Fuerzas Armadas; Instagram; Análisis del discurso; Narrativas digitales.

Abstract: This study analyzes the institutional communication strategy of the Spanish Army, Navy, and Air and Space Force on the social media platform Instagram during the period from April 2024 to April 2025. Using a mixed-methods approach that combines thematic segmentation (Graphext) and lexical-discursive analysis (Sketch Engine), the research identifies the main content clusters, key terms, and interaction patterns that structure the military narrative in the digital environment. The results show that the three branches have adapted their discourse to Instagram's representational logics, balancing operational, symbolic, and affective registers. Furthermore, it is observed that communicative effectiveness increases when institutional actions are framed within emotional narratives and public service contexts. The analysis highlights both convergences and distinctive nuances among the branches, and invites reflection on the challenges posed by the growing emotionalization and spectacularization of military communication in social media.

Keywords: Institutional communication; Armed Forces; Instagram; Discourse analysis; Engagement; Social media.

Introducción

La comunicación institucional es el conjunto de estrategias y acciones diseñadas por organismos públicos y privados para gestionar y difundir información relacionada con sus actividades, objetivos y valores. Su principal objetivo es generar una imagen coherente y confiable que fortalezca la relación con la ciudadanía, los medios de comunicación y otros actores relevantes (Sandhu, 2009). Las instituciones, ya sean gubernamentales, educativas, empresariales o de la sociedad civil, necesitan establecer una comunicación clara y efectiva que promueva la transparencia, la responsabilidad y la legitimidad de sus acciones. Tradicionalmente la comunicación institucional estaba centrada en medios convencionales como la prensa, la radio y la televisión. Sin embargo, con la revolución tecnológica y la popularización de internet, las redes sociales han pasado a ser canales fundamentales para alcanzar a un público más amplio y diverso.

Un aspecto importante a destacar es la inversión en comunicación institucional. En España, el gasto en comunicación por parte de entidades gubernamentales y grandes empresas ha ido en aumento, reflejando la importancia de mantener una presencia sólida en los medios y de adaptarse a los nuevos tiempos digitales. Por ejemplo, en 2023 se estimaba que las instituciones públicas destinaban más de 100 millones de euros anuales en campañas y estrategias de comunicación, con especial énfasis en los medios digitales, ya que el 72% de los españoles utilizan redes sociales de manera habitual. Entre los principales anunciantes institucionales se encuentran entidades como el Ministerio de Defensa, el Ministerio de Sanidad y la Dirección General de Tráfico (Comisión de Publicidad y Comunicación Institucional del Gobierno de España - Informe Anual de Publicidad y Comunicación Institucional, 2023)

En este contexto, Instagram ha emergido como una plataforma clave en la estrategia comunicacional de muchas instituciones, incluidas las Fuerzas Armadas de España. Con más de 30 millones de usuarios en España, de los cuales un 80% tiene entre 18 y 44 años (IAB, 2024), las redes sociales representan una oportunidad única para conectar con audiencias jóvenes y difundir mensajes de manera directa y creativa. Las Fuerzas Armadas, como muchas otras instituciones, han adaptado sus estrategias de comunicación para aprovechar el potencial de estas plataformas, creando contenidos visuales que transmiten sus valores y misiones de manera accesible y atractiva.

Los cambios en las dinámicas comunicativas y en las prácticas de consumo de información por parte del público joven plantean la necesidad de repensar cómo las organizaciones públicas, incluidas aquellas de carácter más tradicional como las Fuerzas Armadas, adaptan sus estrategias de comunicación en el entorno digital. En este contexto, el presente estudio se plantea con el objetivo de analizar la estrategia discursiva desplegada por las Fuerzas Armadas de España en Instagram, evaluando los recursos temáticos, narrativos y simbólicos empleados para construir su identidad institucional. Concretamente, se aborda la comunicación realizada por las tres ramas que conforman las Fuerzas Armadas: el Ejército del Aire y del Espacio, el Ejército de Tierra y la Armada. Las conclusiones de este estudio permiten visualizar los cambios producidos en la sociedad contemporánea, así como las transformaciones en las formas de manifestación institucional, poniendo de relieve cómo incluso organizaciones clásicas y regias han debido modificar sus modos de expresión para conectar con nuevas audiencias y mantener su legitimidad social.

2. Marco teórico

Este estudio se inscribe en el campo de la comunicación institucional y, más concretamente, en la comunicación estratégica y las relaciones públicas digitales. A partir de un corpus formado exclusivamente por publicaciones orgánicas emitidas por las Fuerzas Armadas en Instagram, no se abordan piezas publicitarias pagadas ni campañas patrocinadas. Por tanto, el análisis se centra en los contenidos generados por las propias instituciones con el objetivo de construir y proyectar su identidad institucional en el entorno digital, favoreciendo el *engagement*, la proximidad y la legitimación simbólica ante la ciudadanía.

2.1. Comunicación institucional y relaciones públicas digitales

La comunicación institucional en España es un tema de gran relevancia debido a la significativa inversión del sector público en campañas de comunicación y publicidad. Este sector ha experimentado una evolución considerable en términos legislativos y tecnológicos con la Ley 9/2017 de Contratos del Sector Público y la Ley 19/2013 de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Buen Gobierno han sido fundamentales en la regulación de estos contratos.

Estas leyes han impulsado la creación de plataformas de contratación pública accesibles, aunque con limitaciones en la exhaustividad de la información proporcionada (Vázquez-Gestal, 2023). Además, la aparición de nuevos medios digitales y redes sociales como Instagram, YouTube, Facebook y Twitter ha transformado el panorama de la publicidad institucional, abriendo nuevos debates sobre la transparencia y la armonización legal de la publicidad gubernamental (Rosa, 2020). Para llegar a las generaciones más jóvenes, las instituciones en España están adoptando un enfoque digital, abordando temas sociales de manera directa y creando contenidos en plataformas que estos grupos frecuentan. Además, los valores y las ideologías de justicia y sostenibilidad son aspectos clave para captar su atención y confianza.

En el ámbito de la comunicación institucional, resulta fundamental distinguir entre publicidad pagada y comunicación no pagada, ya que ambas prácticas responden a lógicas distintas dentro de las estrategias de proyección institucional. La publicidad institucional pagada se refiere a aquellas acciones comunicativas que requieren una inversión económica para su difusión en medios, como anuncios en televisión, radio, prensa, plataformas digitales o redes sociales. Su objetivo es alcanzar audiencias amplias con mensajes claramente diseñados y controlados por el emisor. En cambio, la comunicación institucional no pagada, más propia del campo de las relaciones públicas, se basa en la generación de contenidos que puedan ser difundidos de manera orgánica, sin coste directo, a través de ruedas de prensa, notas informativas, entrevistas o publicaciones en medios propios (como redes sociales o webs oficiales). Esta última busca fomentar el diálogo, la transparencia y la construcción de reputación desde la credibilidad que otorgan los terceros (medios, ciudadanos, *influencers*, etc.).

Las Fuerzas Armadas de España han apostado por la profesionalización de comunicación orientándola hacia la sociedad, buscando cambiar el carácter cerrado que tenía como imagen, para mostrarse un poco más accesible, tal como lo han hecho ejércitos de países como Francia, Estados Unidos, Australia o Israel (López-Rodríguez y Castillo-Eslava, 2023). La incorporación de temas como el ecologismo y el feminismo en la publicidad responde a una demanda de las generaciones jóvenes, que buscan alinearse con marcas e instituciones que promuevan valores progresistas; aunque en ocasiones se usan como pretextos para atraer audiencias, estos temas pueden crear un vínculo positivo con los jóvenes si se presentan de manera auténtica (Hernández-Santaolalla, 2019).

La comunicación estratégica de la Defensa no debe entenderse únicamente como una herramienta de difusión institucional, sino como un recurso esencial para legitimar la acción de las Fuerzas Armadas dentro de la sociedad democrática. Como señala Hernández-Corchet (2021), “la comunicación de la Defensa busca crear unas condiciones favorables en el entorno para que las decisiones de los líderes políticos y militares sean entendidas, aceptadas o al menos toleradas” (p. 6). Esta concepción resalta el carácter proactivo, planificado y adaptado de las campañas institucionales, que deben conjugar objetivos políticos, sociales y operativos bajo una lógica de comunicación pública estratégica.

Asimismo, algunas organizaciones han visto una oportunidad en el uso de *influencers* en sus campañas o comunicaciones institucionales, que puedan hacer llegar sus mensajes de una manera más clara y eficaz, en un mayor número de jóvenes (Buitrago y Torres-Ortiz, 2022); además de adaptar los mensajes a una conciencia social más amplia para buscar resonar entre las generaciones más digitales, quienes muestran una gran sensibilidad hacia temas de justicia social.

2.2 Las redes sociales como herramienta de comunicación estratégica

La investigación sobre el consumo de noticias digitales en España revela que los jóvenes prefieren acceder a contenido a través de dispositivos móviles, y su interés aumenta cuando los temas son relevantes para ellos o pueden empatizar con el contenido. Esto sugiere que las instituciones deberían utilizar plataformas digitales, personalización de mensajes y temas de interés directo para llegar de manera efectiva a este segmento, ya utilizan las redes como medios de comunicación. (Martínez-Costa, *et al.*, 2018).

En este nuevo ecosistema comunicativo, las redes sociales funcionan como espacios donde convergen medios, formatos y lenguajes diversos. Como señalan Álvarez-Rivas y Parras-Parras (2022), los límites de la comunicación se difuminan y se originan fenómenos de convergencia y transcodificación; ya no existen *mass media* unidireccionales, sino canales híbridos, *transmedia*, interpersonales y virales. Esta transformación obliga a las instituciones a replantear sus estrategias, integrando narrativas visuales, participativas y emocionales que favorezcan la interacción y el compromiso de las audiencias digitales.

En 2021, con la reciente transformación e impulso de la plataforma TikTok, Ortega-Fernández y Rodríguez-Hernández (2021) analizaron el uso de esta red por parte de la Guardia Civil y la Policía Nacional de España con sus novedosas cuentas institucionales. El artículo profundiza en el uso de las píldoras audiovisuales por parte de estos organismos a fin de conocer cómo se plantea su uso para el acercamiento, *engagement* y comunicación con la ciudadanía.

En el marco de la comunicación por parte de instituciones cuya misión implica la seguridad de la ciudadanía, Martín-García, *et al.* (2023) centraron su estudio en la Unidad de Emergencia Militar (UME) y sus conclusiones sobre el uso de las redes sociales detallan que quizás en ese caso faltarían respuestas por parte de la institución para generar un mayor *engagement* con los seguidores de sus plataformas sociales, es decir, que la acogida de la información es positiva, pero carece de interacción.

Según señala el *Digital Report 2024*, del Instituto Reuters, en España más del 20% de la población consume noticias a través de redes sociales, dejando de lado los medios tradicionales. Se detalla así que un 27% se informa a través de WhatsApp, 26% a través de Facebook, 22% usa YouTube y 21% utiliza Instagram para informarse sobre las noticias. Estas tendencias que

van en aumento, revelan que los consumidores se adaptan a los nuevos medios y cambian su comportamiento de uso, con lo cual las organizaciones deben adaptarse para poder llegar a toda la ciudadanía.

2.3 Las Fuerzas Armadas como anunciante

Las Fuerzas Armadas de España están estructuradas en tres ramas principales, cada una con funciones específicas (Ministerio de Defensa, 2024):

1. Ejército de Tierra: Es responsable de la defensa del territorio y de las operaciones terrestres. Su estructura está organizada en divisiones, brigadas y batallones, y abarca diversas especialidades como infantería, caballería, artillería, ingenieros, y logística. El Ejército de Tierra también realiza operaciones de cooperación y ayuda humanitaria dentro y fuera de España.
2. Armada Española: Encargada de la defensa marítima, incluye la flota naval (buques de guerra, submarinos, portaaviones, etc.) y la Infantería de Marina, una de las más antiguas del mundo. La Armada realiza operaciones de vigilancia en las aguas españolas, así como misiones de seguridad y rescate en mar abierto y operaciones de colaboración con otros países y organizaciones.
3. Ejército del Aire y del Espacio: Su misión es la defensa del espacio aéreo español y el desarrollo de operaciones en el ámbito aéreo y espacial. Incluye unidades de cazas, transporte aéreo, defensa antiaérea, y logística. Con la creación de la “Guardia del Espacio”, el Ejército del Aire y del Espacio ha integrado capacidades para el control y protección del espacio.

Estas fuerzas son coordinadas bajo el mando del Ministerio de Defensa y tienen el objetivo común de proteger la soberanía, independencia, e integridad del territorio español y de colaborar en misiones internacionales de paz y seguridad, por lo que sus canales de comunicación con la ciudadanía son de gran importancia.

Las Fuerzas Armadas de España se rigen por un conjunto de valores institucionales que sustentan tanto su estructura jerárquica como su misión de servicio público; entre los principios más destacados se encuentran la disciplina, la unidad, la jerarquía, la lealtad, el honor, la ejemplaridad, el respeto, el compromiso, la excelencia y el sentido del deber nacional, todos ellos recogidos en las Reales Ordenanzas para las Fuerzas Armadas como pilares fundamentales del comportamiento militar (Ministerio de Defensa, 2024).

A estos se suman valores como el espíritu de sacrificio, el compañerismo, la profesionalidad y el amor a España, que configuran la identidad de los cuerpos armados y refuerzan su legitimidad ante la ciudadanía (Ejército de Tierra, 2024). Estos principios no solo orientan la conducta de sus integrantes, sino que también son proyectados en su comunicación institucional, especialmente en redes sociales, donde se busca conectar con la sociedad desde la cercanía, la vocación de servicio y la defensa del interés colectivo.

Al analizar las inversiones del Ministerio de Defensa como anunciante, vemos que en el período señalado para nuestro estudio (2021-2023), ha ido en aumento, aunque no de manera equilibrada en los llamados medios convencionales (Infoadex, 2024). Los diarios, la radio. La televisión y lo digital, ha tenido un repunte en inversión publicitaria en el año 2022, ya que en 2021 solamente se invirtió en diarios. Para el 2023 la inversión se centra únicamente en diario y la radio.

Cabe destacar, que no es una inversión muy alta la que ha realizado el Ministerio de Defensa, en comparación otro tipo de anunciantes, marcas o sectores; sin embargo las Fuerzas Armadas han optado por incidir en las plataformas digitales con nuevas narrativas para intentar siempre conectar con el público que permanece hiperconectado en dichos canales.

2.4 Valores institucionales y objetivos comunicativos de la Defensa

Las Fuerzas Armadas de España se rigen por un conjunto de valores que sustentan su misión institucional: disciplina, unidad, jerarquía, lealtad, honor, compromiso, excelencia y servicio a la nación. Estos principios, recogidos en las Reales Ordenanzas, son también los que estructuran su comunicación institucional, especialmente en redes sociales, donde se busca conectar con la ciudadanía desde la proximidad, la transparencia y el servicio público.

En este sentido, la comunicación de Defensa no solo tiene como función informar, sino también legitimar simbólicamente la presencia y acción de las Fuerzas Armadas en la vida pública. A ello se suma un contexto de percepción social que determina en gran medida los objetivos comunicativos: según el informe GAD3-TEDAE (2025), las Fuerzas Armadas son una de las instituciones con mayor confianza y valoración por parte de la ciudadanía española, aunque también enfrentan el reto de responder a nuevas amenazas globales, demandas de inclusión y expectativas de transparencia.

En este marco, la comunicación en redes sociales aparece como una oportunidad para actualizar el relato institucional, proyectar una imagen moderna y diversa, y reforzar la legitimidad simbólica del papel militar en el contexto democrático contemporáneo.

2.5 Evaluación de la eficacia comunicativa desde la perspectiva institucional

El análisis de la comunicación institucional en redes sociales requiere una definición operativa de lo que se entiende por “eficacia comunicativa”. En el caso de las Fuerzas Armadas, dicha eficacia no puede evaluarse únicamente en términos de alcance o difusión, sino en función de su capacidad para proyectar valores institucionales, generar interacciones significativas y reforzar la legitimidad pública (Sandhu, 2009).

Dado que las publicaciones analizadas son orgánicas y no cuentan con objetivos publicitarios definidos, se parte de los propios principios institucionales como referentes para evaluar el rendimiento discursivo. Valores como el compromiso, la excelencia o el servicio nacional permiten establecer una base simbólica para interpretar el contenido publicado. Esta aproximación conecta con una lógica de comunicación pública orientada a la rendición de cuentas y la construcción de reputación, más que a la venta de productos o servicios (Hernández-Corchet, 2021).

Además, indicadores como el *engagement* permiten observar qué contenidos despiertan mayor interés y resonancia entre la ciudadanía, lo que puede entenderse como una señal indirecta de eficacia simbólica. Estudios recientes han mostrado cómo este tipo de métricas se integran en la estrategia comunicativa de Defensa para valorar el rendimiento de las publicaciones (Carrasco-Polaino y Jaspe-Nieto, 2021). La combinación entre marcos discursivos, patrones de interacción y valores institucionales proporciona así un enfoque adecuado para analizar la eficacia comunicativa de las Fuerzas Armadas en el entorno digital.

Planteamiento y objetivos

El estudio parte del interés por analizar cómo se articula discursivamente esta estrategia de comunicación en Instagram, una de las plataformas de mayor penetración y *engagement* en España. A partir de esta premisa general, el presente trabajo se plantea el siguiente objetivo general:

Analizar la estrategia discursiva desplegada por las tres ramas de las Fuerzas Armadas de España (Ejército del Aire y del Espacio, Ejército de Tierra y Armada) en sus cuentas oficiales de Instagram durante el periodo de abril de 2024 a abril de 2025, evaluando los recursos temáticos, narrativos y simbólicos empleados para construir su identidad institucional en el entorno digital.

Junto a este, se presentan los siguientes objetivos específicos:

1. Identificar los principales clústeres temáticos que estructuran la comunicación de cada rama, a través de técnicas de segmentación semántica.
2. Analizar los términos clave que operan como núcleos discursivos de alto valor simbólico, explorando su comportamiento léxico y su inserción en los relatos institucionales.
3. Evaluar el nivel de interacción (*engagement*) asociado a los distintos tipos de contenidos, detectando patrones de eficacia comunicativa en función de los ejes discursivos.
4. Comparar las estrategias narrativas entre las tres ramas para identificar convergencias y divergencias en la construcción de su identidad institucional en Instagram.

Metodología

El interés por el estudio de la comunicación institucional en redes sociales ha crecido en paralelo al esfuerzo de las fuerzas armadas por consolidar su imagen pública y adaptar su discurso a los códigos culturales propios del entorno digital. Es ahí donde Instagram ha adquirido un rol central por su capacidad para integrar imagen, vídeo, texto y emoticonos en narrativas complejas y simbólicamente cargadas. Esta plataforma permite combinar elementos visuales, retóricos y escenográficos de forma cohesionada, algo especialmente relevante para instituciones como las Fuerzas Armadas, cuya legitimidad se apoya en la puesta en escena de valores, cuerpos, uniformes, jerarquía y tradición.

Instagram es, además, una de las redes sociales con mayor penetración global, con más de dos mil millones de usuarios activos (We Are Social y Meltwater, 2024), y en España es la segunda más utilizada a diario, sólo por detrás de WhatsApp, y la que genera un mayor volumen de interacciones con el público (IAB, 2024). Las cuentas oficiales del Ejército de Tierra (@ejercitodetierra), la Armada (@armada_esp) y el Ejército del Aire y del Espacio (@ejercitodelaire) funcionan como canales de comunicación directa entre la institución y la ciudadanía, y como dispositivos de construcción discursiva orientados tanto a públicos internos como externos.

Para el análisis, se construyó un corpus formado por las publicaciones emitidas por estas tres cuentas oficiales durante el periodo de estudio. En total, se recopilaron 2001 publicaciones: 952 procedentes del Ejército del Aire y del Espacio, 573 del Ejército de Tierra y 476 de la Armada. La descarga se realizó mediante herramientas automatizadas, obteniendo para cada publicación datos como el texto (*caption*), fecha de publicación, número de interacciones (*likes*

y comentarios) y tipo de contenido multimedia.

El análisis se desarrolló en dos niveles metodológicos. En primer lugar, se aplicó un análisis del discurso a los textos de las publicaciones, mediante codificación manual y procesamiento automático. Se utilizó la herramienta Sketch Engine para detectar colocaciones léxicas, modificadores adjetivales y estructuras retóricas asociadas a términos clave representativos de cada cuerpo. Esta fase permitió identificar los marcos discursivos predominantes y los valores institucionales que articulan el discurso militar (como acción, identidad, tradición, vocación o modernización).

En segundo lugar, se llevó a cabo una segmentación temática mediante Graphext, que permitió identificar clústeres de contenido a partir de técnicas de agrupamiento semántico. Los grafos generados se construyeron mediante el modelo de k-vecinos más cercanos (k-NNG) y representados visualmente con el algoritmo ForceAtlas2 (Jacomy *et al.*, 2014). La detección de comunidades se realizó mediante el algoritmo Louvain (Traag *et al.*, 2019), lo que facilitó la identificación de bloques temáticos diferenciados según fuerza, tono, frecuencia y nivel de interacción. Esta metodología permitió visualizar de forma intuitiva la estructura semántica del corpus, así como detectar patrones discursivos específicos entre ramas y tipos de contenidos. Para una explicación detallada de esta técnica pueden consultarse García-Hernández *et al.*, (2024) y Rodríguez-Hernández (2024).

Para el cálculo de la tasa de interacciones o el *engagement rate* se recurrió a la fórmula de engagement = (número de interacciones / número de seguidores) * 100 (Giuffredi-Kähr *et al.*, 2022; Gong y Lyford, 2022). De esta forma, se puede determinar en qué medida cada una de las publicaciones genera algún tipo de reacción por parte de los receptores de este de manera ponderada (Tornos-Inza, 2020).

La interpretación de los resultados se realizó cruzando los datos léxicos con los clústeres temáticos generados por Graphext. Se evaluó cómo se articula cada término en los distintos bloques de contenido y cómo se relaciona con variables cuantitativas como el tipo de medio o el *engagement* medio. Esta triangulación metodológica entre análisis léxico, segmentación temática y métricas de interacción permitió establecer correspondencias entre los discursos institucionales y la estructura narrativa de la comunicación digital, revelando patrones retóricos comunes y específicos en cada rama de las Fuerzas Armadas.

En la Tabla 1 se presenta la selección final de términos clave por rama de las Fuerzas Armadas, clasificados según su dimensión discursiva y acompañados de una justificación. Esta selección constituye la base para el análisis léxico-discursivo desarrollado en el apartado de resultados.

Tabla 1. Selección de términos clave por rama de las Fuerzas Armadas, dimensión discursiva y justificación de su relevancia.

Rama	Término clave	Dimensión discursiva	Justificación
Ejército del Aire	Aviador	Identitaria	Refuerza la figura profesional y el orgullo del cuerpo aéreo
	Vuelo	Operativa	Representa la acción táctica y el núcleo de actividad institucional
	España	Simbólica – nacional	Articula el vínculo con la nación desde una narrativa de orgullo y pertenencia
Ejército de Tierra	Ejercicio	Operativa – formativa	Designa prácticas tácticas estructurantes del entrenamiento militar
	Misión	Histórico – identitaria	Remite a la historia militar y tradiciones del cuerpo de Tierra
	España	Patriótica – simbólica	Funciona como eje discursivo que legitima la acción desde la defensa nacional
Armada	Buque	Tecnológica – estructural	Es el vehículo central del cuerpo naval, con alto valor simbólico
	Adiestramiento	Técnico – formativa	Expresa la lógica de preparación continua y la dimensión colaborativa del cuerpo
	España	Institucional – Nacional	Reafirma el compromiso con el país desde la misión marítima y científica

Fuente. Elaboración propia.

A partir de esta selección, se procedió al estudio de sus colocaciones léxicas y su posicionamiento semántico en el conjunto del corpus, tal y como se detalla a continuación.

3. Resultados

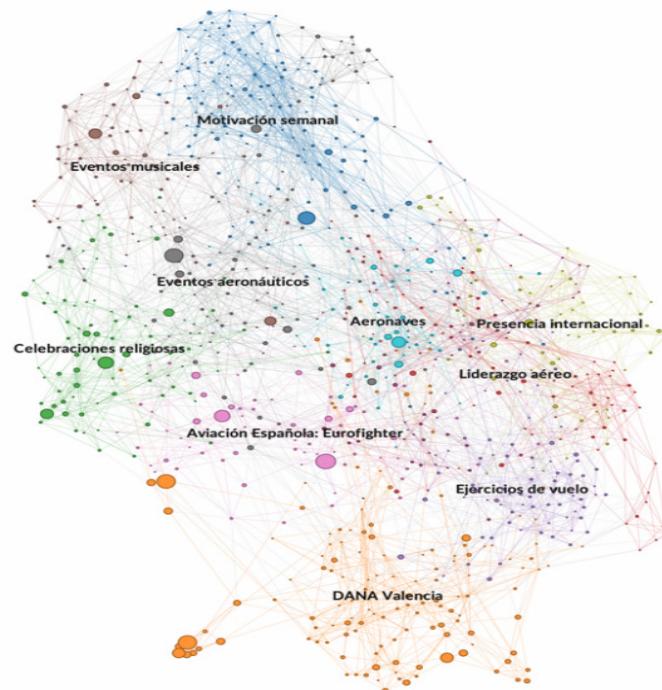
3.1 Ejército del Aire y del Espacio

3.1.1 Configuración temática y rendimiento comunicativo

Si se observa el grafo temático (ver Figura 1), este presenta una red densa y cohesionada, donde se distinguen clústeres temáticos que reflejan tanto las funciones operativas del cuerpo como sus estrategias de comunicación simbólica. Entre los núcleos más prominentes destacan *Motivación semanal*, *DANA Valencia* y *Celebraciones religiosas*, todos ellos altamente conectados y con densidad léxica. Estos clústeres apuntan a una doble orientación discursiva: por un lado, una dimensión emocional y de cercanía, expresada en contenidos motivacionales o de homenaje; por otro, una vertiente ceremonial e identitaria, asociada a rituales patrióticos y eventos conmemorativos.

Asimismo, la distribución de los clústeres como *Ejercicios de vuelo*, *Aeronaves* y *Liderazgo aéreo* pone de manifiesto la centralidad del componente técnico-operativo, en el que se refuerza el papel profesional del cuerpo aéreo, el entrenamiento y la preparación estratégica. Este equilibrio entre lo simbólico y lo táctico constituye una de las claves del discurso del Ejército del Aire, que busca conectar con la ciudadanía desde un registro tanto emocional como institucional. La red también evidencia zonas de convergencia entre los diferentes bloques temáticos, lo que apunta a una estrategia comunicativa integradora, donde valores como el compromiso, la excelencia y el servicio nacional son transversalmente activados en distintas modalidades discursivas.

Figura 1. Grafo temático de las publicaciones del Ejército del Aire y del Espacio en Instagram (abril 2024 – abril 2025).



Fuente. Elaboración propia.

En esa línea, el análisis de las publicaciones con mayor nivel de *engagement* en el perfil institucional del Ejército del Aire y del Espacio (ver Tabla 2) revela la eficacia de una estrategia comunicativa que combina solemnidad institucional, cercanía emocional y proyección social. Entre los contenidos más destacados se encuentran aquellos vinculados al reconocimiento institucional, tanto en contextos de luto como en acciones heroicas protagonizadas por miembros del cuerpo fuera del marco estrictamente militar. Estas publicaciones activan una narrativa de ejemplaridad que trata de conectar con la ciudadanía desde la empatía y la admiración.

Junto a estos casos, se observa un notable rendimiento en publicaciones de carácter comunitario y divulgativo, como colaboraciones con personalidades mediáticas o mensajes de concienciación, que amplían el alcance social de la institución y refuerzan su posicionamiento positivo en el espacio público. Asimismo, los contenidos vinculados a eventos aeronáuticos y celebraciones simbólicas confirman la capacidad de estos rituales de generar adhesión emocio-

nal y *engagement* participativo. Esta combinación de registros refuerza la versatilidad comunicativa del Ejército del Aire, que logra activar distintos marcos discursivos en función del tipo de contenido y del público objetivo.

Tabla 2. Top 10 publicaciones con mayor *engagement* del Ejército del Aire y del Espacio en Instagram (abril 2024 – abril 2025).

Engage- ment	Publicación	Clúster
14,58%	🔴ÚLTIMA HORA Lamentamos comunicar que se ha confirmado en el accidente del F18 el fallecimiento de nuestro compañero, el teniente coronel Pablo Estrada Martín, destinado en el Ala 12. Nos unimos al dolor de sus familiares y amigos. Descansa en paz, compañero.	Reconocimiento institucional
14,00%	Así trabaja el ejército español del aire del espacio 😊 🤝 	Gestión de comunidad
13,40%	El soldado Álvarez del GRUMOCA salva la vida a un ciclista que había sido golpeado por un camión, aplicándole un torniquete, acompañándole hasta que llegaran los servicios de emergencia y colaborando en el traslado a la ambulancia de forma segura. ¡Buen trabajo, compañero! 💪 📜	Reconocimiento institucional
13,06%	¡Aviadores! Hoy celebramos el #DFN24 	Eventos aeronáuticos
	Esperamos que lo disfrutéis y, si el tiempo lo permite, podamos vernos por las calles y el cielo de Madrid. ¡Feliz día a todos!  🎉	
11,91%	¡Volvemos a los ensayos! Empezamos la segunda parte de la temporada de 2024. Próximamente nos podréis ver sobrevolando el Mar Menor de nuevo y preparando las exhibiciones del @airpower y @athensflyingweek	Eventos aeronáuticos
11,40%	Fran Garrigós, sargento reservista del Ejército del Aire y del Espacio, consigue la medalla de bronce 🥉 en judo en los JJ.OO. de París. La primera para España 💪 📜 	Reconocimiento institucional
10,81%	¡Enhorabuena, mi sargento! 🎉  @olimpiadasparis2k24 @juegosolimpicos	Celebraciones simbólicas
	El @ejercitodelaire ha participado en los actos de conmemoración del #2deMayo, que han tenido lugar en la Puerta del Sol de #Madrid. ¡Gracias por las muestras de cariño que habéis regalado a nuestros aviadores de la @patrullaguila, @papeaire y @patrulladehonores! 🎉	

10,15%	Repostando en vuelo 😎 #F18 #Hornet #military #fighter #aviation #aviationphotography #instaaviation #instagramaviation #aviationlovers #aviationgeek #plane #planespotting #planeporn #avporn #airplane #potd #pictureoftheday #pilot #pilotlife #aviationphoto #airshow	Aeronaves
9,39%	Que no tengan que despegar es cosa de todos 😊🔥🔥🔥	Gestión de comunidad
9,29%	El soldado Montesinos, destinado en la Sección de Sanidad del @ala_35, salva la vida a una mujer en situación de parada cardiorrespiratoria en un centro comercial de Alcorcón, tras realizarle las maniobras de reanimación cardiopulmonar (RCP). ¡Buen trabajo, compañero! 🤝	Reconocimiento institucional

Fuente. Elaboración propia.

Esta disposición temática permite identificar los principales focos narrativos que estructuran la presencia digital del Ejército del Aire, articulando tanto funciones operativas como expresiones simbólicas de identidad y cohesión. Sin embargo, para comprender cómo se construyen discursivamente estos ejes en el plano textual, resulta pertinente descender al nivel léxico y observar el comportamiento de los términos más significativos dentro del corpus.

3.1.2 Dinámicas léxicas y construcción discursiva

El sustantivo *aviador* (ver Figura 2) se configura como uno de los elementos léxicos más representativos del discurso institucional del Ejército del Aire y del Espacio. Su uso activa un marco identitario que conecta con el orgullo de pertenencia, la preparación operativa y la dimensión simbólica del servicio aéreo. Desde el punto de vista morfosintáctico, las colocaciones más frecuentes con *aviador* lo sitúan como sujeto de verbos que refuerzan la acción, la trayectoria y el despliegue. Entre ellos destacan *seguir*, *realizar*, *recibir*, *llegar*, *volver* o *componer*, que contribuyen a construir una narrativa de continuidad, compromiso y participación en ejercicios. Este patrón refuerza la idea del aviador como figura persistente, preparada y en movimiento constante dentro del engranaje institucional.

Asimismo, los modificadores adjetivales más frecuentes (pequeño, futuro, verdadero, nuevo o bueno) introducen matices valorativos y generacionales. En particular, la alta presencia del adjetivo *pequeño* sugiere una estrategia discursiva de vinculación emocional, asociada a contenidos de divulgación o formación, donde los aviadores del futuro son presentados desde una narrativa aspiracional o de iniciación vocacional. La coexistencia de adjetivos como *verdadero* y *perteneciente* refuerza esta dimensión, al inscribir al aviador en un marco de autenticidad y alineación con los valores del cuerpo.

El término también aparece como objeto de verbos como *ver* o *desplegar*, lo que refleja su puesta en escena visual y operativa, en línea con la lógica estética de Instagram. Esta configuración contribuye a un discurso en el que la figura del aviador se exhibe y se legitima

públicamente como emblema de profesionalización. En el grafo temático, aviador se concentra principalmente en clústeres vinculados a la instrucción, las actividades formativas y el reconocimiento institucional.

En el grafo temático, el término *vuelo* aparece distribuido de forma transversal en varios clústeres, con una concentración destacada en *Ejercicios de vuelo*, *Aeronaves* y *Liderazgo aéreo*. Esta presencia confirma su centralidad en el discurso operativo del Ejército del Aire y del Espacio, articulando una narrativa centrada en la acción táctica y la profesionalidad técnica. Asimismo, su aparición en nodos como *Motivación semanal* o *Presencia internacional* se acerca a una extensión semántica que incorpora valores simbólicos y aspiracionales, donde el vuelo es concebido como emblema de superación, proyección exterior y orgullo institucional.

Figura 2. Mapa de colocaciones léxicas del término aviador en el discurso del Ejército del Aire y del Espacio.



Fuente. Elaboración propia.

En el caso del término *vuelo* (ver Figura 3), uno de los más frecuentes en las publicaciones, se observa un campo léxico dominado por la dimensión técnica y operativa, pero matizado por valores como la seguridad, la coordinación y el rigor institucional. En la esfera verbal, el sustantivo aparece principalmente como objeto de acciones planificadas y ejecutivas: *realizar, iniciar, garantizar, desarrollar o guiar* son algunos de los verbos que coocurren con mayor frecuencia. Estas combinaciones proyectan una imagen del vuelo como una práctica cuidadosamente vinculada al cumplimiento de objetivos estratégicos.

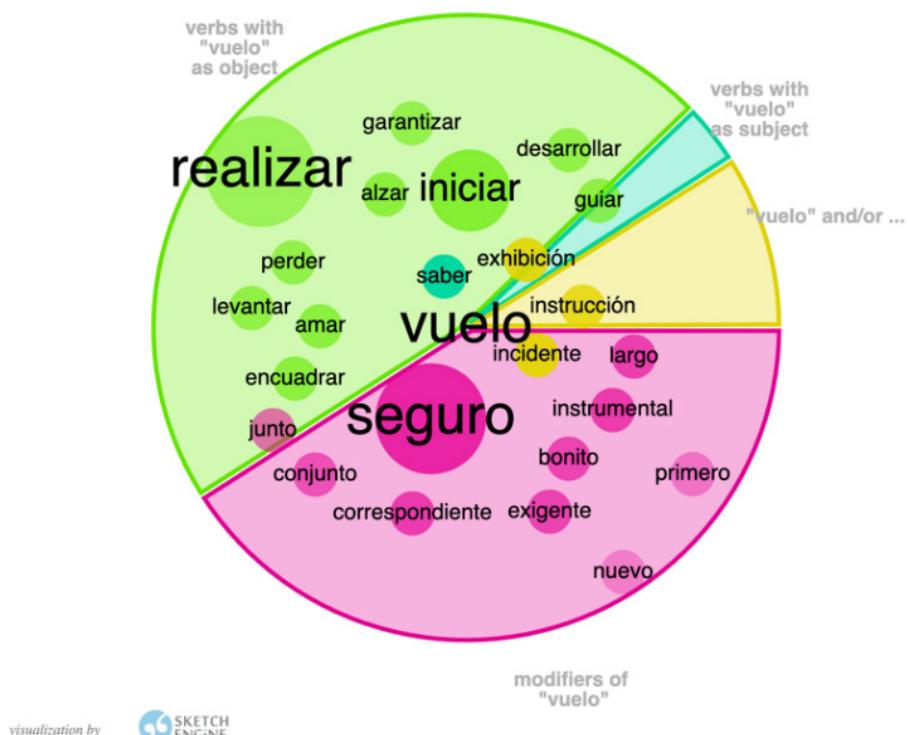
En términos adjetivales, los modificadores de vuelo revelan un discurso orientado a reforzar su carácter institucional: adjetivos como *seguro*, *instrumental*, *correspondiente*, *exigente* o *conjunto* refuerzan una narrativa de precisión, profesionalidad y colectividad. La presencia de *incidente* y *exhibición* como términos asociados introduce, sin embargo, matices comunicativos en torno al riesgo, la espectacularidad y la pedagogía de la aviación militar.

Este patrón lingüístico apunta a una representación del vuelo como metáfora de disciplina, preparación y excelencia técnica, articulando el discurso del Ejército del Aire en torno a valores de responsabilidad, eficacia y servicio nacional. La selección léxica, por tanto, se inscribe en un marco discursivo de legitimación institucional a través del lenguaje de la profesionalidad.

Desde una perspectiva semántica, el término vuelo aparece distribuido de forma significativa en varios clústeres discursivos, con especial concentración en bloques asociados a la operatividad y el despliegue técnico. En concreto, destaca su presencia en clústeres como *Ejercicios de vuelo*, *Aeronaves* y *Liderazgo aéreo*, donde adquiere un sentido marcadamente táctico y profesional, vinculado a la acción directa. Esta orientación se alinea con los patrones léxicos observados, que definen el vuelo como una acción planificada, segura y exigente.

No obstante, la aparición del término en clústeres como *Motivación semanal*, *Vocación aérea* o *Presencia internacional* revela una ampliación de su campo semántico hacia dimensiones simbólicas y emocionales. En estos contextos, el vuelo funciona también como metáfora de aspiración, superación personal o proyección exterior, reforzando así la función identitaria de la comunicación institucional.

Figura 3. Mapa de colocaciones léxicas del término vuelo en el discurso del Ejército del Aire y del Espacio.



Fuente. Elaboración propia.

El término *España* (ver Figura 4) también ocupa un lugar central en la construcción discursiva, operando como eje simbólico de legitimidad institucional y cohesión identitaria. El análisis de colocaciones léxicas revela una fuerte asociación con campos semánticos vinculados al mérito, la representación y el reconocimiento nacional. Sustantivos como *campeonato*, *premio*, *subcampeón*, *embajador/a* o *independencia* actúan como modificadores que refuerzan el vínculo entre la nación y el rendimiento, proyectando una imagen de excelencia y compromiso con los valores patrióticos.

Del mismo modo, el uso de estructuras preposicionales como *de España* o *en España* se articula con referentes geográficos (como Murcia o Pirineos) y diplomáticos (Alemania, Antípodas), lo que contribuye a expandir el alcance simbólico de la nación más allá de sus fronteras físicas, inscribiéndola en un marco internacional. Esta estrategia de internacionalización del símbolo nacional conecta con las funciones de proyección global que el discurso institucional busca transmitir.

En el plano temático, el análisis cruzado revela que el término *España* aparece con especial frecuencia en clústeres como *Aviación Española*, *Presencia internacional*, *Reconocimiento institucional* y, de manera significativa, en *Celebraciones religiosas*.

Figura 4. Mapa de colocaciones léxicas del término *España* en el discurso del Ejército del Aire y del Espacio.



Fuente. Elaboración propia.

En este último caso, su presencia adquiere una dimensión ceremonial y simbólica. En concreto, *España* se vincula a actos litúrgicos, patronazgos y conmemoraciones en los que se enfatiza la tradición, el arraigo cultural y el vínculo histórico entre las Fuerzas Armadas y determinadas festividades religiosas. Asimismo, su aparición en otros nodos como *Eventos aeronáuticos* o *Motivación semanal* señala un uso transversal del término como marco referencial constante en la narrativa militar, tanto en contenidos técnicos como en publicaciones de carácter emocional o motivacional.

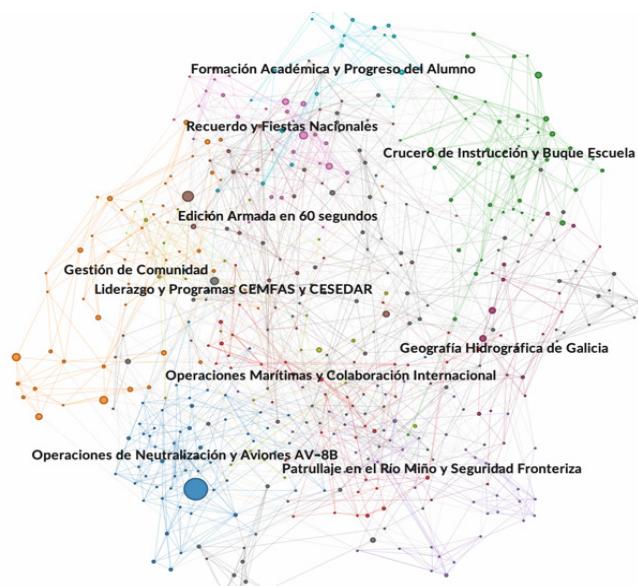
3.2 Armada

3.2.1 Configuración temática y rendimiento comunicativo

Si se observa el grafo temático (ver Figura 5), este permite visualizar con claridad los principales ejes discursivos que estructuran su narrativa. La organización modular del grafo evidencia una diversidad de clústeres que combinan funciones operativas, iniciativas de carácter formativo y actividades de proximidad comunitaria. Entre los núcleos más densos destacan *Operaciones Marítimas y Colaboración Internacional*, que articula contenidos centrados en la proyección exterior y la cooperación estratégica; *Crucero de Instrucción y Buque Escuela*, donde se refuerza la dimensión formativa y simbólica del buque como vehículo identitario; y *Operaciones de Neutralización y Aviones AV-8B*, que agrupa publicaciones con alta carga técnica vinculadas a la operatividad del cuerpo naval.

Asimismo, la presencia de clústeres como *Gestión de Comunidad* o *Recuerdo y Fiesta Nacional* refleja la intención de la Armada de proyectar una imagen de cercanía institucional y conexión con la ciudadanía, alternando registros conmemorativos con dinámicas de implicación local. Esta distribución temática presenta un discurso equilibrado entre tradición y contemporaneidad, donde la dimensión simbólica del mar y los buques se combina con narrativas de innovación, cooperación y vocación de servicio.

Figura 5. Grafo temático de las publicaciones de la Armada en Instagram (abril 2024 – abril 2025).



Fuente. Elaboración propia.

En esa línea, el análisis de las publicaciones con mayor nivel de interacción (ver Tabla 3) revela una combinación estratégica de contenidos operativos, comunitarios y simbólicos. La publicación con mayor *engagement*, centrada en el despliegue de aeronaves AV-8B desde el portaaeronaves Juan Carlos I, se inscribe claramente en un marco de comunicación técnica y de proyección internacional, destacando la interoperabilidad aliada y la visibilidad táctica. Este patrón se complementa con publicaciones de marcado carácter social, como las intervenciones de Infantería de Marina en labores de desescombro en Valencia o actividades de cercanía con la ciudadanía, que evidencian un discurso de servicio público y presencia territorial. Asimismo, las referencias al Día de la Fiesta Nacional o a efemérides institucionales, como el cumpleaños del Rey, introducen elementos conmemorativos que refuerzan la conexión simbólica entre la Armada, la nación y su historia. Esta diversidad de formatos y registros temáticos permite maximizar el impacto comunicativo ante audiencias diversas, combinando eficacia operativa con reconocimiento emocional.

Tabla 3. Top 10 publicaciones con mayor *engagement* de la Armada en Instagram (abril 2024 – abril 2025).

Engagement	Publicación	Clúster
24,76%	■ AV-8B is coming in for a long weekend 😊 at the aircraft carrier Juan Carlos I. Allied fighter jets and refueling planes flew hundreds of sorties in support to #NATO's Neptune Strike enhanced Vigilance Activity showcasing collaboration, professionalism and interoperability of Alliance forces that work together in multi-domain and joint operations. #SecuringTheSea #aircraftcarrier #SecuringTheSkies #avgeek #aviationlovers #WeAreNATO #harrier #armadaespañola	Operaciones de Neutralización & Aviones AV-8B
12,05%	6ª Compañía del Segundo Batallón de Desembarco de #Infantería-DeMarina, Miura, en Paiporta. Cometido: cantar cumpleaños feliz 🎉 #valientesportierryapormar #SomosLaArmada 🎉	Edición Armada & Contamos en 60
7,79%	Desde el viernes por la mañana, efectivos del #TercioArmada están llegando a la zona cero en #Valencia para realizar labores de desescombro y reparto de alimentos. #SomosLaArmada 🎉	Vecinos & Participación Comunitaria en Agosto
7,21%	A l'honneur ! 🎉 Engagement résolu de notre allié 🇪🇸 au sein du bataillon multinational de l'OTAN en Roumanie. Contribution déterminée à la sécurité collective et à la défense de nos valeurs communes.	Historia Militar & Armada Británica
7,09%	Estamos aquí para servir a nuestros conciudadanos. A partir de hoy, con 150 #InfantesDeMarina más sobre el terreno. #SomosLaArmada 🎉	Vecinos & Participación Comunitaria en Agosto
7,04%	Hoy es un día grande, hoy es el Día de la Fiesta Nacional. Feliz día a todos los españoles. ¡Comparte tus stories celebrándolo con nosotros! #DFN24 #SomosLaArmada 🎉	Recuerdo & Fiesta Nacional

6,18%	El buque Galicia de @Armada_esp ha llegado a #Valencia con su dotación habitual, compuesta por 147 marinos, a la que se han sumado: 104 Infantes de Marina, 36 marinos del Grupo Naval de Playa y 25 marinos de la Unidad Aérea Embarcada. Todos, listos para trabajar en las zonas más afectadas por la #dana. A bordo, se han transportado medios como dos helicópteros SH-60F, dos lanchas de desembarco, siete camiones y dos vehículos ligeros, además de comida, agua y material de apoyo.	Horario & Geografía Hidrográfica de Galicia
6,16%	¡Felicitaciones, Majestad! La Armada felicita al primer soldado y marino de España, S.M. Felipe VI, en su 57 cumpleaños. #SomosLaArmada   	Recuerdo & Fiesta Nacional
5,93%	Los alumnos de la escuela de #InfanteríadeMarina #GeneralAlbaret y Fuster trabajan en equipo y motivados para apoyar a las poblaciones afectadas por la #dana, acondicionando las calles de Paiporta. Seguimos  #SomosLaArmada   	Vecinos & Participación Comunitaria en Agosto
5,82%	El buque se asalto anfibio #Galicia se encuentra atracando ahora mismo en el puerto de #Valencia, con dos helicópteros #5ª escuadrilla, dos lanchas de desembarco de #GrupoNavalDePlaya y más de 100 #InfantesDeMarina listos para trabajar. Seguimos  #SomosLaArmada   	Horario & Geografía Hidrográfica de Galicia

Fuente. Elaboración propia.

A partir de esta configuración temática general, el análisis léxico-discursivo permite profundizar en la manera en que determinados términos clave contribuyen a estructurar la identidad institucional de la Armada en el plano textual.

3.2.2 Dinámicas léxicas y construcción discursiva

El término *buque* (ver Figura 6), uno de los más significativos en la comunicación institucional de la Armada, se configura como núcleo léxico de una narrativa centrada en la tradición marítima, la operatividad y el simbolismo nacional. Desde el punto de vista sintáctico, buque aparece frecuentemente como sujeto de acciones como *participar, recalcar, botar, salir o estar*, proyectando una imagen de agencia propia que subraya el dinamismo de estas unidades dentro del despliegue naval.

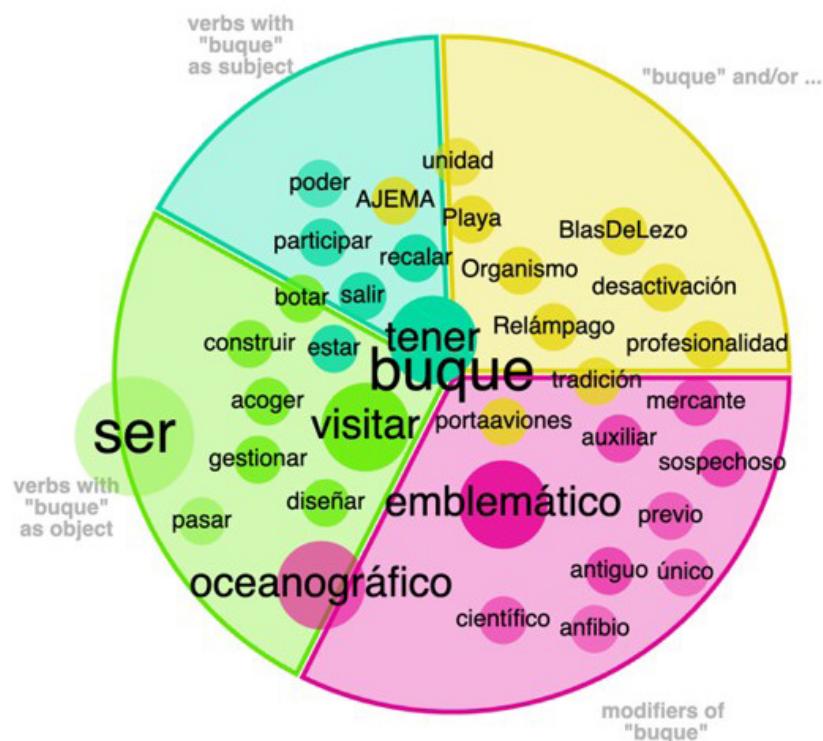
En el plano de los verbos con buque como objeto, destacan colocaciones como *visitar, acoger, diseñar o construir*, lo que revela una representación múltiple del buque como espacio visitable, artefacto tecnológico y objeto de planificación estratégica. Estas asociaciones posicionan al buque como símbolo de apertura institucional, innovación técnica y diplomacia naval.

Los modificadores adjetivales, por su parte, refuerzan esta doble dimensión simbólica y operativa. Términos como *emblemático, científico, anfibio, único u oceanográfico* dotan al buque de una carga significativa que trasciende su funcionalidad militar. Se subraya así su valor representativo, tanto en misiones internacionales como en ejercicios científicos o labores humanitarias. La asociación con nombres propios como Blas de Lezo, junto con referencias a organismos, unidad o tradición, enriquece este campo semántico con elementos de historia, herencia y prestigio institucional.

El análisis cruzado refuerza esta lectura. Las publicaciones que contienen el término buque se distribuyen de forma significativa en clústeres como *Operaciones de Neutralización,*

Operaciones Marítimas, Investigación Oceanográfica y Crucero de Instrucción. Esta asociación revela una narrativa polifacética, donde el buque aparece tanto en ejercicios operativos como en misiones científicas, actos conmemorativos o actividades formativas. Su papel se extiende así desde la acción táctica hasta la diplomacia naval, la educación y la vinculación comunitaria, como muestran los clústeres asociados a *Vecinos* y *Participación Ciudadana*.

Figura 6. Mapa de colocaciones léxicas del término buque en el discurso de la Armada.



Fuente. Elaboración propia.

El término *adiestramiento* (ver Figura 7) ocupa un lugar estratégico que remite a prácticas sistemáticas de preparación, disciplina y mejora continua. En el plano verbal, aparece predominantemente como objeto de acciones que evocan el fortalecimiento de capacidades: *realizar*, *mejorar*, *incrementar*, *mantener*, *efectuar* o *reforzar* forman parte de un repertorio que enmarca el adiestramiento como una actividad sostenida, necesaria y perfeccionable. Estos verbos construyen un marco discursivo centrado en la profesionalización, la actualización constante y la garantía de operatividad.

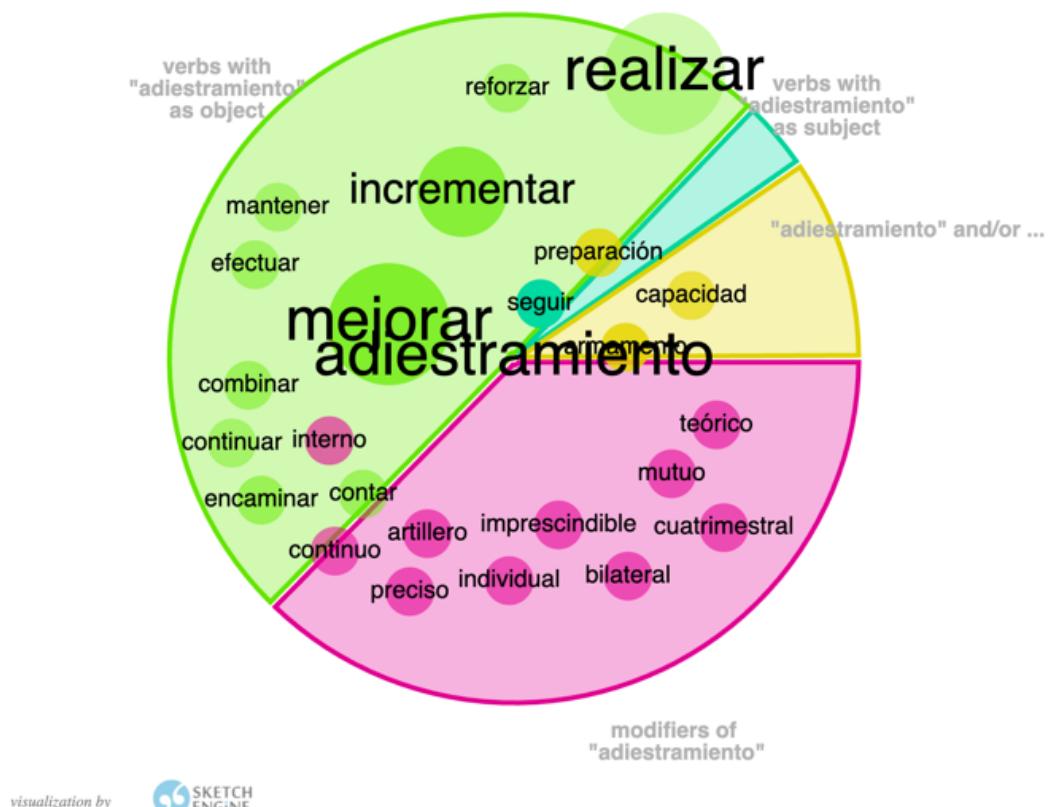
Desde el punto de vista adjetival, los modificadores asociados a adiestramiento revelan una lógica de precisión. Adjetivos como *individual*, *bilateral*, *teórico*, *imprescindible*, *cuatrimestral* o *continuo* subrayan su carácter programático, destacando su vinculación con modelos formativos rigurosos. Esta dimensión técnica se ve reforzada por términos como *artillero* o *mutuo*, que introducen referencias al tipo de unidad o a la cooperación interinstitucional.

Este campo léxico articula una representación del adiestramiento como columna verte-

bral del rendimiento militar. Lejos de presentarse como una mera rutina formativa, el término se inscribe en un marco de legitimación institucional, donde el entrenamiento se convierte en símbolo de preparación permanente, cohesión interna y compromiso con estándares operativos nacionales e internacionales.

Desde una perspectiva temática, adiestramiento aparece especialmente vinculado a clústeres como *Operaciones de Neutralización*, *Formación Académica*, *Patrullaje en el Río Miño* y *Crucero de Instrucción*. Esta distribución evidencia la centralidad del adiestramiento en los contenidos relacionados con la preparación operativa y la formación continua del personal naval. En *Operaciones de Neutralización*, por ejemplo, el término refuerza la imagen de una Armada preparada para intervenir con eficacia en contextos de riesgo. En el caso del *Crucero de Instrucción*, el adiestramiento se proyecta como una experiencia formativa que combina dimensión técnica, tradición y diplomacia naval. Su aparición en *Formación Académica y Navegación Virtual* confirma también la inclusión de nuevos formatos pedagógicos en la construcción discursiva de la capacitación militar.

Figura 7. Mapa de colocaciones léxicas del término adiestramiento en el discurso de la Armada.



Fuente. Elaboración propia.

En el discurso institucional de la Armada, el término *España* (ver Figura 8) adquiere una relevancia simbólica destacada, funcionando como anclaje semántico de valores como la defen-

sa, el compromiso y el servicio. Desde un punto de vista léxico, España aparece estrechamente vinculado a sustantivos como *defensa*, *compromiso*, *bandera* o *servicio*, que remiten a una dimensión patriótica. Estas asociaciones proyectan una imagen de la Armada como garante del orden, la soberanía y los valores fundacionales del Estado.

En el plano sintáctico, *España* opera fundamentalmente como complemento posesivo o como parte de expresiones que refuerzan la pertenencia y el deber institucional, como defensa o servicio. La baja presencia de verbos apunta a un uso más nominal y enfático del término, aliñeados con una estrategia discursiva orientada a la solemnidad. La aparición de países como Italia y Portugal entre las colocaciones indica también un marco discursivo colaborativo, que les sitúa en un escenario internacional, vinculado a ejercicios conjuntos o relaciones diplomáticas.

El análisis cruzado revela que el término *España* se despliega de manera elevada en clústeres temáticos como *Operaciones de Neutralización*, *Investigación Oceanográfica*, *Regulación Gubernamental*, *Edición Armada* e *Historia Militar*. Esta distribución indica que su uso se extiende a marcos discursivos de alta especialización técnica y operativa. Así, *España* aparece como referente en acciones internacionales, actividades científicas y esfuerzos regulatorios, lo que refleja una construcción discursiva del país como sujeto activo en la seguridad, el conocimiento marítimo y la diplomacia.

Figura 8. Mapa de colocaciones léxicas del término *España* en el discurso de la Armada.



Fuente. Elaboración propia.

En particular, la coocurrencia del término con temáticas como *Búsqueda y Rescate*, *Formación Académica* y *Navegación Virtual* refuerza la idea de una Armada moderna, con vocación pedagógica, interoperativa y orientada al servicio público. Esta amplitud temática contri-

buye a proyectar una imagen institucional de polivalencia y compromiso integral con la nación.

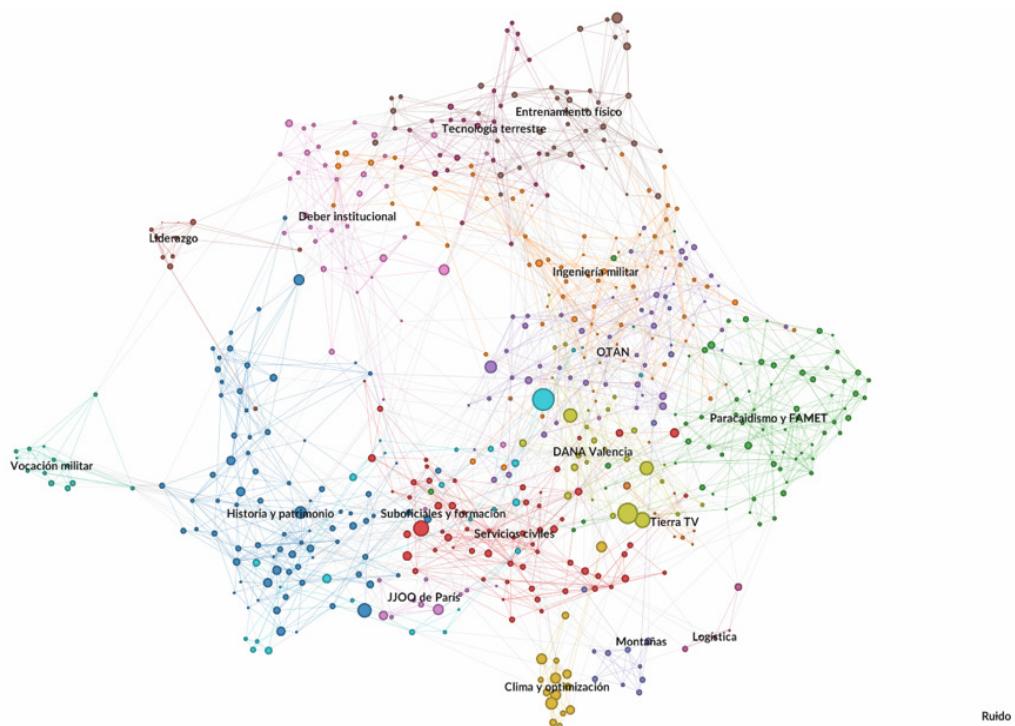
3.3 Ejército de Tierra

3.3.1 Configuración temática y rendimiento comunicativo

El grafo temático del Ejército de Tierra (ver Figura 9) evidencia una estructura discursiva diversa y compleja, en la que convergen tanto funciones operativas como narrativas simbólicas de gran carga institucional. Entre los clústeres más densos destacan aquellos vinculados a la formación técnica (como *Suboficiales y formación*, *Tecnología terrestre* o *Entrenamiento físico*), que articulan el núcleo profesional de la institución y refuerzan su dimensión de preparación continua. Asimismo, se observa una notable concentración de nodos en torno a clústeres como *Historia y patrimonio*, *Deber institucional* o *Vocación militar*, los cuales proyectan una identidad anclada en la tradición, el compromiso y la legitimidad histórica.

Por otra parte, bloques como *DANA Valencia*, *Servicios civiles* o *Montañas* introducen una dimensión performativa y contextualizada, donde la acción en terreno y la asistencia a la población civil refuerzan la imagen de un Ejército versátil y al servicio del bien común. Esta diversidad discursiva se complementa con clústeres como *Paracaidismo* y *FAMET* o *OTAN*, que vinculan al Ejército de Tierra con dinámicas de especialización táctica y cooperación internacional, ampliando así su campo semántico hacia esferas de interoperabilidad y proyección exterior.

Figura 9. Grafo temático de las publicaciones del Ejército de Tierra en Instagram (abril 2024 – abril 2025).



Fuente. Elaboración propia.

En esa línea, el análisis de las publicaciones con mayor nivel de interacción (ver Tabla 4) refuerza la conexión entre acción operativa, presencia territorial y valores institucionales. La mayoría de los mensajes de alto *engagement* están relacionados con la respuesta militar ante la DANA de Valencia, lo que evidencia la eficacia de una narrativa centrada en la utilidad pública, la cercanía con la ciudadanía y el despliegue de capacidades logísticas. Estos contenidos proyectan una imagen del Ejército como actor proactivo y solidario, comprometido con la gestión de emergencias civiles. Asimismo, destacan mensajes vinculados al Día de las Fuerzas Armadas y la Navidad, que activan una retórica emocional y ceremonial asociada al reconocimiento institucional. La presencia de homenajes, intervenciones heroicas y misiones internacionales complementa este repertorio, reforzando una narrativa de entrega, profesionalidad y continuidad histórica. En conjunto, estas publicaciones condensan los principales ejes discursivos del cuerpo terrestre, combinando operatividad, identidad colectiva y legitimidad simbólica en el plano comunicativo.

Tabla 4. Top 10 publicaciones con mayor *engagement* del Ejército de Tierra en Instagram (abril 2024 – abril 2025).

Engagement	Publicación	Cluster
15,39%	Aunque la lluvia ha deslucido algo el desfile del #DíadelFiesta-Nacional #DFN24, nuestros militares han cumplido con gran marcialidad y profesionalidad. Pero la jornada nos ha dejado imágenes espectaculares como estas 📸 ¡Guardarlas, son imágenes para recordar ! #SomostuEjército [E] [S] [camera] Departamento de Comunicación del #EjércitodeTierra	Suboficiales y formación
14,27%	¡Buenas noches! En este día en el que los militares del #EjércitodeTierra siguen trabajando sin descanso apoyando a los afectados por la #dana en las siguientes localidades: ►Utiel ►Requena ►Chiva ►Residencial Reva ►Alaquas ►Torrent ►Paiporta ►Algemesí ►Benetússer ►Massanassa ►Letur ►Ribarroja 💪 Nuestro esfuerzo y solidaridad están con los afectados. ¡Fuerza a nuestros militares que seguirán allí trabajando!. #SomostuEjército [E] [S] [camera] Batallón de Policía Militar I @CGTAD_NRDC_ESP en #Valencia	DANA Valencia
11,54%	🔴 Para apoyar a los afectados por la #dana, el #EjércitodeTierra despliega militares y material del: • Mando de Transmisiones (Valencia) / Rgto. Operaciones de Información (Valencia) / Rgto. Caballería Lusitania 8 (Marines – Valencia). • Rgto. Infantería Paracaidista Zaragoza 5 / (Alcantarilla – Murcia) / Batallón Policía Militar (Bétera – Valencia). • Bri. Logística (Zaragoza) / IGE (Barcelona) / Bri. Aragón I (Zaragoza) / Bri. “Rey Alfonso XIII” II #LaLegión (Almería) / Fuerzas Aeromóviles E.T. / Mando de Operaciones Especiales E.T. ¡Vamos a estar ahí con todo lo necesario! #SomostuEjército [E] [S]	Servicios civiles

10,30%	<p>🔴 El #EjércitodeTierra se une a las tareas de apoyo ante las consecuencias de la #dana!</p> <p>Unidades del #MOE se han sumado a los trabajos de apoyo y evacuación a los afectados por la #dana en Letur #Albacete. Se ha apoyado a los servicios sanitarios situados en la zona y una vez finalizada la evacuación de personal, se inició la búsqueda de desaparecidos. ✅</p> <p>El Ejército de Tierra incrementará el apoyo con más medios para paliar las consecuencias de esta emergencia. ¡Nuestra solidaridad con los afectados!. #SomostuEjército [E][S]</p>	DANA Valencia
9,80%	<p>🔴 ¡Buenas noches! El #EjercitodeTierra refuerza su despliegue para apoyar a los afectados por la #dana. Mañana se incorporan al despliegue 300 militares más del Ejército junto a más medios. ✅ Hoy han seguido sin descanso los trabajos de apoyo y rescate por nuestro militares del Mando de Operaciones Especiales del E.T. #MOE y de los helicópteros de las Fuerzas Aeromóviles del E.T. #FAMET. ¡Vamos a estar ahí con todo lo necesario! 🙌 #SomostuEjército [E][S]</p>	DANA Valencia
9,45%	<p>#Buenasnoches. Los restos mortales del cabo Billye German Palacios Aguilar, acompañados por una comisión de su unidad, el Grupo de Regulares nº 54, han llegado a la base aérea de Torrejón de Ardoz en #Madrid repatriados desde #Polonia. > Antes de su traslado, se celebró una emotiva ceremonia religiosa en su honor en el campo de maniobras Bemowo Piskie (Polonia), a la que asistieron sus compañeros españoles y aliados. > El cabo Palacios falleció el pasado lunes en acto de servicio, durante unas maniobras en el transcurso del ejercicio #SaberStrike2024 ¡Nuestro apoyo incondicional a sus familiares y compañeros en este difícil momento! #SomostuEjército [E][S]</p>	Historia y patrimonio
8,94%	<p>¡Buenos días! Otra Unidad del #EjercitodeTierra de #Valencia que apoya sin descanso a los afectados por la #DANA, es el Regimiento de Artillería Antiaérea Nº 73 #RAAA73 de #Marines. En #Albar y #Paiporta, sus soldados trabajan día y noche junto a sus paisanos. ¡Mucho ánimo a todos! #ValoresEjército #CompromisoConEspaña #SomostuEjército [E][S]</p>	DANA Valencia
8,21%	<p>¡La Brigada "Rey Alfonso XIII" de #LaLegión envía un segundo contingente de personal! Nuestros legionarios con material y medios para aumentar y reforzar los trabajos en la zona de #Paiporta #Valencia. 🤝 #SomostuEjército</p>	OTAN
8,17%	<p>Hoy, en un día donde las familias se reúnen para celebrar la #Navidad, muchos de nuestros #militares están lejos de casa, desplegados fuera de España o en #Valencia, sirviendo a nuestra Patria y a todos los españoles. 🎵 Desde el #EjercitodeTierra, os invitamos a uniros a nosotros y dedicarles un minuto de vuestro tiempo a nuestros #soldados, enviándoles vuestro apoyo y felicitaciones en estas Fiestas. "Por Navidad, vuestro apoyo es el mejor regalo". ¡Participa y escribe aquí tu felicitación! 🎉 #SomostuEjército [E][S] #FelizNavidad 🎅 José Manuel Dueñas / Ejército de Tierra</p>	Historia y patrimonio

8,11%	¡Enhorabuena! Soldado Juan Antonio García González, destinado en el Regimiento Acorazado «Pavía» nº 4. 👏 Mientras disfrutaba de un permiso tras regresar de la misión en Líbano @unifil_official , socorrió en Belmez, #Córdoba, a un conductor accidentado e inconsciente. Sus maniobras de reanimación RCP fueron vitales para salvarle la vida hasta la llegada de los servicios sanitarios. ¡Orgullosos de contar con los mejores en nuestras filas! 💪 #SomosTuEjército [E][S]	Clima y optimización
-------	--	----------------------

Fuente. Elaboración propia.

A partir de esta configuración temática general, el análisis léxico-discursivo permite profundizar en la manera en que determinados términos clave contribuyen a estructurar la identidad institucional del Ejército de Tierra en el plano textual.

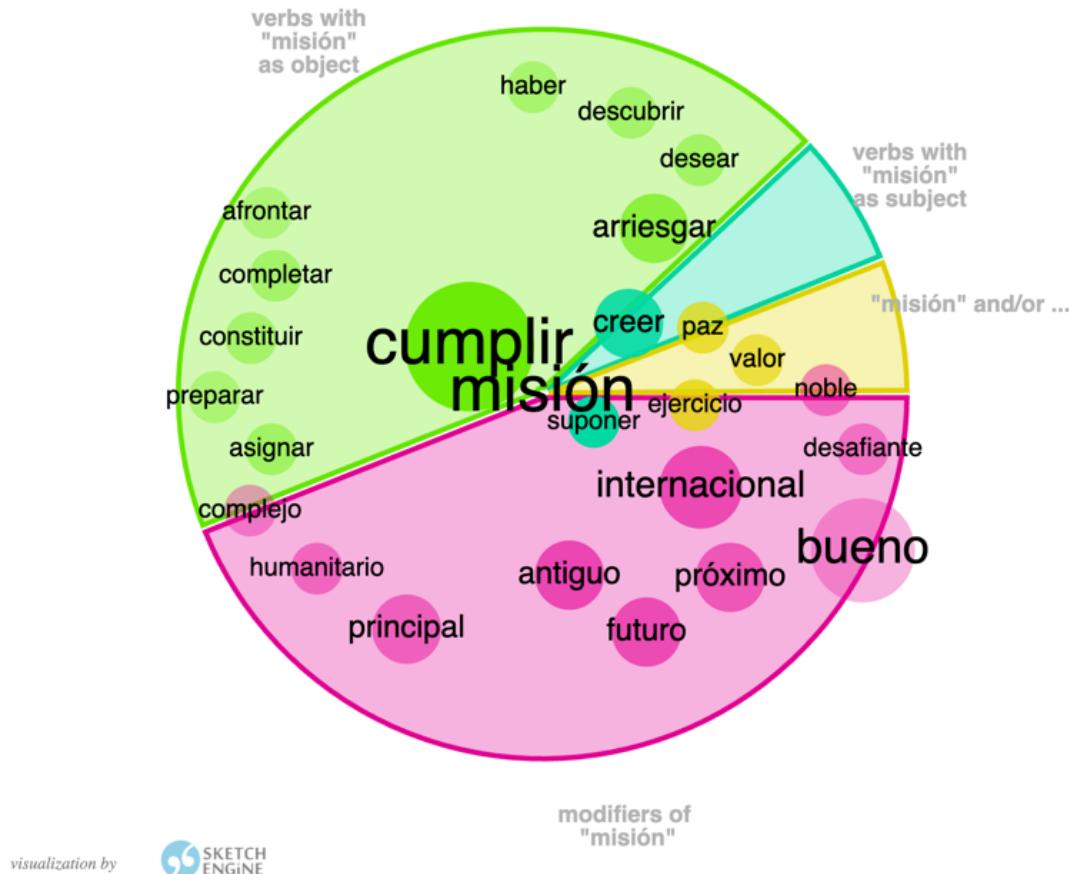
3.3.2 *Dinámicas léxicas y construcción discursiva*

El sustantivo *misión* (ver Figura 10), de elevada presencia en la comunicación institucional del Ejército de Tierra, articula un campo léxico que conjuga valores éticos, operatividad internacional y vocación de servicio. Desde el punto de vista verbal, aparece mayoritariamente como objeto de acciones orientadas a la ejecución y la responsabilidad: *cumplir, asignar, afrontar, preparar o completar* son algunas de las coocurrencias más destacadas. Este conjunto de verbos refuerza una representación de la misión como un mandato institucional que requiere preparación previa, disposición operativa y compromiso estratégico.

En el plano adjetival, la selección de modificadores como *internacional, humanitario, desafiante, noble* o *principal* contribuye a posicionar la misión como una tarea dotada de un fuerte componente simbólico. La alusión a dimensiones como la *paz*, el *valor* o el *riesgo* introduce una retórica heroica que enmarca la intervención militar dentro de un horizonte de sacrificio y bien común. Este léxico configura una visión épica y éticamente validada del rol del Ejército, proyectando una narrativa en la que la misión se convierte en una expresión de entrega nacional y cooperación internacional.

El análisis cruzado entre el término misión y los clústeres temáticos revela una asociación significativa con descripciones como *Deber institucional, Vocación militar, JJOO de París, Logística* o *Ingeniería militar*. Esta distribución refuerza la idea de que la misión se presenta como un eje estructurante del ethos profesional del Ejército. Su aparición reiterada en clústeres ligados al compromiso ético y al despliegue de capacidades especializadas apunta a una voluntad institucional de integrar la noción de misión con valores como la entrega, la superación y el reconocimiento internacional. En particular, la conexión con los Juegos Olímpicos introduce una dimensión simbólica que proyecta la identidad del soldado más allá del campo militar, inscribiéndolo en dinámicas de representación nacional y excelencia colectiva.

Figura 10. Mapa de colocaciones léxicas del término misión en el discurso del Ejército de Tierra.



Fuente. Elaboración propia.

El término *ejercicio* ocupa un lugar central (ver Figura 11), tanto en términos de frecuencia como de densidad semántica. El análisis léxico muestra que este sustantivo se encuentra estrechamente vinculado a un campo de acción orientado a la operatividad, el entrenamiento y la cooperación táctica. En el plano verbal, *ejercicio* aparece predominantemente como objeto de acciones planificadas y ejecutivas: *realizar, liderar, completar, organizar, finalizar o centrar* son algunos de los verbos que más comúnmente lo acompañan. Estas combinaciones proyectan una imagen del ejercicio como una actividad estructurada, dirigida y evaluada, con implicaciones en la preparación y la eficacia operativa.

En el plano adjetival, los modificadores asociados a *ejercicio* refuerzan su carácter institucional y estratégico. Términos como *táctico, internacional, mayor, principal, anual o correspondiente* introducen matices que remiten a la dimensión planificada, multinacional y jerarquizada de este tipo de actividades. El uso de adjetivos como *espectacular o conjunto* propone además una dimensión performativa, orientada a mostrar cohesión frente a públicos internos y externos.

Este patrón discursivo configura el ejercicio como espacio privilegiado de visibilidad y validación institucional. A través de él se articulan valores como la disciplina, la cooperación internacional, el liderazgo militar y la capacidad de respuesta ante escenarios complejos, inscribiéndose en una retórica de eficacia y compromiso con la defensa nacional.

El cruce del término ejercicio con los clústeres temáticos revela una fuerte presencia en bloques como *OTAN*, *Paracaidismo* y *FAMET*, *Servicios civiles* e *Ingeniería militar*, lo que permite precisar su relevancia como eje discursivo articulador de múltiples áreas funcionales. En estos clústeres, el uso del término remite a operaciones de alta exigencia técnica y simbólica, como los despliegues internacionales, la cooperación aliada o las maniobras especializadas.

Particularmente, su frecuencia en el clúster *OTAN* enfatiza la proyección del Ejército de Tierra como fuerza interoperable, alineada con estándares internacionales y comprometida con la defensa colectiva. Por su parte, en los nodos relacionados con *Paracaidismo* y *FAMET* o *Ingeniería militar*, ejercicio adquiere un sentido más especializado, vinculado al desarrollo de capacidades tácticas diferenciadas y al entrenamiento en entornos complejos. Su aparición en el clúster de *Servicios civiles* sugiere una dimensión funcional que trasciende el ámbito estrictamente militar, asociándose a labores de apoyo institucional en escenarios de emergencia o catástrofe.

Figura 11. Mapa de colocaciones léxicas del término ejercicio en el discurso del Ejército de Tierra.



Fuente. Elaboración propia.

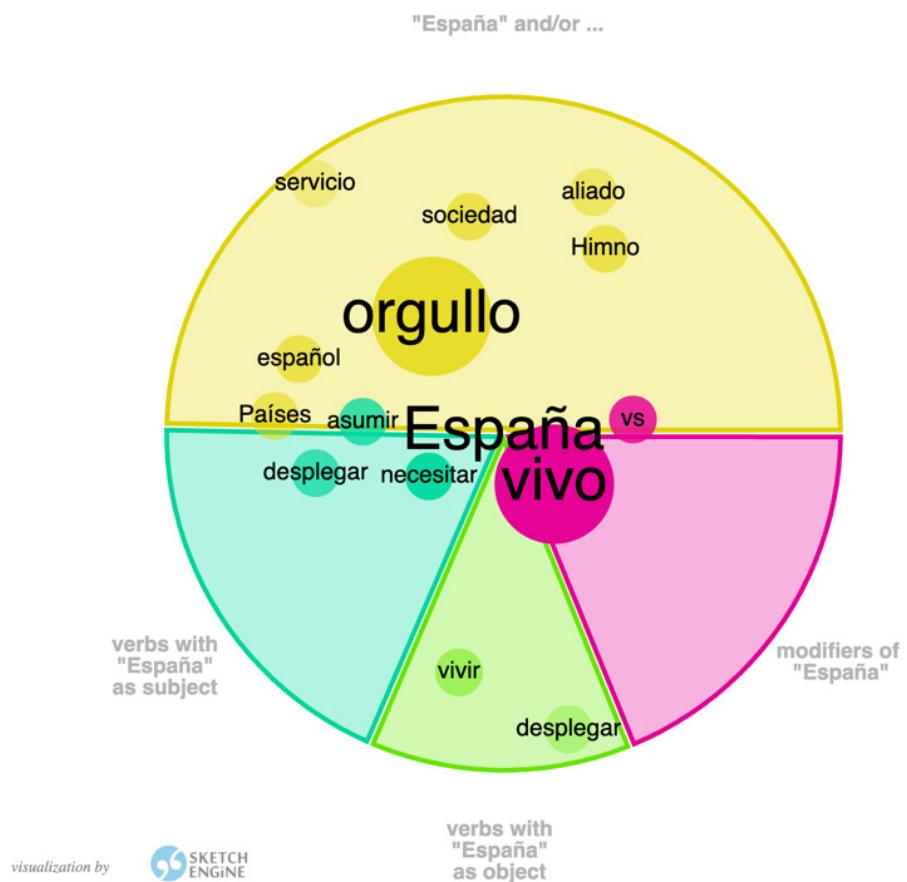
El término *España* (ver Figura 12) presenta un campo semántico cargado de connotaciones simbólicas y afectivas en las publicaciones del Ejército de Tierra. A diferencia del Ejército del Aire y del Espacio y la Armada, donde prevalece una asociación más institucional, en este caso se despliega un repertorio léxico que articula *España* como un referente emocional y moral. El sustantivo coocurre frecuentemente con nociones como *orgullo*, *sociedad*, *himno* o *aliado*, proyectando una imagen de unidad nacional donde el Ejército se erige como garante del vínculo entre patria y ciudadanía.

En la esfera verbal, *España* aparece tanto como sujeto como objeto de acciones significativas, como *asumir*, *necesitar*, *vivir* o *desplegar*, lo cual se relaciona con un marco discursivo centrado en la reciprocidad entre el país y quienes lo sirven. La patria es, al mismo tiempo, entidad que actúa y que es protegida, lo que refuerza su rol como fundamento del deber militar. La presencia del adjetivo *vivo* como modificador dominante apunta, además, a una representación vitalista y activa de la nación, en contraposición a una visión estática o meramente conmemorativa.

Este uso reiterado y estratégicamente codificado del término *España* funciona como núcleo vertebrador de la retórica institucional, movilizando valores como el sacrificio, la lealtad y la pertenencia. Se trata, en suma, de una construcción discursiva que legitima la acción militar al inscribirla en un horizonte nacional compartido, en el que servir a la patria se presenta como una forma de realización ética y emocional.

En términos de distribución temática, el término *España* se asocia de forma significativa a clústeres como *Vocación militar*, *Deber institucional*, *Ingeniería militar* y *Paracaidismo y FAMET*, lo que refuerza su papel como eje vertebrador de la identidad profesional en el Ejército de Tierra. Estos bloques discursivos concentran contenidos en los que la referencia a la patria actúa como justificación última del servicio, destacando la dimensión vocacional del ejercicio militar.

Figura 12. Mapa de colocaciones léxicas del término *España* en el discurso del Ejército de Tierra.



Fuente. Elaboración propia.

Asimismo, la alta frecuencia de España en publicaciones relacionadas *con Historia y patrimonio* y *JOO de París* sugiere un uso discursivo que articula la continuidad histórica con la proyección internacional del país. En el primer caso, el término opera como símbolo de memoria y legitimidad institucional; en el segundo, como emblema de representación nacional en el plano exterior. Esta doble inscripción –hacia el pasado y hacia el exterior– contribuye a consolidar una narrativa en la que la misión del Ejército se extiende más allá del ámbito táctico-operacional, abarcando también el plano simbólico y diplomático.

Conclusiones

La presente investigación ha permitido identificar las principales dinámicas discursivas que estructuran la comunicación institucional del Ejército de Tierra, la Armada y el Ejército del Aire y del Espacio en Instagram durante el periodo analizado. La segmentación temática y el análisis léxico-discursivo muestran que las tres ramas han adaptado sus estrategias de comunicación a las lógicas propias del ecosistema digital, combinando registros operativos, simbólicos y afectivos para proyectar una imagen moderna, eficaz y cercana.

En primer lugar, la segmentación temática permitió distinguir patrones discursivos diferenciados entre las ramas. El Ejército del Aire y del Espacio despliega una narrativa orientada a la excelencia técnica y el orgullo identitario; el Ejército de Tierra enfatiza su conexión histórica, su servicio territorial y su vocación cívica; y la Armada combina tradición formativa, proyección internacional y tecnificación. A pesar de estas diferencias, los clústeres temáticos evidencian una convergencia estratégica en torno a tres pilares comunes: la profesionalización, la vocación de servicio y la legitimación simbólica de su papel en la sociedad.

En segundo lugar, el análisis léxico revela que términos como *aviador, ejercicio, buque* y *España* funcionan como núcleos semánticos que condensan valores institucionales fundamentales. Estos términos actúan como dispositivos retóricos que movilizan marcos de pertenencia nacional, sacrificio, tradición y modernización. La selección léxica observada sugiere una estrategia discursiva deliberada orientada a inscribir la acción militar en relatos emocionales que resuenan con la ciudadanía.

En tercer lugar, el análisis de *engagement* confirma que la eficacia comunicativa se potencia cuando la acción militar se inscribe en marcos de significación emocional. Publicaciones que combinan la operatividad con narrativas de servicio, reconocimiento o heroísmo civil alcanzan mayores niveles de interacción, indicando que la ciudadanía responde más intensamente a contenidos donde la capacidad militar se traduce en gestos de protección, sacrificio o integración comunitaria.

Además, el análisis comparativo entre ramas pone de manifiesto una tensión productiva entre homogenización y diferenciación discursiva: si bien las tres fuerzas convergen en la activación de valores comunes, cada una matiza su narrativa en función de su historia, función operativa y proyección simbólica. Esta diferenciación interna refuerza la cohesión global del relato militar, permitiendo a la institución proyectar una imagen simultáneamente unificada y diversa.

Desde una perspectiva crítica, los resultados también invitan a reflexionar sobre los límites de la comunicación militar en entornos digitales. La necesidad de generar *engagement* puede favorecer dinámicas de *espectacularización, emocionalización* o simplificación del relato institucional, que tensionan la representación tradicional de las Fuerzas Armadas como instituciones de sobriedad, jerarquía y disciplina.

La comunicación militar en redes sociales contribuye a reconfigurar los marcos culturales desde los cuales la sociedad interpreta el rol de las Fuerzas Armadas en la vida pública contemporánea. Esto abre un campo de análisis futuro sobre las transformaciones simbólicas que la comunicación en línea podría estar induciendo en las representaciones públicas de lo militar.

Limitaciones y futuras líneas de investigación

Como toda investigación, el presente estudio presenta algunas limitaciones que es necesario señalar. En primer lugar, el corpus analizado se restringe a un periodo temporal de un año y a una única red social, Instagram, lo que acota la generalización de los resultados a otras plataformas o a otros contextos de comunicación institucional. Una ampliación temporal o el análisis comparativo entre redes (por ejemplo, X, Facebook o TikTok) podría ofrecer una visión más completa de las dinámicas discursivas de las Fuerzas Armadas en el ecosistema digital.

En segundo lugar, aunque las técnicas automáticas de segmentación semántica y análisis léxico han permitido gestionar grandes volúmenes de datos de forma sistemática, su aplicación

exige una interpretación manual y contextualizada para corregir posibles sesgos o errores de agrupamiento. La integración de métodos multimodales que combinen el análisis textual y visual de las publicaciones (imágenes, vídeos, iconografía) constituiría una vía de profundización relevante.

De cara a futuras investigaciones, sería pertinente explorar longitudinalmente cómo varía la comunicación militar en función de coyunturas políticas, conflictos internacionales o eventos de crisis interna, así como comparar las estrategias de comunicación de las Fuerzas Armadas de España con las de otros países. De igual forma, podría resultar interesante analizar la recepción de estos discursos por parte de diferentes segmentos de la ciudadanía, incorporando metodologías de corte etnográfico o experimental.

Referencias Bibliográficas

- Álvarez-Rivas, D., y Parras-Parras, A. (Coords.). (2022). *La nueva comunicación: Creatividad e innovación en la sociedad digital* (1^a ed.). Dykinson.
- Buitrago, Á. y Torres-Ortiz, L. (2022). Divulgación científica en YouTube: Comparativa entre canales institucionales vs. influencers de ciencia. *Fonseca, Journal of Communication*, 24. 127-148. <https://doi.org/10.14201/fjc.28249>
- Carrasco-Polaino y Jaspe-Nieto (2021). *Ánalisis de la comunicación de la Defensa española en Twitter: engagement, polaridad y objetividad*. En: Cosmovisión de la comunicación en redes sociales en la era postdigital. Coords. Sierra Sánchez, J. y Barrientos-Báez, A. McGraw-Hill
- Castillo-Abdul, B., Ortega-Fernández, E. y Romero-Rodríguez, L.M. (2022), Corporate social responsibility communication of male luxury fashion brands: analysis on Instagram, Facebook and TikTok, *Management Decision*, 62 (2), pp. 471-491. <https://doi.org/10.1108/MD-09-2022-1316>
- Comisión de Publicidad y Comunicación Institucional del Gobierno de España (2023) *Informe Anual de Publicidad y Comunicación Institucional*. Disponible en: <https://tinyurl.com/4a-he5c8a>
- Ejército de Tierra (2024). *Valores del Ejército de Tierra*. Ministerio de Defensa de España. <https://ejercito.defensa.gob.es/personal/valores/index.html>
- GAD3 & TEDAE. (2025). *Percepción social de la seguridad y la defensa en España*. Asociación Española de Tecnologías de Defensa, Seguridad, Aeronáutica y Espacio (TEDAE) <https://tedae.org/notas-de-prensa/un-56-de-los-espanoles-preve-un-mundo-mas-inseguro-y-valora-positivamente-reforzar-la-defensa-y-seguridad-nacional-y-sus-industrias/>
- García-Hernández, Y., Pérez-Hernández, C. C., y Mendoza-Moheno, J. (2024). Capacidad de Absorción y el Crecimiento Económico: Mapeo sistemático de literatura. *Revista Venezolana De Gerencia*, 29(108), 15041521. <https://goo.su/eP9nXvL>
- Giuffredi-Kähr, A., Petrova, A., y Malär, L. (2022). Sponsorship Disclosure of Influencers – A Curse or a Blessing? *Journal of Interactive Marketing*, 57(1), 18-34. <https://doi.org/g7hm4w>

- Gong, Z., y Lyford, C. (2025) Using Social Media for More Engaged Users and Enhanced Health Communication in Diabetes Care. *American Journal of Lifestyle Medicine*, 19(1), 118-128. <https://doi.org/phbx>
- Hernández-Corchte, S. (2021). La gestión comunicativa del riesgo en la Unidad Militar de Emergencias. Estrategia y estructura. *Revista del Instituto Español de Estudios Estratégicos*, 17, 39-58.
- Hernández-Santaolalla, V. (2019). *Advertising discourse and 'new' ideologies in Spain*. En: R. Yilmaz (Ed.), *Handbook of Research on Narrative Advertising* (pp.96-107). Hershey, PA: Business Science Reference.
- IAB (2024) *Estudio de Redes Sociales*. Disponible en: <https://tinyurl.com/2nrdvnhf>
- Instituto Reuters (2024) *Digital Report*. Disponible en: <https://tinyurl.com/yhnz57xz>
- Jacomy M, Venturini T, Heymann, S., y Bastian, M. (2014). ForceAtlas2, a Continuous Graph Layout Algorithm for Handy Network Visualization Designed for the Gephi Software. *PLoS ONE*, 9(6), e98679. <https://doi.org/f3mn4z>
- Light, B., Burgess, J. y Duguay, S. (2018). The walkthrough method: An approach to the study of apps. *New Media & Society*, 20 (3), pp. 881-900. <https://doi.org/10.1177%2F1461444816675438>
- López-Rodríguez, G. y Castillo-Eslava, F. (2023). A Comparative Study of Military Communication on Instagram: A Research Note. *Armed Forces & Society*, 0(0). <https://doi.org/10.1177/0095327X221149419>
- Martín-García, A., Buitrago, A., y Martín-García, N. (2023). Plataformas #paraservir. La estrategia digital de la Unidad Militar de Emergencias (UME) como muestra del potencial de las redes sociales ante situaciones de emergencia y protección civil. *Cuadernos.info*, 56. 143-165. <https://dx.doi.org/10.7764/cdi.56.62489>
- Martínez-Costa, M., Sánchez-Blanco, C. y Serrano-Puche, J. (2018). *El consumo de noticias online en España: temáticas, formatos e itinerarios de acceso*. En: Mediamorfosis: radiografía de la innovación en el periodismo (pp. 35-60). Universidad Miguel Hernández de Elche.
- Ministerio de Defensa (2024). *Fuerzas Armadas*. <https://www.defensa.gob.es/fuerzasarmadas/>
- Ortega-Fernández, E., y Rodríguez-Hernández, J. (2021). Estrategia de comunicación de los cuerpos de seguridad a través de píldoras audiovisuales en TikTok Policía Nacional y Guardia Civil en España. *aDResearch ESIC International Journal of Communication Research*. 25, (25). 160–185. <https://doi.org/10.7263/adresic-025-09>
- Rodríguez Hernández, J. (2024). Impacto de la comunicación en Twitter en el movimiento ambientalista durante la COP15. *Revista De Comunicación*, 23(1), 485-505. <https://doi.org/phdw>
- Rosa, R. (2020). La publicidad institucional en España. *Evolución legislativa, tecnológica y social*, 20, 385-400. <https://doi.org/10.5209/ARAB.67255>
- Sandhu, S. (2009). Strategic Communication: An Institutional Perspective. *International Journal of Strategic Communication*, 3, 72-92. <https://doi.org/10.1080/15531180902805429>

- Tornos-Inza, E. (2020) Tasa de interacción (engagement) en Twitter. *Marketing. 2020*. <https://tinyurl.com/yncxs8bu>
- Traag, V. A., Waltman, L., & Van Eck, N. J. (2019). From Louvain to Leiden: guaranteeing well-connected communities. *Scientific reports*, 9(1), 1-12. <https://doi.org/phfs>
- Vázquez-Gestal, M., Pérez-Seoane, J., y Fernandez-Souto, A. (2023). Tenders for Institutional Communication Campaigns in the Spanish Autonomous Communities: Transparency or Digital Disinformation. *Societies*. <https://doi.org/10.3390/soc13030052>
- We Are Social y Meltwater (2024). *Global digital report 2024*. Disponible en: <https://goo.su/62PQO>

Filiación

Esta investigación forma parte de la estancia en el Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad (CAP) de la Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación de la Universidad de Valladolid. Campus María Zambrano (Segovia-España).

Declaración de la contribución por autoría (CRediT)

Jonattan Rodríguez Hernández. Autor 1º: Metodología; Software; Investigación; Análisis formal; Curación de datos.

Noemí Martín García. Autora 2ª: Conceptualización; Administración del proyecto; Visualización; Redacción – borrador original.

Eglée Ortega Fernández. Autora 3ª: Investigación; Redacción – revisión y edición; Supervisión.



Actitud del personal docente e investigador de las universidades respecto al uso de la IA

Attitude of university teaching and research staff towards the use of AI

José Carlos Cámara Molina

<https://orcid.org/0009-0006-2762-1618>

joscamar@ucm.es

Universidad Complutense de Madrid (UCM), Madrid, España

Fecha de recepción: 7/01/2025

Fecha de aceptación: 5/05/2025

Resumen. Apenas dos años después de la llegada de modelos de inteligencia artificial (IA) accesibles para todo el público, esta tecnología ha ganado una fuerte presencia en numerosas facetas de nuestra vida. El presente artículo se propone conocer el impacto de esta tecnología en el mundo académico, explorando si el personal docente e investigador se muestra abierto a su uso, las actividades en las que emplean esta tecnología, y los riesgos y oportunidades que detectan. Para ello, se planteó una encuesta semiestructurada, que se distribuyó mediante muestreo por conveniencia, del que se obtuvieron respuestas de 78 personas con funciones de docencia e investigación en 45 universidades diferentes de España, Italia y Latinoamérica. Con esto, se comprueba que el empleo de la IA se consolida como una herramienta más en el desarrollo de actividades docentes y de investigación, y se encuentra plenamente normalizado. Las personas encuestadas reconocen con claridad los límites éticos y profesionales de la interacción con la máquina, y que esta, en ningún caso, debe sobrepasar los atributos que se consideran exclusivamente humanos. Una cuestión por resolver es la ausencia de conocimiento necesario para manejar la IA de forma adecuada, que precisa planes de formación.

Palabras clave: inteligencia artificial, enseñanza universitaria, investigación académica, ética, encuestas

Abstract. Just two years after the arrival of artificial intelligence (AI) models accessible to the public, this technology has become firmly embedded in many aspects of our lives. This article aims to understand the impact of this technology in the academic world, exploring whether teaching and research staff are open to its use, the activities in which they employ this technology, and the risks and opportunities they identify. To this end, a semi-structured survey was conducted, distributed through convenience sampling, and responses were obtained from 78 individuals with teaching and research roles at 45 different Spanish, Italian and Latin American universities. The findings re-

veal that the use of AI is consolidating as another tool in the development of teaching and research activities and is fully normalized. Respondents clearly recognize the ethical and professional limits of interaction with machines, and that, under no circumstances, should this interaction exceed the attributes considered exclusively human. One issue that remains to be resolved is the lack of knowledge necessary to properly manage AI, which requires training programs.

Keywords: artificial intelligence, university teaching, academic research, ethics, surveys

Introducción

Hoy día, ya no se encuentra en cuestión que la IA impondrá cambios, desde diferentes vertientes, tanto en la esfera social como en la individual (Agarwal, 2023; Scolari, 2023; Jiang, 2024), aunque todavía no exista consenso sobre su alcance. El presente artículo se centra en el ámbito académico, e indaga sobre la presencia de la IA en actividades docentes y de investigación, así como las principales actividades en las que se utiliza.

Previamente, numerosos autores, como Hanumant & Gholve, han procurado abarcar el fenómeno en toda su extensión, prestando especial atención a los riesgos y amenazas que supone (2024). Estas quedan de manifiesto cuando se analiza el impacto de la IA desde disciplinas más específicas, como la sociología, desde la cual Fernández Fernández *et al.* abogan por una humanización de la tecnología (2024), o la historia, a partir de la cual Harari plantea escenarios de futuro en los que la IA podría escapar al dominio humano (2024). No obstante, de todas las visiones planteadas, la perspectiva tecnooptimista tiende a ganar presencia, y se prevé que siga obteniendo más aceptación, frente a las reservas iniciales que suscitó la llegada de esta tecnología (Du, 2024; Garg & Dutta, 2024; Jiang, 2024).

La extensión del fenómeno IA, que ya se sitúa al alcance de cualquier persona usuaria, ha sido meteórica. Su popularización se sitúa en noviembre de 2022, con el lanzamiento de la versión 3 de ChatGPT. Sin embargo, Schmidhuber (2015) ofrece una perspectiva amplia sobre el estado de la cuestión en que nos encontramos, al presentar un amplio compendio de los proyectos desarrollados en años anteriores en torno a la materia. En 2019, Gil & Selman anticiparon los principales campos de investigación en torno a IA para las próximas décadas, que de forma prioritaria se centrarán en la integración, la interacción y el aprendizaje autoconsciente. Los autores mencionan otros desafíos en áreas críticas a los que se debe dar rápida respuesta, como infraestructuras, educación y mercado laboral. También de forma prospectiva, Hu (2021) aboga por una formación universalizada, que integre a la población más vulnerable, con el fin de capacitar al conjunto de la población para el uso de la IA, eliminar la tecnofobia y establecer un marco normativo que garantice la transparencia y la seguridad.

Cramarenco *et al.* centran su investigación en los efectos de la IA en las organizaciones y las nuevas habilidades que deberá desarrollar el personal empleado, sugiriendo la puesta en marcha de mecanismos de implantación responsable (2023). En términos similares, Jiang habla de un proceso de sustitución de actividades, comenzando por las más mecánicas, junto al desarrollo de funcionalidades inteligentes y una mayor integración humano-máquina (2024). En este escenario, Du (2024) observa una tendencia consolidada hacia la aceptación y la adaptación al cambio.

Marco teórico

Antes de abordar la manera en la que mundo académico concibe la IA y el modo en que esta tecnología puede integrarse en la labor diaria de quienes ejercen la investigación y la docencia, así como las potencialidades que brinda, conviene comprender los fundamentos que dieron lugar al nacimiento de la actual IA. Así, resulta interesante detenerse en las contribuciones de Fan (2020) o Kaplan & Haenlein (2020) en el campo de la neurociencia, que describen cómo la IA se entrena mediante mecanismos que imitan a los que se producen dentro del cerebro humano. Macpherson *et al.* encuentran una simetría en las formas en que IA y pensamiento humano se alimentan mutuamente, facilitando la interacción (2021). Respecto a esta conexión,

resaltan los conceptos establecidos por Wang & Wang (2024) de **AI for Science (AI4S)**, por el que la IA impulsa la ciencia, y **Science for AI (S4AI)**, donde la ciencia avanza para mejorar la IA.

Las referencias anteriores al modo en que la IA actúa como extensión de nuestro cerebro permiten encuadrar la definición aportada por Hu (2021) como un conjunto de algoritmos que facilitan la ejecución automática determinadas tareas, o Dwivedi *et al.* (2021), en línea con Agarwal (2023), como máquinas dotadas de la capacidad para realizar actividades que se consideran propias de los humanos. Otras investigaciones destacan que la IA y los modelos de lenguaje de gran tamaño (LLMs) han permitido establecer una comunicación con las máquinas a través del lenguaje natural (Nayyar, 2023; Elbadawi *et al.*, 2024). Waly aporta mayor concreción al especificar algunas de las tareas propias de la inteligencia humana, como la comprensión del lenguaje natural, reconocimiento de patrones y toma de decisiones basadas en datos (2024).

A ese respecto, surgen importantes cuestiones en torno al proceso de implementación y uso de la IA, la estimación del valor que aporta o la explicabilidad de la IA (Mikalef, 2021), sobre las cuales el presente artículo pretende ofrecer algunas respuestas a partir de la visión del mundo académico. Zhang & Aslan (2021) enumeran las oportunidades que están surgiendo para desarrollar estrategias de aprendizaje personalizadas y los avances en la consecución de resultados en la enseñanza, mientras que Waly clasifica los principales desafíos inherentes a la IA en nueve categorías: control de sesgos, transparencia, privacidad, deshumanización, compromiso ético, experiencia técnica, pérdida de empleo, falta de interoperabilidad y exceso de dependencia de la IA (2024).

Aunque el cambio y la incertidumbre han sido constantes de los últimos 25 años (Bañuelos, 2014), con la llegada de la IA, estos cambios se verán acelerados y, de nuevo, todavía no puede determinarse con exactitud el rumbo que tomarán. Lo cierto es que afectará tanto a la educación (Zhang & Aslan, 2021; Agarwal, 2023) como a la investigación científica (Dwivedi *et al.*, 2021; Ligo *et al.*, 2021; Gao & Wang, 2023; Kulkarni *et al.*, 2024).

Agarwal (2023) anticipa un fuerte impacto de la inteligencia artificial sobre la educación, para el cual tanto los profesionales del ramo como el estudiantado deberán estar preparados incorporando competencias nuevas. En ese sentido, sugiere realizar más investigaciones para especificar las habilidades que serán necesarias, sin soslayar valores como la imaginación, la originalidad y la innovación como características exclusivas del ser humano.

Si bien Nayyar (2023) observa potencialidades en la IA para reforzar la educación, gracias a sus capacidades de generación de lenguaje y técnicas de aprendizaje profundo, al mismo tiempo advierten de sus riesgos. Kulkarni *et al.* reconocen una doble cara de la IA en el devenir de la disciplina académica, ya que, por una parte, permite agilizar la investigación y, por otra, podría limitar nuestra capacidad de aprender, así como proporcionar información inexacta, sesgada o falsa (2024).

Yuan *et al.* (2020) recogen tendencias en torno a la investigación con IA, entre las cuales destacan las oportunidades que surgen de iniciar trabajos de colaboración multidisciplinar. Khlaif *et al.* pusieron en práctica la creación de artículos de investigación con el apoyo de ChatGPT para la generación de marcos de investigación, revisión de la literatura, análisis de datos e informes de evaluación, concluyendo que la IA tiene el potencial de mejorar la calidad de los artículos producidos y ofrece al personal investigador la posibilidad de centrarse en la parte metodológica (2023). Por su parte, Elbadawi *et al.* describen cómo esta aplicación logra reproducir actividades propias de la investigación tan diferentes como elaborar un texto original,

proponer una hipótesis de investigación, generar datos analíticos u ofrecer una interpretación crítica, entre otros (2024), mientras que Mukherjee & Chang verifican la facultad de comprender la investigación especializada, aportar razonamiento deductivo y evaluar la alineación de las pruebas (2024).

Dwivedi *et al.* concretan las oportunidades, desafíos y la agenda de investigación potencial que plantea la aparición de la IA a partir de la información proporcionada por expertos del sector público, la industria y el mundo académico (2021). Para que el uso de la IA en el ámbito académico pueda considerarse viable, Segovia & Baumgartner (2023) recomiendan verificar todas las afirmaciones e informaciones aportadas por esta tecnología, así como una profunda concienciación sobre los riesgos éticos y medidas antiplagio.

Ligo *et al.* incluyeron las ciencias sociales entre las numerosas áreas que pueden contribuir a mejorar la investigación con esta tecnología, comenzando por su contribución a resolver cuestiones conceptuales en torno a un empleo adecuado de la IA (2021). Mikalef también apunta en esta dirección, al emplear el término sociotécnica (2021). Khan *et al.* plantean un debate en el seno de la comunidad científica para valorar las consecuencias de su uso desde un compromiso ético que permita mantener la transparencia y generar confianza en el proceso de creación de conocimiento (2023), a fin de prevenir abusos como los que refleja Pletcher (2023). Así pues, la ciencia social jugará un papel esencial para definir la respuesta a tales incertidumbres (Cámara Molina, 2024; Grossmann *et al.*, 2023; Nnadozie, 2024). Por último, en el campo de la psicología, son interesantes los hallazgos de Ojha sobre las respuestas cognitivas, emocionales y conductuales que los individuos exhiben en su interacción con los sistemas de inteligencia artificial (2024).

Metodología

Basándose en las afirmaciones anteriores, y para conocer la disposición del personal docente e investigador de las universidades a incorporar el manejo de la IA en sus actividades diarias, así como las expectativas de rendimiento, esfuerzo y comportamiento que conlleva (Kosasi *et al.*, 2023), es pertinente plantear las siguientes preguntas de investigación:

1. ¿Qué grado de conocimiento tienen estas personas sobre la IA?
2. ¿Cuáles son los usos de la IA en actividades docentes?
3. ¿Cuáles son los usos de la IA en actividades de investigación?
4. ¿Cuáles son las ventajas e inconvenientes principales que se encuentran a la hora de emplear la IA, tanto en la enseñanza como en investigación?
5. ¿Qué condicionamientos éticos deben limitar, a juicio de las personas encuestadas, el uso de la IA, tanto en la enseñanza como en investigación?

Estudios como el de Wang *et al.* (2019) plantean cómo la IA impactará en la ciencia de datos con su intervención en entrevistas semiestructuradas. También se han empleado encuestas para concretar las oportunidades y desafíos que ofrece la investigación con IA (Du, 2024; Nnadozie, 2024).

Para este trabajo se propone utilizar la encuesta, ya que, a partir de la opinión de un grupo específico, permite determinar “el conocimiento, las actitudes, las conductas y los valores sociales” (Vinuesa, 2005: 177). Por ello, a partir de las preguntas de investigación propuestas

se elabora un cuestionario semiestructurado, que combina preguntas abiertas y cerradas, lo que dará lugar a un análisis cuantitativo-cualitativo de los resultados (Guevara Albán *et al.*, 2020; Poveda *et al.*, 2021).

Para desarrollar la investigación se han seguido las indicaciones expresadas por Vinuesa (2005) sobre elaboración de encuestas. A fin de asegurar la validez de las respuestas, Coughlan *et al.* (2013) sugieren identificar claramente el objeto de la investigación y que las preguntas sean claras, comprobando este aspecto con una muestra pequeña.

Una vez definidos los propósitos de la investigación, y en coherencia con el propósito de integrar la inteligencia artificial en el mundo académico, manteniendo criterios éticos y asumiendo la responsabilidad de los resultados (Cámara Molina, 2024), la autoría elabora un primer cuestionario. A continuación, se solicita a ChatGPT que proponga un nuevo cuestionario sin tener conocimiento del anterior. Esta misma aplicación elabora una tercera versión más completa a partir de las dos anteriores, que, por fin, revisa la autoría.

Atendiendo a las apreciaciones generales de Kelly & Long (2000) durante el proceso de realización de encuestas, y las más específicas de Li & Guenier (2024) respecto a las inexactitudes generadas por la inteligencia artificial, se detecta un sesgo importante en las respuestas a la pregunta “*¿Cree que la IA puede cambiar el rol tradicional del profesorado o personal investigador?*”, para la que la IA ofreció tres opciones: Sí, reducirá la carga de trabajo repetitivo; Sí, aumentará el enfoque en tareas creativas y estratégicas, y No, la IA no cambiará las funciones esenciales. Interrogada al respecto, la IA reconoce que:

Las dos primeras opciones de respuesta asumen que el impacto de la IA será positivo, lo que introduce un sesgo de confirmación al sugerir beneficios específicos (reducción de carga repetitiva y enfoque en tareas creativas). Esto puede influir en los encuestados al limitar su percepción sobre el posible impacto negativo o neutral de la IA en sus funciones. Además, la opción negativa (no cambiará las funciones esenciales) es menos específica y no presenta posibles impactos negativos (OpenAI, 2024).

De esta forma, se amplían las opciones de respuesta, como recoge la versión final, que se codifica a través de Google Forms (<https://forms.gle/PBKSKBLYR5X2HmnX6>). Las preguntas definitivas se recogen en la Tabla 1.

Tabla 1. Cuestionario para conocer la actitud del profesorado y personal investigador respecto al uso de la inteligencia artificial (IA).

- | |
|---|
| 1. Correo |
| Preguntas generales |
| 2. Rango de edad |
| 3. Género |
| 4. Nivel de estudios |
| 5. Universidad adscrita |
| 6. Área de conocimiento |
| 7. Funciones que realiza dentro de la universidad |

Conocimiento sobre la inteligencia artificial

8. ¿Cuál es su grado de interés por el uso de la IA en el ámbito académico?
9. ¿Cómo evalúa su conocimiento sobre IA?
10. ¿Ha recibido formación sobre el uso de la IA?
11. ¿Qué herramientas de IA conoce o ha utilizado?

Uso de la inteligencia artificial en la docencia

12. ¿Utiliza la IA en sus actividades docentes?
13. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿con qué fines ha empleado la IA en la docencia?
14. De las actividades mencionadas en la pregunta anterior, ¿cuáles le han sido de mayor utilidad para su labor docente?
15. ¿Qué beneficios ha observado en el uso de la IA para la docencia?
16. ¿Qué dificultades o barreras ha encontrado para implementar IA en la docencia?

Uso de la inteligencia artificial en la investigación

17. ¿Utiliza la IA en sus actividades investigadoras?
18. Si la respuesta es afirmativa, ¿con qué fines ha empleado la IA en investigación?
19. De las actividades mencionadas en la pregunta anterior, ¿cuáles le han sido de mayor utilidad para su labor investigadora?
20. ¿Ha publicado o planea publicar artículos científicos en los que haya usado la IA?
21. ¿Qué beneficios o potenciales beneficios observa en el uso de la IA para la investigación?
22. ¿Qué dificultades o barreras encuentra para implementar IA en la investigación?

Actitudes, percepciones y expectativas hacia la IA

23. ¿Qué actitud tiene respecto a la implementación de IA en el ámbito académico?
24. ¿La IA puede cambiar el rol tradicional del profesorado o personal investigador?
25. ¿Cree que el uso de la IA puede poner en peligro su puesto de trabajo?
26. ¿Cuáles son, a su juicio, los principales riesgos éticos en el uso de la IA en el ámbito académico?
27. En su opinión, ¿qué actividades no deberían ser sustituidas por la IA en el ámbito académico en ningún caso?

Fuente: elaboración propia con el apoyo de la herramienta ChatGPT (2024).

Con el **objetivo de alcanzar las 50** respuestas, se realiza un muestreo por conveniencia, mediante el envío de encuestas a contactos profesionales que cumplen con las características de la población objetivo, exponiéndoles los objetivos planteados. Este método se complementa con un muestreo bola de nieve, ya que se les anima a compartir la encuesta con sus propios contactos, siempre que estos cumplan iguales criterios de inclusión (funciones de profesorado

y/o personal investigador). Aunque dichas técnicas presentan evidentes limitaciones en cuanto a la representatividad y no pueden extrapolarse el conjunto de la población (Vinuesa, 2005), se han registrado todas las acciones realizadas y las circunstancias en las que se llevó a cabo la investigación (Farrokhi & Mahmoudi-Hamidabad, 2012; Coughlan *et al.*, 2013), aplicando una metodología que no permite llegar a la generalización, pero ofrece resultados interesantes con escasez de recursos (Jager *et al.*, 2017), supliendo la falta de representatividad numérica con un perfil cualitativo muy selecto, lo que, en fin, aporta validez al estudio.

Riba & Cuxart exponen las ventajas de la estratificación –en este caso, la población docente e investigadora– para dar mayor rigor a las encuestas (2010). Por su parte, Bosnjak & Danner (2015) afirman que ejercer presión sobre las personas para que participen podría dar lugar a respuestas falsificadas. Por último, las cualidades de transparencia y reproductibilidad aplicadas en esta investigación vienen a incidir también en el rigor del trabajo realizado (Salvador-Oliván *et al.*, 2021).

Resultados

Se analizaron 78 respuestas válidas –por encima de las 50 consideradas mínimas para que la investigación fuera viable– sobre un total de 83 recibidas entre los días 17 y 24 de diciembre de 2024. El criterio mínimo para aceptar las respuestas fue la adscripción a una universidad reconocida. La muestra final comprende personas integradas en 45 universidades de diez países: Argentina, Brasil, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, España, Italia, México y Panamá. Estos resultados responden a un muestreo por conveniencia, mediante solicitud directa a contactos con funciones de profesorado y/o personal investigador, a los que también se solicita que compartieran la encuesta con sus propios contactos, siempre que estos cumplieran iguales criterios de inclusión. Se ha encontrado un grado de diversidad aceptable en las respuestas, con presencia en todos los rangos de las preguntas generales, como edad, género, nivel de estudios, área de especialización y funciones desempeñadas (Tabla 2).

Tabla 2. Distribución de variables generales en la muestra.

Variables		Respuestas	
		Número	Porcentaje
Rango de edad	Hasta 30 años	7	8,97%
	31-40 años	8	10,26%
	41-50 años	30	38,46%
	51-60 años	20	25,64%
	Más de 60 años	13	16,67%
Género	Masculino	53	67,95%
	Femenino	25	32,05%

Nivel de estudios	Grado	6	7,69%
	Máster	29	37,18%
	Doctorando	10	12,82%
	Doctorando	33	42,31%
Área de especialización	Humanidades	10	12,82%
	Ciencias Sociales	25	32,05%
	Ciencias Naturales y Exactas	5	6,41%
	Ciencias de la Salud	5	6,41%
	Ingeniería y Tecnología	33	42,31%
Función	Docencia	26	33,33%
	Investigación	15	19,23%
	Ambas	37	47,44%

Fuente: elaboración propia a partir de Du (2024).

De la valoración cuantitativa puede extraerse una clara disposición favorable hacia el uso de la IA, con mucho (41,03%) o total (25,64%) interés por esta herramienta y un uso extendido en actividades docentes (76,92%) y de investigación (67,95%). Profesorado y personal investigador se muestran favorables (51,28%) o muy favorables (28,21%) al uso de la inteligencia artificial en su desempeño profesional. La mayor manifestación de escepticismo se encuentra en las respuestas a la pregunta sobre elaboración de artículos científicos, en la que solo un 21,79% se ha valido de esta herramienta, mientras que un 43,59% no planea intentarlo. Posiblemente, la causa sea la falta de claridad y conocimiento sobre la incidencia de la IA en las normas de publicación de artículos en revistas académicas (Marescotti, 2023).

En cuanto a las posibles repercusiones, no se considera que la presencia de esta tecnología pueda alterar negativamente la actividad diaria del profesorado o el personal investigador, al menos de forma significativa; antes bien, las personas que respondieron a esta encuesta consideran que aumentará el enfoque en tareas creativas y estratégicas (38,96%), reducirá la carga de trabajo repetitivo (36,36%) o, al menos, no cambiará las funciones esenciales (15,79%). Tampoco expresan temor a que la inteligencia artificial ponga en peligro sus puestos de trabajo (69,23%).

Asumiendo el posible riesgo de que hubiera una sobrerepresentación de personas más favorables al uso de la inteligencia artificial, según se ha planteado en la sección de Metodología, podría plantearse si hay alguna relación entre quienes más usan la IA y un menor miedo a que esta los expulse del mundo laboral. Estos resultados se expresan con detalle en la Tabla 3.

Tabla 3. Principales datos cuantitativos en relación con el uso de IA en actividades docentes y académicas.

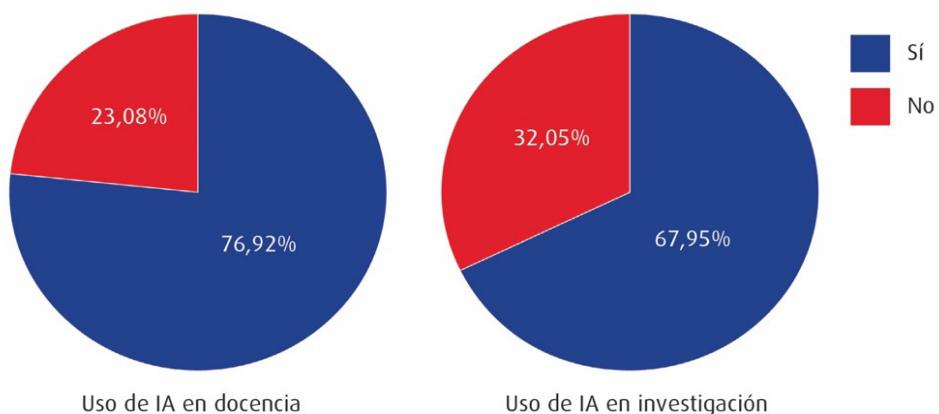
	Ninguno	Poco	Moderado	Mucho	Total
¿Cuál es su grado de interés por el uso de la IA en el ámbito académico?	0,0%	5,13%	28,21%	41,03%	25,64%
¿Cómo evalúa su conocimiento sobre IA?	Ninguno	Poco	Moderado	Bastante	Mucho
	0,0%	25,64%	46,15%	19,23%	7,69%
¿Ha recibido formación sobre el uso de la IA?	Sí (aprendizaje formal)		Sí, (autodidacta)		No
	32,05%		48,72%		19,23%
Uso de la inteligencia artificial en la docencia					
¿Utiliza la IA en sus actividades docentes?	Sí			No	
	76,92%			23,08%	
Uso de la inteligencia artificial en la investigación					
¿Utiliza la IA en sus actividades investigadoras?	Sí			No	
	67,95%			32,05%	
¿Ha publicado o planea publicar artículos científicos con ayuda de la IA?	Sí		No	Lo estoy valorando	
	21,79%		43,59%		32,05%
Actitudes, percepciones y expectativas hacia la IA					
¿Qué actitud tiene respecto a la implementación de IA en el ámbito académico?	Muy desfavorable	Desfavorable	Neutral	Favorable	Muy favorable
	3,85%	1,28%	15,38%	51,28%	28,21%

¿La IA puede cambiar el rol tradicional del profesorado o personal investigador?	Sí, porque reducirá la carga de trabajo repetitivo	Sí, porque aumentará el enfoque en tareas creativas y estratégicas	Sí, porque limitará la autonomía y protagonismo del profesorado / personal investigador	No, la IA no cambiará las funciones esenciales	No, pero podría generar más dependencia de herramientas tecnológicas
	36,36%	38,96%	5,19%	15,58%	3,90%
¿Cree que el uso de la IA puede poner en peligro su puesto de trabajo?	Sí, en gran medida		Sí, de forma limitada		No, en absoluto
	6,41%		24,36%		69,23%

Fuente: elaboración propia.

En cuanto a las principales herramientas empleadas, destaca el uso de modelos de lenguaje generativo, que han probado las personas encuestadas casi en su totalidad (76 de 78), seguido de los detectores de plagio y las herramientas de creación de contenido, tal y como recoge la Figura 1.

Figura 1. Herramientas de IA conocidas o utilizadas por las personas encuestadas.

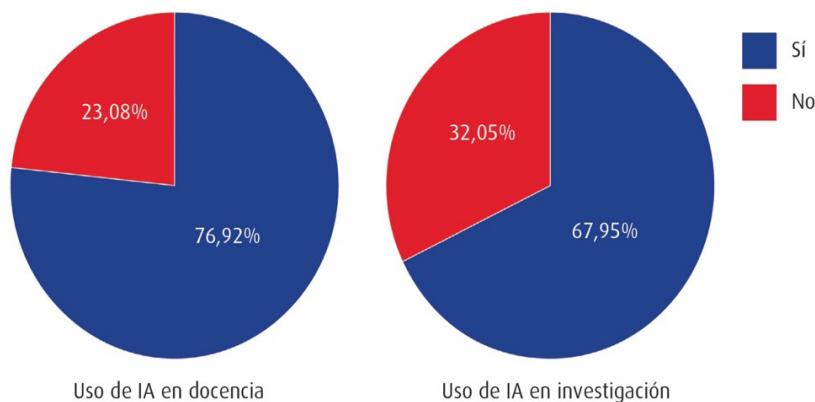


Fuente: elaboración propia.

Un 76,92% de las personas encuestadas utiliza la IA en sus actividades docentes, principalmente creación y mejora de contenidos, automatización de tareas administrativas y personalización del aprendizaje. De estas, reportan mayor satisfacción con la creación de contenidos. Sin embargo, hay un menor registro de respuestas favorables al uso de la IA en la labor investigadora (67,95%). Sus principales aplicaciones son el procesamiento y análisis de datos, la revisión y gestión de la información y la escritura y publicación científica. En cifras similares se

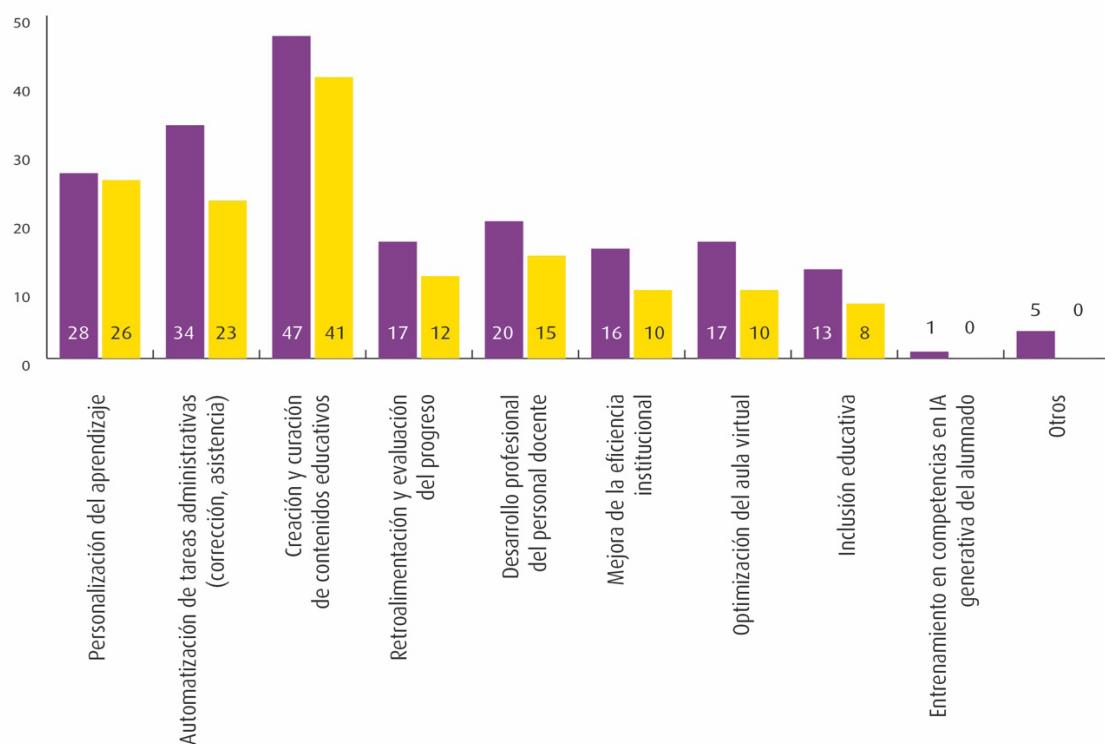
mueve la valoración positiva de estas tareas. En cuanto a la intención de publicar artículos académicos con ayuda de la IA, solo un 21,79% lo ha hecho y el 34,62% se encuentra valorándolo. La Figura 2 muestra la predisposición a usar IA en actividades docentes y académicas, mientras que las 3 y 4 comparan las herramientas empleadas y la satisfacción con su uso en la docencia y la investigación, respectivamente.

Figura 2: Predisposición a usar IA en actividades docentes y académicas.



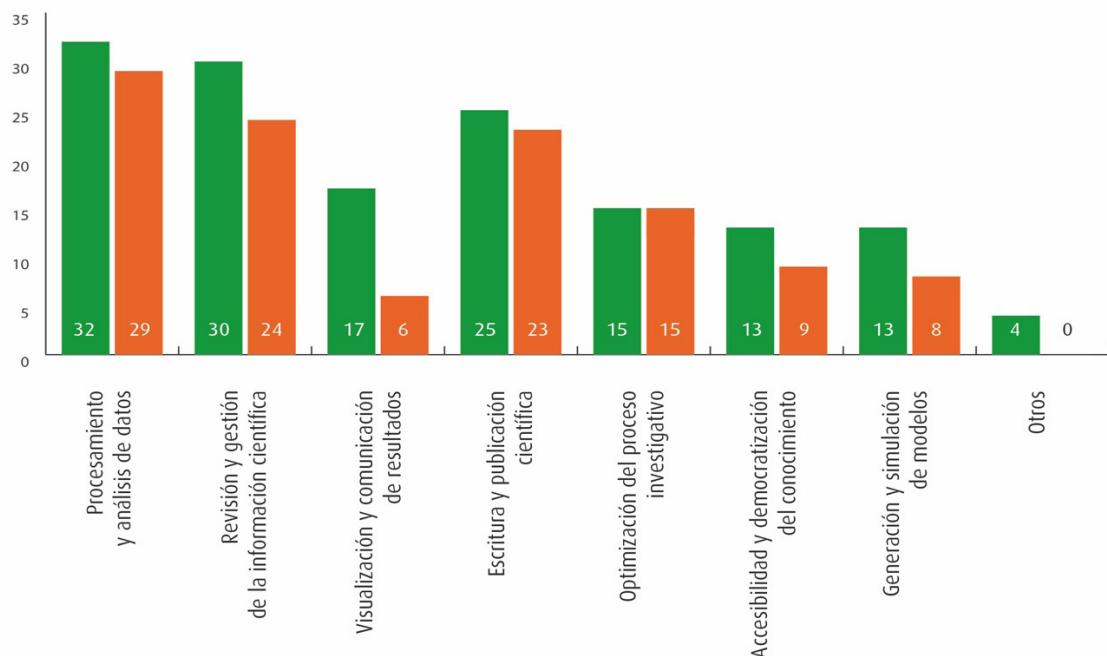
Fuente: elaboración propia.

Figura 3. Fines con los que se ha empleado la IA en educación y satisfacción de uso.



Fuente: elaboración propia.

Figura 4. Fines con los que se ha empleado la IA en investigación y satisfacción de uso.



Fuente: elaboración propia.

En el análisis cualitativo, las personas que emplean la IA para la docencia destacan, entre los beneficios observados, el ahorro de tiempo, la mejora de los contenidos y la mayor eficiencia en términos de organización y atractivo de las clases. En cuanto a las dificultades, destacan el coste de las licencias, la imprecisión de algunas de las respuestas, el desconocimiento de las herramientas y la dificultad para controlar el trabajo real del estudiantado.

Asimismo, las personas encuestadas apuntan a que la IA en investigación proporciona una agilización del trabajo y el aumento de la productividad como beneficios principales. También se resalta la posibilidad de ampliar conocimiento, estructurar la información y la ayuda en el tratamiento de datos, obtención de información, lectura de documentos y traducción. Las principales barreras se refieren a los elevados costes y la falta de fiabilidad.

En el apartado de riesgos éticos, los más mencionados guardan relación con el fraude (plagio, uso inadecuado tanto por profesionales como el estudiantado), la falta de fiabilidad o sesgos de la propia IA o la ausencia de claridad normativa. No parece haber discusión en cuanto al hecho de que, por su condición de herramienta, la IA no es responsable de estos malos usos. Algunas personas manifiestan temor en cuestiones relacionadas con la intimidad, la privacidad y la seguridad de los datos, así como los riesgos derivados de una dependencia excesiva de la tecnología o la deshumanización, que deberán ser abordados desde una perspectiva jurídica garantista (Nnadozie, 2024). Asimismo, se menciona la posibilidad de que esta tecnología termine dando lugar a una brecha social inexpugnable entre quienes son capaces de manejar la IA y el resto de la población.

El apartado anterior se complementa con la pregunta a las actividades que no deberían ser sustituidas por la IA, y que en su totalidad guardan relación con el respeto a la dignidad humana en términos de protección, pensamiento y relaciones interpersonales.

Conclusiones

Con este artículo se comprueba que la IA está presente en el ámbito académico. Aun en el caso de que una eventual investigación más amplia alterase de forma drástica los porcentajes de aceptación exhibidos en el presente estudio, queda claro que la inteligencia artificial ya no es considerada una entelequia ni un instrumento pernicioso, sino algo con lo que vamos a convivir y que ya se está utilizando en actividades educativas e investigadoras dentro de las universidades. Además, todos los autores citados en la introducción y el marco teórico coinciden en apuntar hacia una creciente presencia de la IA en los próximos años (Scolari, 2023).

Este trabajo concluye que la actitud general respecto a la IA es de aceptación (Agarwal, 2023), y su uso en la docencia o en la investigación académica ha dejado de ser tabú (Dwivedi *et al.*, 2021; Ligo *et al.*, 2021; Zhang & Aslan, 2021; Gao & Wang, 2023; Kulkarni *et al.*, 2024). En correspondencia, las personas participantes en el estudio demostraron un alto grado de apertura hacia el uso de la herramienta en sus proyectos. El hecho de que no teman que la IA acabe con sus puestos de trabajo, e incluso consideren que podrían centrarse en labores más creativas o de alto valor añadido, indica un pleno convencimiento de que la inteligencia artificial les ayudará a avanzar en sus trayectorias profesionales. Conviene recordar la posibilidad antes planteada de que exista un sesgo en este sentido, y las personas que contestaron el cuestionario fueran las más predispuestas, mientras que quienes no emplean o rechazan la inteligencia artificial se inhibieran de contestar. Para reducir este posible inconveniente, durante la difusión del cuestionario se indicó que si alguien no tenía interés o no había probado la IA también podía responder, ya que sus aportaciones proporcionarían información del mismo interés.

Otro aspecto significativo es que solo un 32,05% de las personas que respondieron han recibido aprendizaje formal en el uso de la IA mediante cursos y talleres, lo que permite aventurar oportunidades crecientes si desde los centros se brinda una formación más amplia (Hu, 2021). Esta necesidad es coherente con la pregunta de autopercepción del conocimiento sobre IA, en la que un 71,79% declararon tener un conocimiento entre poco y moderado, mientras que tan solo un 8,97% valoraron tener entre mucho y alto conocimiento.

Si el uso de la IA en la elaboración de artículos académicos presenta el índice más bajo de respuestas positivas de todo el cuestionario, esto puede deberse a que las personas que usan IA desconocen las normas (Marescotti, 2023) o se manifiestan conscientes de los riesgos que presenta, principalmente los derivados del plagio o un eventual uso abusivo de la tecnología (Kulkarni *et al.*, 2024), lo que permite inferir una disposición a aceptar y cumplir requerimientos éticos que se establezcan (Grossmann *et al.*, 2023; Cámara Molina, 2024). De ellas puede extraerse que, al menos, esta generación tiene un sólido concepto del papel que debe desempeñar el ser humano en su relación con la máquina, los riesgos de la deshumanización y el respeto por la dignidad humana. Queda en manos de generaciones futuras el mantener esta visión humanista en los próximos años (Fernández Fernández *et al.*, 2024).

Para estudios posteriores, se sugiere ampliar la investigación, con medios suficientes, a fin de alcanzar una muestra que permita segmentar por países, universidades y especializaciones, de manera que se puedan observar con detalle las tendencias y el compromiso de los centros académicos con esta tecnología. Asimismo, una encuesta amplia y segmentada por países puede complementarse con metodología Delphi o grupos de discusión selectos, a fin de profundizar sobre las metodologías empleadas y propuestas conjuntas para abordar diferentes investigaciones con ayuda de la IA. De esta forma, se obtendrá información más precisa como complemento de los resultados ofrecidos por las encuestas.

Asimismo, se recomienda que esta información se elabore en dos etapas, separadas por un intervalo de entre dos y cinco años, para obtener información adicional acerca de la evolución y el cumplimiento de las expectativas (Dwivedi *et al.*, 2021; Kosasi *et al.*, 2023), si se han solventado los riesgos –y cómo– (Waly, 2024) y, sobre todo, comprobar si surgen nuevas metodologías a medida que avanza esta tecnología que hoy día parece no tener límites.

Otra línea de investigación pertinente es conocer si las normas de publicación de artículos en revistas académicas admiten e incluso invitan a emplear la inteligencia artificial en nuevas investigaciones (Marescotti, 2023).

Declaración de uso de la IA

La autoría se ha valido de la aplicación ChatGPT para mejorar el cuestionario con arreglo a lo expuesto en el apartado de metodología. La misma herramienta se ha empleado para mejorar la versión en inglés del resumen.

Las informaciones proporcionadas por la herramienta han servido como guía y posteriormente fueron verificadas.

Los prompt empleados forman parte de la investigación, y se pondrán a disposición de la editorial y de cualquier persona interesada que los solicite.

La autoría ha verificado toda la información proporcionada por la IA y asume su plena responsabilidad sobre el trabajo presentado.

Referencias bibliográficas

- Agarwal, S. (2023). The impact of Artificial Intelligence (AI) on society. *Journal of Advances in Science and Technology*, 20(1): 194-200. <https://doi.org/10.29070/rx6mcp48>
- Bañuelos, J. (2014). Entrevista a Carlos Scolari. Educación e investigación en la era de las hipermediaciones. *Virtualis*, 3(6): 117-120. <https://doi.org/10.2123/virtualis.v3i6.66>
- Bosnjak, M. & Danner, D. (2015). Survey participation and response. *Psihologija*, 48(4): 307-310. DOI: 10.2298/PSI1504307B
- Cámara Molina, J. C. (2024). El uso de la IA como herramienta para la investigación académica: políticas editoriales y condicionantes éticos en el camino hacia su normalización. *Derecom. Derecho de la Comunicación y de Nuevas Tecnologías*, 37: 33-46. <https://doi.org/10.5209/dere.98112>
- Coughlan, M., Cronin, P., Ryan, F. (2013). Survey research: Process and limitations. *International Journal of Therapy and Rehabilitation*, 16(1). <https://doi.org/10.12968/ijtr.2009.16.1.37935>
- Cramarencu, R., Burcă-Voicu, M., Dabija, D. (2023). The impact of Artificial Intelligence (AI) on employees' skills and well-being in global labor markets: A systematic review. *Oeconomia Copernicana*, 14(3): 731-767. <https://doi.org/10.24136/oc.2023.022>
- Du, Y. (2024). The impact of Artificial Intelligence on people's daily life. *The Frontiers of Society, Science and Technology*, 6(6): 12-18. <https://doi.org/10.25236/FSST.2024.060603>
- Dwivedi, Y. K., Hughes, L., Ismagilova, E., Aarts, G., Coombs, C., Crick, T., Duan, Y., Dwivedi, R., Edwards, J., Eirug, A., Galanos, V., Ilavarasan, P. V., Janssen, M., Jones, P.,

- Kar, A. K., Kizgin, H., Kronemann, B., Lal, B., Lucini, B., Williams, M. D. (2021). Artificial Intelligence (AI): Multidisciplinary perspectives on emerging challenges, opportunities, and agenda for research, practice and policy. *International Journal of Information Management*, 57: 101994. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.08.002>
- Elbadawi, M. Li, H., Basit, A. W., Gaisford, S. (2024). The role of artificial intelligence in generating original scientific research. *International Journal of Pharmaceutics*, 652: 123741. <https://doi.org/10.1016/j.ijpharm.2023.123741>
- Fan, J., Fang, L., Wu, J., Guo, Y., Dai, Q. (2020). From brain science to Artificial Intelligence. *Engineering*, 6: 248-252. <https://doi.org/10.1016/j.eng.2019.11.012>
- Farrokhi, F. & Mahmoudi-Hamidabad, A. (2012). Rethinking convenience sampling: defining quality criteria. *Theory and Practice in Language Studies*, 2(4): 784-792. <https://doi.org/10.4304/tpls.2.4.784-792>
- Fernández Fernández, M., Sanculescu Budea, A. M. Fernández Alameda, C. M. (2024). Retenciones desde la sociología y la comunicología ante el tecnooptimismo y la inteligencia artificial. *Tendencias Sociales. Revista de Sociología*, 2(10). <https://doi.org/10.5944/ts.2023.43120>
- Gao, J. & Wang, D. (2023). Quantifying the benefit of Artificial Intelligence for scientific research. *ArXiv*, abs/2304.10578. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2304.10578>
- Garg, P. & Dutta, B. (2024). Impact of Artificial Intelligence on everyday life. *International Journal of Innovative Research in Science, Engineering and Technology*, 13(5): 9972-9979. <https://doi.org/10.15680/ijirset.2024.1305567>
- Gil, Y. & Selman, B. (2019). A 20-year community roadmap for Artificial Intelligence research in the US. *Computing Community Consortium (CCC) and Association for the Advancement of Artificial Intelligence (AAAI)*. <https://cra.org/ccc/resources/workshop-reports/>
- Grossmann, I., Feinberg, M., Parker, D. C., Christakis, N. A., Tetlock, P. E., Cunningham, W. A. (2023). AI and the transformation of social science research. *Science*, 380(6650): 1.108-1.109. <https://doi.org/10.1126/science.adl1778>
- Guevara Alban, G. P., Verdesoto Arguello, A. E., Castro Molina, N. E. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *Recimundo, Revista Científica Mundo de la Investigación y el Conocimiento*, 4(3): 163-173. [https://doi.org/10.26820/recimundo/4.\(3\).julio.2020.163-173](https://doi.org/10.26820/recimundo/4.(3).julio.2020.163-173)
- Hanumant, S. & Gholve, P. (2024). Impact of AI in humans life. *International Journal of Advanced Research in Science, Communication and Technology*, 4(1): 147-151. <https://doi.org/10.48175/ijarsct-19526>
- Harari, Y. N. (2024). Nexus. Una breve historia de las redes de información desde la Edad de Piedra hasta la IA. Debate
- Hu, B. (2021). Analysis of the impact of Artificial Intelligence on our lives. *The Frontiers of Society, Science and Technology*, 3(7): 45-50. <https://doi.org/10.25236/fsst.2021.030709>
- Jager, J., Putnick, D. L., Bornstein, M. H. (2017). More than just convenient: the scientific merits of homogeneous convenience samples. *Monographs of the Society for Research in Child Development*, 82(2): 13-30. <https://doi.org/10.1111/mono.12296>
- Jiang, Z. (2024). Artificial intelligence: a review of development, application and prospects. *Dean&Francis*, 1(7). <https://doi.org/10.61173/y38yzk38>
- Kaplan, A. & Haenlein, M. (2020). Rulers of the world, unite! The challenges and opportuni-

- ties of artificial intelligence. *Business Horizons*, 63: 37e50. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2019.09.003>
- Kelly, B. & Long, A. (2000). The design and execution of social surveys. *Nurse Researcher*, 8(2): 69. <https://login.bucm.idm.oclc.org/login?url=https://www.proquest.com/scholarly-journals/design-execution-social-surveys/docview/200820529/se-2>
- Khan, N. A., Osmonaliev, K., Sarwar, M. Z. (2023). Pushing the boundaries of scientific research with the use of Artificial Intelligence tools: Navigating risks and unleashing possibilities. *Nepal Journal of Epidemiology*, 13(1): 1258-1263. DOI: 10.3126/nje.v13i1.53721
- Khlaif, Z. N., Mousa, A., Hattab, M. K., Itmazi, J., Hassan, A. A., Sanmugam, M., Ayyoub, A. (2023). The potential and concerns of using AI in scientific research: ChatGPT performance evaluation. *JMIR Medical Education*, 9: e47049. DOI: 10.2196/47049
- Kosasi, S., Lukita, C., Chakim, M. H. R., Faturahman, A., Kusumawardhani, D. A. R. (2023). The influence of digital Artificial Intelligence technology on quality of life with a global perspective. *Aptisi Transactions on Technopreneurship (ATT)*, 5(3): 240-250. <https://doi.org/10.34306/att.v5i3.354>
- Kulkarni, M., Mantere, S., Vaara, E., Van Den Broek, E., Pachidi, S., Glaser, V., Gehman, J., Petriglieri, G., Lindebaum, D., Cameron, L., Rahman, H., Islam, G., Greenwood, M. (2024). The future of research in an Artificial Intelligence-driven world. *Journal of Management Inquiry*, 33: 207-229. <https://doi.org/10.1177/10564926231219622>
- Li, M. & Guenier, A. (2024). ChatGPT and health communication: a systematic literature review. *International Journal of E-Health and Medical Communications*, 15(1). <https://doi.org/10.4018/IJEHMC.349980>
- Ligo, A. K., Rand, K., Bassett, J., Galaitsi, S. E., Trump, B. D., Jayabalasingham, B., Collins, T., Linkov, I. (2021). Comparing the emergence of Technical and Social Sciences research in Artificial Intelligence. *Frontiers in Computer Science*, 3: 653235. DOI: 10.3389/fcomp.2021.653235
- Macpherson, T., Churchland, A., Sejnowski, T., DiCarlo, J., Kamitani, Y., Takahashi, H., Hikida, T. (2021). Natural and Artificial Intelligence: A brief introduction to the interplay between AI and neuroscience research. *Neural Networks*, 144: 603-613. <https://doi.org/10.1016/j.neunet.2021.09.018>
- Marescotti, M. (2023). To ChatGPT or not to ChatGPT: the use of artificial intelligence in writing scientific papers. *Brain Communications*, 5(6): fcad266, <https://doi.org/10.1093/braincomms/fcad266>
- Mikalef, P. (2021). Editors' reflections and introduction to the special section on 'Artificial Intelligence and Business Value'. *International Journal of Information Management*, 57: 102313. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2021.102313>
- Mukherjee, A. & Chang, H. H. (2024). AI knowledge and reasoning: emulating expert creativity in scientific research. arXiv:2404.04436. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2404.04436>
- Nayyar, K. (2023). Evolution of AI and ChatGPT. *International Journal of Research in Management*, 5(1): 130-134. <https://doi.org/10.33545/26648792.2023.v5.i1b.80>
- Nnadozie, C. E. (2024). Artificial Intelligence and its impact on our contemporary society. *International Journal of Science and Research (IJSR)*, 13(2): 1149-1152. <https://doi.org/10.21275/mr24206175015>

- Ojha, A. K. (2024). Psychological impact of AI: understanding human responses and adaptations. *Journal of Artificial Intelligence, Machine Learning and Neural Network*, 4(2): 48-54. <https://doi.org/10.55529/jaimlnn.42.48.54>
- OpenAI. (2024). *ChatGPT* (versión de 2024) [modelo multimodal grande]. <https://chat.openai.com/chat>
- Pletcher, S. N. (2023). Using AI to detect AI-generated research papers. <https://doi.org/10.31219/osf.io/7rbds>
- Poveda, B., Barceló, M. L., Rodríguez Gómez, I., López-Gómez, E. (2021). Percepciones y creencias del estudiantado universitario sobre el aprendizaje en la universidad y en el prácticum: Un estudio cualitativo. *Revista Complutense de Educación*, 32(1): 41-53. <https://doi.org/10.5209/rced.67953>
- Riba, C. & Cuxart, A. (2010). Aspectos metodológicos de la Encuesta Social Europea. *La Sociología en sus Escenarios*, 17. <https://revistas.udea.edu.co/index.php/ceo/article/view/6806>
- Salvador-Oliván, J. A., Marco-Cuenca, G., Arquero-Avilés, R. (2021). Evaluación de la investigación con encuestas en artículos publicados en revistas del área de biblioteconomía y documentación. *Revista Española de Documentación Científica*, 44(2). <https://doi.org/10.3989/redc.2021.2.1774>
- Schmidhuber, J. (2015). Deep learning in neural networks: An overview. *Neural Networks*, 61: 85-117. <http://dx.doi.org/10.1016/j.neunet.2014.09.003>
- Scolari, C. (2023). 10 tesis sobre la IA. *Hipermediaciones*, 14 de mayo de 2023. <https://hipermediaciones.com/2023/05/14/10-tesis-sobre-la-ia/> (consultado el 20 de diciembre de 2024)
- Segovia, J. & Baumgartner, R. (2023). El uso de aplicaciones de inteligencia artificial para la educación e investigación científica. *Revista de Investigación Hatun Yachay Wasi*, 3(1): 98-111. <https://doi.org/10.57107/hyw.v3i1.61>
- Vinuesa, M. L. (2005). La encuesta. Observación extensiva de la realidad social, en Berganza Conde, M. R. & Ruiz San Román, J. A. (coord.) *Investigar en comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en Comunicación* (pp. 177-205). McGraw-Hill
- Waly, M. F. (2024). Artificial Intelligence and Scientific Research. *Sustainability Education Globe*, 1(2). DOI: 10.21608/seg.2024.269596.1001
- Wang, F. & Wang, Y. (2024). Digital scientists and parallel sciences: The origin and goal of AI for Science and Science for AI. *Bulletin of Chinese Academy of Sciences*, 39(1): 4. <https://doi.org/10.16418/j.issn.1000-3045.20231212004>
- Wang, D., Weisz, J. D., Muller, M., Ram, P., Geyer, W., Dugan, C., Tausczik, Y., Samulowitz, H., Gray, A. (2019). Human-AI collaboration in data science: exploring data scientists' perceptions of automated AI. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 3: 211. <https://doi.org/10.1145/3359313>
- Yuan, S., Shao, Z., Wei, X., Tang, J., Hall, W., Wang, Y., Wang, Y., Wang, Y. (2020). Science behind AI: the evolution of trend, mobility, and collaboration. *Scientometrics*, 124: 993-1013. <https://doi.org/10.1007/s11192-020-03423-7>
- Zhang, K. & Aslan, A. B. (2021). AI technologies for education: Recent research & future directions. *Computers and Education: Artificial Intelligence*, 2: 100025. <https://doi.org/10.1016/j.caeari.2021.100025>



Autopercepción de la imagen personal en redes sociales de mujeres universitarias: un estudio comparativo entre las generaciones Z e Y

Self-perception of personal image on social media among female university students: a comparative study between Generations Z and Y

Rocío González-Andrio Jiménez

<https://orcid.org/0000-0001-6395-9479>

recio.gonzalezandrio@urjc.es

Universidad Rey Juan Carlos (URJC), Madrid, España

María Isabel De La Rubia Rivas

<https://orcid.org/0000-0002-4574-1094>

isabel.delarubia@urjc.es

Universidad Rey Juan Carlos (URJC), Madrid, España

Recibido: 16/04/2025

Aceptado: 17/05/2025

Resumen: En la era digital, los jóvenes construyen en gran medida su identidad e imagen personal a través de su presencia en las redes sociales. El objetivo de este estudio es comparar la percepción de la imagen proyectada en estos entornos por mujeres universitarias españolas (N = 661), en su mayoría estudiantes de grados de educación y pertenecientes a las generaciones digitales Y y Z. Mediante una metodología de enfoque cualitativo, se analiza tanto el grado de satisfacción con la imagen proyectada como las motivaciones subyacentes que explican dichas percepciones. Para la categorización de las respuestas abiertas se emplea el software ATLAS.ti y, para el análisis comparativo, se aplican pruebas de contraste mediante el test de chi-cuadrado con el programa SPSS. Los resultados revelan que, aunque la mayoría de las participantes declara sentirse cómoda con la imagen que proyecta en redes sociales, esta no siempre coincide plenamente con su identidad real. El estudio concluye que las jóvenes valoran la autenticidad y rechazan vidas ficticias. Se detecta la necesidad de abordar, desde la educación superior, la enseñanza vinculada a la construcción de la identidad e imagen digital, promoviendo el desarrollo de competencias emocionales que favorezcan una gestión madura, ética, crítica y coherente como ciudadanas en entornos virtuales.

Palabras clave: imagen personal, redes sociales, mujeres universitarias, educación, bienestar emocional.

Abstract. In the digital age, young people construct their identity and personal image through their presence on social media. The aim of this study is to compare the perception of the personal image projected in these environments by Spanish university women (N = 661). The majority of whom are students in education-related degree programs and belong to digital Generations Y and Z. Using a qualitative research approach, the study analyzes both the level of satisfaction with the projected image and the underlying motivations that explain these perceptions. Open-ended responses were categorized using ATLAS.ti software, and comparative analyses were conducted using the chi-square test and SPSS software. The results reveal that, although most participants report feeling comfortable with the image they project on social media, this image does not always fully align with their real identity. The study concludes that young women value authenticity and reject fictitious lifestyles. There is a clear need to address, within higher education, the teaching related to the construction of digital identity and self-image, promoting the development of emotional competencies that support a mature, ethical, critical, and coherent management of one's digital presence as citizens in virtual environments.

Keywords: personal image, social media, female university students, education, emotional well-being.

Introducción

La identidad digital hace referencia a la imagen personal que los y las usuarias proyectan en entornos virtuales, especialmente a través de redes sociales como Instagram o TikTok. Esta identidad se construye a partir de decisiones individuales relacionadas con la creación, gestión y difusión de contenidos *online* (Sádaba & Barranquero, 2019), constituyendo una extensión del modo de pensar, ser y estar en el ecosistema digital. Así, cada publicación, imagen, comentario o valoración contribuye progresivamente a configurar una autoimagen pública o semipública, que se varía con el tiempo (Padilla, 2009; Feixa Pàmpols, 2020). No obstante, esta construcción no es ajena al contexto social y cultural en el que se inscribe, ya que está mediada por los códigos de comunicación online, las tendencias digitales y las dinámicas sociales cambiantes (Castañeda & Camacho, 2012).

En este marco, resulta especialmente relevante considerar cómo estas dinámicas impactan en función del género. En el ecosistema de las redes sociales, las mujeres se ven expuestas a discursos normativos sobre el deseo, la autoimagen y el valor propio, que afectan directamente a la configuración de su identidad digital (Banet-Weiser, 2018). En este sentido, Illouz (2023) subraya que las transformaciones contemporáneas del yo incluyen tres dimensiones: la voluntad que implica el cómo queremos algo, el reconocimiento, es decir, cómo construimos nuestro sentido del valor propio y el deseo que implica el qué, y cómo deseamos. Estas dimensiones se ven constantemente interpeladas en las plataformas digitales, donde el reconocimiento social, afecta a las interacciones simbólicas como *likes*, comentarios, etiquetas, emojis, que se convierten en ejes claves de validación identitaria.

Dicho lo anterior, el uso generalizado de las redes sociales se ha convertido en un fenómeno en la reconfiguración de los procesos identitarios integrando, al menos en teoría, la vida virtual con la presencial. Esta interconexión entre lo *online* y lo *offline* contribuye a delinear otras formas de ciudadanía, donde las personas pueden participar en los espacios físicos como en los digitales. Por tanto, en la actualidad la identidad digital se articula precisamente en la confluencia de ambas esferas (Althoff et al., 2017; Sule et al., 2021). En este escenario, resulta pertinente recuperar la reflexión de Putnam (2002) sobre la erosión del capital social en las sociedades contemporáneas: la progresiva desvinculación de los espacios comunitarios tradicionales se traduce en una reconfiguración de los vínculos, donde lo digital no solo media las relaciones, sino que se convierte en uno de los principales escenarios de construcción identitaria.

Sin embargo, como destacan Kim et al. (2011), quienes hacen uso de redes sociales pueden optar por proyectar una imagen fiel a su realidad, o bien construir una representación distorsionada, estratégica o idealizada de sí mismos. En otras palabras, está influyendo en los cambios cognitivos, sociales y en valores de las generaciones de adolescentes y jóvenes (Reig, 2012). Esto lleva a preguntarnos: ¿quiénes somos realmente en la era digital? ¿Por qué se produce una disociación entre nuestra vida *online* y la realidad *offline*? ¿Cómo están cambiando los valores y modo de pensar de los jóvenes? (Capurro, 2021).

En las últimas décadas, el uso de redes sociales entre adolescentes y jóvenes adultos ha suscitado creciente preocupación dada su influencia en múltiples esferas de la vida personal, social y emocional. Diversos estudios han mostrado cómo su uso intensivo puede derivar en problemas de salud mental, afectando particularmente a la visión de la imagen corporal, la autoestima y la percepción del yo. En esta línea, la literatura académica ha centrado su atención en cómo los jóvenes interactúan con estas plataformas y en las consecuencias que dichas prá-

ticas digitales tienen sobre su persona: bienestar y autoimagen (Camacho-Vidal, 2023) moldean la percepción de uno mismo y de los demás en entornos virtuales (Wu Song, 2009)

Asimismo, investigaciones previas han evidenciado que la exposición constante a imágenes idealizadas en redes como Facebook o Instagram incrementa la preocupación por la apariencia física y afecta negativamente al estado de ánimo (Perloff, 2014; Fardouly et al., 2015). Además, estos entornos tienden en muchos casos a fomentar estándares de belleza poco realistas, promoviendo dinámicas de comparación social entre los jóvenes (García, 2020; Kushwaha, 2024). En esa misma línea, Holland & Tiggemann (2016) concluyen que la visualización constante de dichos modelos estéticos, poco asequibles, puede fomentar comportamientos de riesgo vinculados a trastornos alimentarios.

En el contexto español, investigaciones como las de Del Olmo Arriaga et al. (2022) también subrayan la relación entre el uso de redes sociales, la satisfacción con la imagen corporal y el nivel de autoestima, mostrando que a mayor exposición a contenidos comparativos, menor es la satisfacción personal.

Ahora bien, desde hace algunos años el foco de análisis se ha ampliado, desplazándose de lo puramente corporal hacia una concepción más amplia de la identidad o imagen virtual. En este marco, la autoimagen proyectada en redes incluye dimensiones como la coherencia ideológica, la participación social, el estilo de vida saludable, la creatividad, el consumo cultural o incluso el compromiso político y ciudadano. Así, la imagen digital se convierte en un recurso simbólico con implicaciones para la pertenencia a determinados grupos, el reconocimiento social o la visibilidad pública de valores personales (Aparici & Osuna Acedo, 2013; Tirocchi, 2024).

Para las mujeres jóvenes que atraviesan una etapa clave tanto en lo personal como en lo profesional, las plataformas digitales se convierten en escenarios donde se “negocia” la imagen personal y se articulan formas de autorrepresentación marcadas, en muchos casos, por estereotipos de género, presión estética y dinámicas de validación externa (Iwamoto & Chun, 2020). Los hallazgos del Instituto de las Mujeres (2023) refuerzan esta idea, alertando sobre la persistencia de estereotipos de género en el ámbito digital y subrayando la urgencia de fomentar representaciones más críticas de las mujeres en estos entornos. Además, se ha observado que las mujeres presentan patrones específicos de comportamiento digital, especialmente en lo relativo a la gestión de la identidad, la percepción de la imagen social y la autorrepresentación en redes sociales (Del Olmo Arriaga et al., 2022).

Así, por un lado, centrar este estudio en una muestra compuesta exclusivamente por mujeres universitarias permite profundizar en el análisis de estas dinámicas y a partir de las problemáticas señaladas y considerando la relevancia actual del tema, resulta pertinente explorar cómo perciben las mujeres universitarias la imagen que proyectan en redes, y en qué medida se sienten satisfechas con dicha representación. Así, se formuló la pregunta “¿Se siente cómoda con la imagen que proyecta en las redes sociales? Razone su respuesta”. Las respuestas obtenidas nos permitieron acceder a experiencias personales, recogidas en primera persona. Las participantes redactaron con sus palabras la percepción sobre su imagen digital de forma argumentada. Los resultados, obtenidos en el curso académico 2020-2021, comienzan ahora a difundirse y pueden ser interesantes y especial relevancia si se considera que son escasos los estudios comparativos que analicen la autopercepción de la imagen digital en mujeres estudiantes españolas de titulaciones del ámbito educativo superior, pertenecientes a dos generaciones

digitales distintas: Y (Millennials) y Z (Generación Z) (Instituto de las Mujeres, 2023).

Objetivos y preguntas de investigación

Este estudio tiene un doble objetivo. Por un lado, conocer de forma global la percepción que tienen el conjunto de mujeres universitarias españolas, sin diferenciar generaciones digitales, la imagen social que proyectan de sí mismas en las redes sociales. Por otro, comparar las respuestas de ambas generaciones e interpretar las posibles implicaciones que dichas percepciones pueden tener en el ámbito de la educación superior según edad y generación.

Objetivos específicos

El presente estudio persigue tres objetivos específicos:

- Analizar la percepción que tienen de manera global las mujeres universitarias españolas sobre la imagen que proyectan en redes sociales y razones subyacentes.
- Comparar las respuestas de los dos grupos generacionales —Generación Y (Millennials) y Generación Z— con el fin de identificar similitudes y diferencias significativas en sus percepciones, así como examinar las razones que sustentan el grado de satisfacción o insatisfacción expresado en relación con dicha imagen.
- Interpretar las posibles implicaciones educativas derivadas de estas percepciones, especialmente en el contexto de la educación superior.

Para alcanzar estos objetivos, se formularon las siguientes preguntas de investigación:

¿Cuál es la percepción de las mujeres pertenecientes a las generaciones Z e Y sobre la imagen social que proyectan en redes sociales, y qué razones expresan para justificarla?

¿Existen diferencias estadísticamente significativas entre los dos grupos generacionales en relación con la satisfacción percibida respecto a su imagen en redes sociales y las razones que la fundamentan?

¿Qué implicaciones educativas pueden derivarse de las percepciones manifestadas por las participantes en torno a su imagen social en los entornos digitales?

Metodología

La metodología empleada fue de tipo cualitativo e interpretativo. Para el análisis cualitativo se realizó la categorización de las respuestas a la pregunta abierta - ¿Está cómoda con la imagen social que da en las redes sociales?- con el software ATLAS.Ti, lo que permitió organizar e interpretar los datos textuales, identificando patrones, palabras recurrentes y relaciones conceptuales entre las respuestas de las participantes. Para el análisis de las tablas de contraste se empleó el software estadístico SPSS (versión 27). Se realizaron pruebas de contraste mediante el test de chi-cuadrado, apropiado para muestras amplias, con el objetivo de identificar posibles asociaciones entre los dos grupos generacionales y la variable comparada (Tinoco Gómez, 2008). En dicha prueba estadística inferencial, se consideró que existe significación estadística cuando el p-valor es menor o igual a .05 (nivel de confianza del 95 %), y alta significación cuando el p-valor es menor o igual a .01 (nivel de confianza del 99 %). Además, el

análisis se realizó considerando la presencia de datos perdidos y dado que su proporción fue reducida y que se distribuyeron de forma aleatoria, se considera que no comprometen la validez interna de los resultados, manteniéndose la coherencia y la fiabilidad de los resultados obtenidas (Little y Rubin 2002).

Instrumento de recolección de datos y muestra

Para la recogida de datos se utilizó una encuesta anónima en formato online, compuesta por 37 ítems, como parte de un estudio más amplio centrado en el uso de redes sociales, la participación ciudadana y la educación. Para los fines específicos del presente artículo, se seleccionó y analizó una única pregunta abierta del cuestionario, directamente vinculada al objeto de estudio y diseñada desde un enfoque cualitativo. La validez del instrumento fue evaluada mediante la prueba no paramétrica W de Kendall, que arrojó un coeficiente de 0,90, indicando un alto nivel de validez. Asimismo, se comprobó la fiabilidad interna de la escala a través del coeficiente alfa de Cronbach ($\alpha = .834$), considerado un valor elevado, lo que refleja una buena consistencia entre los ítems del cuestionario (Hernández-Sampieri & Torres, 2018).

El tamaño inicial de la muestra fue de 877 participantes. De los cuales 165 estudiantes marcaron la opción hombre y el resto otros, o no respondieron. Al ser un estudio de mujeres, la muestra quedó compuesta por 712 mujeres. Posteriormente, se descartaron las 51 mujeres universitarias no españolas, estudiantes de programas de movilidad internacional como *Erasmus*, con el objetivo de centrar el estudio en la población femenina universitaria española. De forma acumulativa, el 94 % de las participantes tenía menos de 30 años en el momento de contestar la encuesta. Más del 80 % eran futuras maestras, lo cual sitúa el análisis en un contexto formativo de educación superior particularmente interesante para el tema de estudio. Así, la muestra definitiva quedó conformada finalmente por 661 las participantes mujeres españolas universitarias, que pudieron agruparse en dos subgrupos pertenecientes a dos generaciones digitales:

La generación Millennial o (Y) nacidas entre los años 1981-1996, (n =266). Esta generación creció en un contexto marcado por la expansión progresiva de Internet y fue testigo del surgimiento de las redes sociales, aunque su infancia transcurrió en gran parte sin una conexión digital constante. Por ello, su alfabetización tecnológica ha sido más gradual en comparación con la generación Z, lo que se refleja en sus hábitos de consumo digital y en su forma de relacionarse con las plataformas sociales (Dimock, 2019).

El segundo grupo está conformado por mujeres de la generación Z nacidas entre 1997 y 2012, (n = 395). Esta cohorte de edad que sigue a la generación Millenial y antecede a la generación Alpha representan la primera generación nativa digital en sentido estricto. Es decir, han crecido en un entorno en el que Internet, los dispositivos móviles y las redes sociales ya formaban parte integral de su vida cotidiana en plena adolescencia. Así, su relación con la tecnología se inicia desde edades muy tempranas, lo que ha moldeado no solo su comportamiento digital, sino también su visión del mundo, forma de pensar y de interactuar en las redes sociales (Tirocchi, 2024).

Cabe señalar que en esta investigación todos los estudiantes universitarios tuvieron la misma oportunidad de participar en la encuesta anónima y voluntaria, la cual fue difundida de forma abierta a través de aulas virtuales y redes académicas en universidades españolas y grados. No obstante, el 86,6 % de la muestra de la investigación fueron estudiantes pertenecientes a los Grados de Educación Infantil, Educación Primaria y Educación Social. Este dato converge con la información de los indicadores universitarios que recogen los datos del año académico

2020-2021 y de los datos desagregados por género entre los estudiantes matriculados en universidades españolas, que muestra que las mujeres matriculadas en los grados de Educación Superior alcanzaron un 77,8 % frente a un 22,2 % de hombres, es decir, estas dos carreras son las menos paritarias. Así, se justifica el elevado número de participantes de mujeres frente a hombres (Instituto Nacional de Estadística, 2020) y por el gran número de respuestas obtenidas entre estos estudiantes en comparación con otros grados. Si bien la participación de un sector poblacional limitado puede imponer ciertas restricciones al contexto de la investigación, el hecho de tratarse de una institución pública aporta una notable diversidad en cuanto al nivel socioeconómico y cultural de los estudiantes. Asimismo, el hecho de que la muestra esté constituida por alumnas de titulaciones vinculadas al ámbito educativo aporta un valor añadido al estudio, en tanto permite analizar dimensiones como la autenticidad, el control y el uso de las redes sociales en sujetos que, en un futuro próximo, asumirán funciones docentes. Este enfoque resulta especialmente relevante desde una perspectiva pedagógica y formativa, ya que ofrece claves para comprender cómo estas futuras profesionales construyen su identidad en entornos digitales. En esta línea, Taylor (2006) sostiene que la identidad no se constituye de manera aislada, sino a través del diálogo con los demás, y que la identidad moderna se encuentra profundamente arraigada en la interioridad y en la búsqueda de autenticidad.

Para verificar la validez del tamaño muestral, se siguieron criterios que recomiendan contar con al menos cinco participantes por cada ítem del instrumento (37 ítems), estableciendo un mínimo de 190 casos. La muestra final ($N = 661$) supera ampliamente esta cifra, asegurando la robustez estadística. Asimismo, se estima que con el tamaño muestral obtenido se alcanzó un nivel de confianza del 95 % y un margen de error de $\pm 3,81\%$, lo que garantiza la fiabilidad de los resultados (Tabla 1).

Tabla 1. Estimación del tamaño muestral según el nivel de confianza y el margen de error

Nivel de confianza (%)	Margen de error (%)	Población requerida
95	5	385
95	4	600
95	3	1.065
99	5	665
99	6	463
99	7	340
95	3,81	661
99	5,01	661
87,74	3	661
98,99	5	661

Fuente: Elaboración propia.

Resultados de la investigación

En relación con el primer objetivo y la pregunta de investigación —*¿Cuál es la percepción que tienen las mujeres de las generaciones Y y Z respecto a la imagen que proyectan en redes sociales?*—, la Tabla 2 muestra la distribución de frecuencias de las respuestas obtenidas. Aunque existe un pequeño porcentaje de datos perdidos (6,5 %), esta proporción no afecta de forma significativa la interpretación general de los resultados.

Los datos revelan que el 79,1 % de las mujeres encuestadas se sienten cómodas con la imagen que proyectan en estos entornos digitales. Sin embargo, esta percepción positiva no responde a una única razón, sino que se apoya en diversas motivaciones, reflejando diferentes niveles de intención, autoconciencia y manejo de la identidad digital.

Por un lado, el 15,1 % de las respuestas, junto con un 4,4 % adicional, pueden agruparse, ya que ambas apuntan a que las participantes están satisfechas porque proyectan la imagen que *desean* mostrar. Por ejemplo, la participante M-ESP-151¹ que comenta al respecto: “*Sí estoy satisfecha, porque en las redes sociales con público (Twitter o Instagram) solo posteо lo que quiero que vean de mí.*” Por otro lado, un 49,5 %, junto con un 7,7 %, también pueden agruparse, ya que expresan satisfacción con la imagen proyectada, argumentando que es auténtica, real o coherente con quienes son. Las diferencias radican en el nivel de exposición: algunas valoran no mostrar su vida privada. A modo ilustrativo de estas respuestas, pueden citarse las siguientes respuestas de las participantes: M-ESP-145: “*No me gusta el postureo, si subo algo es porque me representa.*” y M-ESP-70: “*Sí. Es lo que soy yo, pero preservando mi privacidad. Es decir, no necesito demostrar a cada momento lo que estoy haciendo, comiendo o a dónde he ido.*”

Además, un 6,8 % declara sentirse satisfecha, aunque no explican claramente las razones. Ejemplos de estas respuestas son: M-ESP-121: “*Sí, tu imagen es la carta de presentación y tus redes son parte de tu imagen.*” M-ESP-333: “*Sí, pero me preocupa que, de cara al mundo laboral, tenga que cambiar mi imagen.*” y M-ESP-618: “*Sí, presto mucha atención a mi imagen tanto en la vida real como en las redes sociales.*” Como se puede observar, esta preocupación no es genérica, sino que está claramente dirigida a su imagen exterior y al peso que las redes puedan tener en ella.

En cuanto a quienes no están satisfechas con la imagen que reflejan en redes sociales, el 9,6 % considera que proyectan una imagen distorsionada de sí mismas. Por ejemplo: M-34: “*No me siento cómoda, siento que hoy en día nos conformamos con conocer a la persona que vemos en esa imagen y no nos esforzamos en ver qué más hay detrás de esas fotos.*”; M-98: “*No me siento satisfecha porque no muestra cómo soy de verdad. Casi siempre hay algo detrás de lo que subimos, y al final todo se queda ahí para siempre.*”. Como se puede observar, en uno u otro sentido, esta preocupación por la imagen personal se encuentra presente de una o de otra manera. Finalmente, un 1 % de las participantes no sabe o no contesta la pregunta.

A la luz de lo aquí expuesto, podemos observar cómo los resultados obtenidos respaldan lo planteado en la introducción sobre el papel clave de las redes sociales en la construcción de la identidad digital, entre mujeres estas generaciones. Aunque una mayoría de las participantes expresa sentirse cómoda con la imagen que proyecta en estos espacios, esta satisfacción se construye desde distintos enfoques, evidenciando diversos tipos de conciencia, control y verdad en la gestión del yo digital.

Una parte importante de las mujeres asocia su satisfacción al hecho de mostrar una ima-

1 Para proteger los datos de los participantes estos serán denominados por un código alfanumérico.

gen que sienten como auténtica, real y coherente con su identidad. En estos casos, la satisfacción personal se vincula directamente con la percepción de verdad sobre ellas mismas, es decir, con la sensación de que lo que se muestra en redes coincide con quiénes son en la vida *offline*. Incluso cuando deciden no compartir aspectos privados, lo hacen desde una lógica de no ocultamiento. La autenticidad, entonces, aparece como un factor central para experimentar satisfacción con la imagen proyectada.

Un segundo grupo de mujeres también se siente satisfecho, pero lo hace desde una postura más estratégica: seleccionan qué mostrar, construyendo una narrativa pública intencionada. Aunque hay una cierta distancia entre el yo real y el yo digital, no se percibe necesariamente como un conflicto, sino como una forma de autogestión consciente de la propia identidad en contextos públicos. En este sentido, la satisfacción no depende únicamente de la verdad de su vida, sino del control sobre lo que se desea comunicar.

En contraste, las participantes que expresan insatisfacción lo hacen principalmente porque perciben que la imagen que reflejan en redes es ficticia, distorsionada o incompleta. Para ellas, la discrepancia entre lo que son y lo que otros ven a través de sus publicaciones genera malestar. Esta brecha entre el yo real y el yo proyectado es vivida con descontento por faltar en cierto modo a la autenticidad. También se identifican respuestas no argumentadas, que podrían reflejar una relación más automática con el uso de redes o una menor reflexión sobre su rol en la identidad personal.

En conjunto, los datos muestran que la autenticidad percibida que está fuertemente vinculada con la satisfacción, mientras que las experiencias de ficción o artificialidad tienden a relacionarse con la insatisfacción. La identidad digital, por tanto, se revela como un espacio de negociación constante entre el deseo de mostrarse tal como se es y las dinámicas sociales que invitan, o incluso presionan, a construir una imagen idealizada.

Tabla 2. Frecuencia de respuestas según nivel satisfacción imagen personal proyectada redes sociales

	Con datos perdidos			Sin datos perdidos		
	Frecuencia absoluta	Frecuencia absoluta acumulada	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
<i>Satisfacción imagen personal en las redes sociales</i>						
1. (SCQ) Sí satisfecha: comparto/muestro la imagen que quiero dar	100	100	15,1 %	15,1 %	16,3 %	16,3 %
2. (SR) Sí satisfecha: la imagen es real/ correcta	327	427	49,5 %	64,6 %	53,2 %	69,4 %

3. (SR) Si satisfecha; La imagen es real/ correcta, sin exposición vida privada	51	478	7,7 %	72,3 %	8,3 %	77,7 %
4. (SSR) Sí satisfecha, estoy cómoda con la imagen / otras razones	45	523	6,8 %	79,1 %	7,3 %	85,0 %
5. (NINSG) No satisfecha, proyecta una imagen distorsionada	62	585	9,4 %	88,5 %	10,1 %	95,1 %
6. (NINSG) No satisfecha, proyecta una imagen social distorsionada	1	586	,2 %	88,7 %	,2 %	95,3 %
7. (SCQ) Sí satisfecha, comparto/ muestro la imagen que quiero dar	29	615	4,4 %	93,0 %	4,7 %	100,0 %
8. No sabe	2	617	,3 %	93,3 %	-	-
9. Fuera de pregunta	1	618	,2 %	93,5 %	-	-
10. Datos Perdidos	43	661	6,6 %	100,0 %	-	-

Fuente: Elaboración propia

En cuanto al segundo objetivo y pregunta de investigación, las diferencias porcentuales de las respuestas obtenidas a la pregunta acerca de la satisfacción que tienen de la imagen que proyectan en redes sociales, observamos en la Tabla 3, ($\chi^2 (5, N = 615) = 4,38, p > .496$), que no existen diferencias estadísticamente significativas entre las mujeres de la generación Z y las de la Y. Es decir, de nuevo los porcentajes son muy similares al análisis conjunto.

Por un lado, el 52,2 % de las mujeres de la generación Z (las más jóvenes) y el 54,6 % de las Millennials expresan sentirse cómodas con la imagen que proyectan en plataformas digitales. Sin embargo, se aprecia un ligero descenso en el nivel de satisfacción entre las mujeres de la generación Z en comparación con las Millennials. A su vez, también se observa un pequeño aumento en el porcentaje de insatisfacción entre las más jóvenes: 10,7 % en la generación Z frente al 9,6 % en la generación

A pesar de las discrepancias culturales y contextuales que suelen atribuirse a las generaciones Y y Z, los datos muestran que no existen diferencias estadísticamente significativas entre ambos grupos en cuanto a la percepción de la imagen que proyectan en redes sociales y las razones que sustentan dicha percepción. Este hallazgo sugiere que, más allá de las etiquetas generacionales, existen patrones comunes de uso, intención y reflexión en torno a la imagen digital compartida, lo cual refuerza la idea de una cultura digital compartida entre ambas generaciones de mujeres jóvenes.

No obstante, el ligero descenso en las satisfechas y aumento de la insatisfacción con su imagen en las redes sociales entre las mujeres de la generación Z merece especial atención. Este matiz podría estar vinculado con la edad, al tener entre 17 y 22 años en el momento de contestar la encuesta, pero también puede deberse a una mayor presión por mantener una imagen digital constantemente activa y validada por otros. Estas mujeres han crecido en un contexto de plena hiperconectividad, donde la comparación social, la edición de la imagen y la vigilancia mutua forman parte del paisaje cotidiano. Así, aunque cuantitativamente la diferencia no sea significativa, cualitativamente los resultados pueden reflejar un malestar emergente que debe ser considerado en investigaciones futuras entre las generaciones digitales más jóvenes.

Desde una perspectiva educativa, el hecho de que la mayoría de la muestra esté compuesta por futuras docentes, aporta un elemento clave para la interpretación. Estas mujeres no solo construyen su identidad digital en redes, sino que además, en su rol profesional, estarán encargadas de acompañar, guiar y formar a nuevas generaciones en el uso responsable y crítico de estos entornos. Su percepción sobre la imagen digital, su nivel de satisfacción con ella y su capacidad para gestionarla no solo impacta en su bienestar personal, sino que también modelará sus prácticas pedagógicas y su abordaje del ámbito digital en el aula.

Por tanto, estos resultados acentúan la urgencia de integrar en la formación docente contenidos vinculados a la alfabetización digital, el pensamiento crítico sobre redes sociales y el desarrollo de habilidades socioemocionales para el entorno online. No se trata solo de aprender a usar las plataformas, sino de comprender cómo influyen en la construcción del yo, en la autoestima y en las relaciones sociales.

En síntesis, aunque las diferencias generacionales no resultan significativas desde el punto de vista estadístico, el contexto en el que se insertan, caracterizado por una alta exposición digital y una futura responsabilidad educativa, convierte estos hallazgos en un punto de partida relevante para seguir explorando las complejas relaciones entre identidad, redes sociales y educación.

Tabla 3. Tabla de contraste Satisfacción por la imagen en las Redes Sociales

	Generaciones digitales		
	Gen. Z	Gen. Y	
1. Sí, estoy satisfecha. comparto/ muestro la imagen que quiero dar. (SCQ)	17,2 %	14,9 %	16,3 %
2. Sí estoy satisfecha: la imagen es real/correcta. (SR)	52,2 %	54,6 %	53,2 %
3. Si estoy satisfecha: La imagen es real/correcta, sin exposición. (SRE)	8,2 %	8,4 %	8,3 %
4. Sí estoy satisfecha: estoy cómoda con la imagen /otras razones. (SSR)	8,2 %	6,0 %	7,3 %
5. No estoy satisfecha: proyecto una imagen distorsionada/no real. (NINSG)	10,7 %	9,6 %	10,2 %

6. No proyecto imagen alguna. (NINSG)	3,6 %	6,4 %	4,7 %
	59,5 %	40,5 %	
	p-valor	Est	Resultado
Test chi cuadrado (χ^2)	,496 ^{NS}	4,38	No significativo

^{NS} No significativo. * Significativo ($p < ,05$). ** Altamente significativo ($p < ,01$)

Fuente: Elaboración propia

Nota. Esta tabla muestra la distribución de porcentajes por respuesta según la generación.

Para dar respuesta al tercer objetivo y pregunta de investigación “¿Qué implicaciones educativas pueden derivarse de las percepciones manifestadas por las participantes en torno a su imagen social en los entornos digitales?” Los resultados obtenidos permiten identificar varios desafíos clave en el ámbito de la educación digital.

Las respuestas de las participantes evidencian que la construcción de la imagen personal en redes sociales es una experiencia compleja que involucra aspectos emocionales, toma de decisiones y conflictos internos relacionados con la autenticidad, la autoestima y la exposición pública.

Este escenario pone de relieve la necesidad de abordar, desde una perspectiva transversal en la formación docente, cuestiones como la construcción de la identidad y la imagen social en la intersección entre lo real y lo virtual, la gestión emocional en entornos digitales, y el desarrollo de una mirada crítica frente a los mecanismos de validación social que operan en las plataformas.

Lejos de ser aspectos secundarios en la formación, pensamos que estos elementos deben considerarse competencias fundamentales en la formación inicial de los estudiantes. Dotar además en nuestro caso, a las futuras maestras y profesionales de la educación de herramientas para gestionar su presencia en redes sociales de manera ética, reflexiva y emocionalmente saludable resulta imprescindible tanto para su bienestar como para su rol educativo.

Desde esta perspectiva, se vuelve prioritario integrar en los programas formativos contenidos relacionados no solo con la alfabetización digital crítica, sino la comprensión de la identidad e imagen en entornos virtuales y el análisis de las dinámicas de representación online. Esta posible línea formativa abre la puerta a una reflexión más amplia sobre el papel de la educación en la era digital, que será desarrollada a continuación en la discusión y conclusiones del estudio.

Discusión y conclusión

Como punto de partida cabe señalar que los hallazgos obtenidos permiten validar empíricamente intuiciones y teóricas previas en torno a las prácticas digitales de las jóvenes digitales. Desde esta perspectiva, el estudio reafirma tendencias ya observadas, y contribuye a situar dichas prácticas en el cruce entre subjetividad, formación docente y cultura digital contemporánea. Así, aunque la mayoría de las participantes dice sentirse satisfecha con la imagen que pro-

yecta en redes sociales, valorándola como auténtica y representativa de su identidad, algunas de estas respuestas afirmativas introducen matices que no deben pasarse por alto. En ciertos casos, esta satisfacción se basa más en el control sobre lo que se decide mostrar en redes más que en una coincidencia entre el yo real y el digital. Esto sugiere una lógica de autorrepresentación selectiva, en la que la autenticidad para algunas de estas mujeres no implica necesariamente transparencia total, sino coherencia con una intención comunicativa o aspiracional.

Por otro lado, las respuestas negativas no son mayoritarias, pero reflejan también cierta tensión entre el deseo de autenticidad y las dinámicas de representación propias de las plataformas digitales. El estudio, no obstante, concluye que las jóvenes valoran la autenticidad y rechazan las vidas ficticias, como se refleja en la recurrencia de términos como “vida real”, “vidas falsas”, “postureo” o “autenticidad” en sus respuestas.

En cualquier caso, este tipo de construcción de la imagen social requiere una inversión constante de tiempo, atención y energía emocional. En este sentido, según la teoría del yo ideal (Higgins, 1987), la discrepancia entre el yo real y el ideal puede generar malestar emocional, especialmente cuando la imagen proyectada se aleja de la percepción interna. Este fenómeno abre interrogantes acerca de las consecuencias psicológicas a medio y largo plazo, como ya apuntan estudios previos que señalan cómo la exposición personal continua en redes puede afectar al bienestar emocional (Fardouly et al., 2015; Holland & Tiggemann, 2016).

En el caso de la generación Z, esta tensión parece especialmente relevante. Aunque Tirocchi (2024) sostiene que esta generación valora especialmente la autenticidad en los contenidos que comparte en medios virtuales, los resultados del presente estudio lo confirman, pero muestran un matiz importante: dos de cada diez participantes de esta generación señalan sentirse satisfechas no tanto por reflejar una imagen auténtica, sino por tener el control sobre qué aspectos mostrar.

Esto sugiere que la autenticidad para ellas, más que un reflejo directo del yo puede estar siendo entendida como una forma de coherencia dentro de una autorrepresentación cuidadosamente seleccionada. Por tanto, estas voces, aunque menos frecuentes en términos cuantitativos, son especialmente interesantes desde una perspectiva cualitativa. Nos invitan a repensar el papel de las redes sociales en la configuración de la identidad, así como la necesidad urgente de formar a los jóvenes, y especialmente a las futuras maestras, en competencias que les permitan habitar el entorno digital de forma crítica, ética y emocionalmente saludable.

Leídas todas las respuestas abiertas de los participantes se subrayan la importancia de integrar en la formación inicial del profesorado una educación digital que no se limite a aspectos técnicos, sino que contemple dimensiones identitarias, emocionales y éticas del uso de redes sociales. En este sentido, se propone el desarrollo de competencias transversales centradas en la gestión crítica de la identidad digital, abordando la construcción del yo en contextos virtuales; el fortalecimiento de la autoestima y la autorreflexión en entornos expuestos a la validación externa y la alfabetización digital crítica que permita comprender las lógicas de representación, visibilidad y consumo que operan en plataformas sociales. Con todo, el desarrollo de una ética y responsabilidad en la exposición pública de la imagen personal. Como expresa Frau-Meigs et al. (2017), resulta imprescindible que los y las jóvenes, que dedican una gran parte de su tiempo a moldear su identidad en el espacio digital, reciban formación que les facilite construir una identidad ciudadana coherente con su ser, sus valores y su pensamiento. Esta tarea implica formar para habitar los entornos digitales de manera madura, ética y segura (Gündüz, 2017).

Referencias bibliográficas

- Althoff, T., Jindal, P., & Leskovec, J. (2017). Online actions with offline impact: How online social networks influence online and offline user behaviour. *Proceedings of the Tenth ACM International Conference on Web Search and Data Mining*, 537–546. <https://doi.org/10.1145/3018661.3018672>
- Aparici, R., & Osuna-Acedo, S. (2013). La Cultura de la Participación. *Revista Mediterránea De Comunicación*, 4(2), 137–148. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM2013.4.2.07>
- Banet-Weiser, S. (2018). *Empowered: Popular Feminism and Popular Misogyny*. Duke University Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctv11316rx>
- Camacho-Vidal, P., Díaz López, A. y Sabariego-García, J.A. (2023). Relación entre el uso de Instagram y la imagen corporal de los adolescentes. *Apuntes de Psicología*, 41(2), 117–122. <https://doi.org/10.55414/ap.v41i2.1537>
- Capurro, R. (2021). *Intercultural information ethics and digital ontology*. En S. Spadafora & A. Innocenti (Eds.), *Digital transformation and ethics: Ethical considerations on the foundations and applications of digital technologies* (pp. 31–42). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-84855-8_3
- Castañeda, L., & Camacho, M. (2012). Desvelando nuestra identidad digital. *Profesional De La Información*, 21(4), 354–360. <https://doi.org/10.3145/epi.2012.jul.0>
- Del Olmo Arriaga, J.L., Ruiz Viñales, C. & Vázquez, M. (2022). *Mujer y redes sociales*. EU-NSA
- Dimock, M. (2019). Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/short-reads/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>
- Fardouly, J., Diedrichs, P. C., Vartanian, L. R., & Halliwell, E. (2015). Social comparisons on social media: The impact of Facebook on young women's body image concerns and mood. *Body Image*, 13, 38–44. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2014.12.002>
- Fardouly, J., Willburger, B. K., & Vartanian, L. R. (2018). *Instagram use and young women's body image concerns and self-objectification: Testing mediational pathways*. New Media & Society, 20(4), 1380–1395. <https://doi.org/10.1177/1461444817694499>
- Feixa Pàmpols, C. (2020). *Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales*. Editorial NED.
- Frau-Meigs, D., O'Neill, B., Soriani, A., & Tomé, V. (2017). Digital citizenship education: Overview and new perspectives. Council of Europe.
- García, D. (2020). Influencia del uso de Instagram sobre la conducta alimentaria y trastornos emocionales. revisión sistemática. *Revista Española de Comunicación en Salud*, 11(2). <https://doi.org/10.20318/recs.2020/5223>
- Gündüz, U. (2017). The effect of social media on identity construction. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 8(5), 85–92. <https://doi.org/10.1515/mjss-2017-0028>
- Illouz, E. (2023). *Por qué duele el amor: Una explicación sociológica* (2.ª ed.). Katz Editores.
- Hernández-Sampieri, R., & Torres, C. P. M. (2018). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill Interamericana. <https://www.uca.ac.cr/wpcontent/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Higgins, E. T. (1987). Self-discrepancy: A theory relating self and affect. *Psychological Re-*

- view, 94(3), 319–340. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.94.3.319>
- Holland, G., & Tiggemann, M. (2016). A systematic review of the impact of the use of social networking sites on body image and disordered eating outcomes. *Body Image*, 17, 100–110. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.02.008>
- Instituto de las Mujeres. (2023). Autopercepción de la imagen de las mujeres en los nuevos entornos digitales. Ministerio de Igualdad, Gobierno de España. <https://www.inmujeres.gob.es/areasTematicas/AreaEstudiosInvestigacion/docs/Estudios/EstudioAutopercepcion.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística. (s.f.). Mujeres graduadas en educación superior por campo de estudio [Base de datos]. Recuperado el 28 de marzo de 2025, de <https://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=25201>
- Iwamoto, D., & Chun, H. (2020). The Emotional Impact of Social Media. *Higher Education. International Journal of Higher Education*, 9(2), 239-247. <https://doi.org/10.5430/ijhe.v9n2p239>
- Kim, H.-W., Chan, H. C., & Gupta, S. (2011). Social media and online impression management: Implications for identity, privacy, and reputation. *Information & Management*, 48(8), 347–350. <https://doi.org/10.1016/j.im.2011.08.005>
- Kushwaha, R. (2024). The Impact of Social Media on Women's Physical Appearance and Self-Esteem: A Feminist Perspective. *World Journal of Advanced Research and Reviews*, 21(03), 253–262. <https://doi.org/10.30574/wjarr.2024.21.3.0577>
- Little, R. and Rubin, D. (2002) Statistical Analysis with Missing Data. Wiley, New York. <https://doi.org/10.1002/9781119013563>
- Navarro, M., & Vázquez-Barrio, T. (2020). El consumo audiovisual de la generación Z. el predominio del vídeo online sobre la televisión tradicional. *Ámbitos: Revista International De Comunicación*, 50, 10-30. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2020.i50.02>
- Padilla, A. (2009). *La identidad en la sociedad digital*. Editorial UOC.
- Perloff, R. M. (2014). Social media effects on young women's body image concerns: Theoretical perspectives and an agenda for research. *Sex Roles*, 71(11–12), 363–377. <https://doi.org/10.1007/s11199-014-0384-6>
- Putnam, R. D. (2002). *Solo en la bolera: El colapso y resurgimiento de la comunidad norteamericana* (M. Bosch, Trad.). Galaxia Gutenberg.
- Reig, D. (2012). *Socionomía: ¿Vas a perderte la revolución social?* Deusto.
- Sádaba, C., & Barranquero, A. (2019). *Educación y redes sociales: Claves para un uso crítico y responsable en la escuela*. Catarata.
- Song, F. W. (2009). *Virtual communities: Bowling alone, online together*. Peter Lang.
- Sule, S., Berrocal, S., & Sánchez-Duarte, J. M. (2021). Ciudadanía digital y construcción identitaria en redes sociales: Un estudio con jóvenes universitarios. *Comunicar*, 29(68), 41–50. <https://doi.org/10.3916/C68-2021-04>
- Taylor, C. (2006). *Fuentes del yo: La construcción de la identidad moderna* (A. Lizón, Trad.). Ediciones Paidós Ibérica.
- Tinoco Gómez, O., (2008). Una aplicación de la prueba chi cuadrado con SPSS. *Industrial Data*, 11(1), 73-77.
- Tirocchi, S. (2024). Generation Z, values, and media: From influencers to BeReal, between visibility and authenticity. *Frontiers in Sociology*, 8, Article 1304093. <https://doi.org/10.3389/fsoc.2023.1304093>

- Wright, B. (2022). Digital Identity: It's Way More Important Than You Thought. *Forbes*.
<https://www.forbes.com/councils/forbestechcouncil/2022/06/02/digital-identity-its-way-more-important-than-you-thought/>
- Yu, L., Li, H., He, W., Wang, F. K., & Jiao, S. (2020). A meta-analysis to explore privacy cognition and information disclosure of Internet users. *International Journal of Information Management*, 51, 102015. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.09.011>

Agradecimientos

Este estudio forma parte de un proyecto internacional sobre el uso de las redes sociales, la participación ciudadana y la educación, entre jóvenes universitarios. Dicho proyecto fue aprobado y financiado por el Consejo de Investigación de Ciencias Sociales y Humanidades de Canadá (SSHRC), de la Cátedra Unesco en Democracia, Ciudadanía Mundial y Educación Transformadora (DCMET) de la Universidad de Quebec (Canadá).



Científicas en las narrativas mediáticas. Una revisión documental feminista de la cuestión

Women scientists in media narratives. A feminist documentary review of the issue

Angélica Mayoral Campillo

angymayoral@políticas.unam.mx

<https://orcid.org/0000-0001-5170-6415>

<https://www.linkedin.com/in/angélica-mayoral-campillo-146a241a5/>

Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), Ciudad de México, México

Recibido: 07/01/2025

Aceptado: 13/07/2025

Resumen: Este artículo presenta una revisión documental con enfoque feminista y cualitativo sobre las representaciones de mujeres científicas en narrativas mediáticas informativas y de ficción. El objetivo fue recopilar y analizar conocimientos existentes dentro del ámbito académico sobre el acceso y los estereotipos sobre mujeres científicas presentados en las narrativas de los medios de comunicación. Se analizaron 21 documentos académicos localizados mediante búsquedas en Google Académico y *Scopus*, seleccionados por criterios de calidad, pertinencia temática y enfoque en medios tradicionales. Los resultados muestran que las científicas están subrepresentadas como fuentes expertas y protagonistas en contenidos noticiosos. Persisten estereotipos que las asocian con la domesticidad, la apariencia física, el rol familiar y la excepcionalidad, desviando el foco de sus aportaciones científicas. En medios de ficción, los personajes femeninos científicos suelen ocupar roles secundarios, centrados en la apariencia o subordinados a figuras masculinas. Si bien se han identificado avances en ciertas representaciones, el conocimiento histórico indica que las narrativas han reproducido ideas que segregan a las mujeres de la ciencia. Se propone continuar fortaleciendo esta línea de investigación, incorporando diversidad interseccional, variedad de campos científicos y contextos geográficos, especialmente del sur global.

Palabras clave: Mujeres científicas, narrativas mediáticas, estereotipos de género, literatura académica, informativo, ficción

Abstract: The present article offers a documentary review that employs a feminist and qualitative approach to explore the portrayal of women scientists in informative and fictional media narratives. The objective of this study was to compile and analyse

extant academic knowledge regarding access and stereotypes about women scientists portrayed in media narratives. A total of 21 academic documents were analysed, located through searches on Google Scholar and Scopus, and selected based on criteria of quality, thematic relevance, and focus on traditional media. The findings indicate that women scientists are underrepresented as expert sources and protagonists in news content. It is evident that stereotypes have been perpetuated which associate them with domesticity, physical appearance, family roles and exceptionality. This has the effect of diverting attention from their scientific contributions. Within the domain of fictional media, female scientist characters are frequently relegated to secondary roles, with an emphasis on their physical appearance or subordination to male figures. Despite the identification of some progress in specific representations, historical analysis indicates that media narratives have perpetuated ideas that have historically led to the exclusion of women from scientific pursuits. The article proposes further strengthening this line of research by incorporating intersectional diversity, a broader range of scientific fields, and geographic contexts, especially from the Global South.

Keywords: Women scientists, media narratives, gender stereotypes, academic literature, informative, fiction

Introducción

En las últimas décadas, las representaciones de mujeres científicas en las narrativas de los medios de comunicación han sido objeto de un creciente interés académico debido a su impacto en la percepción pública y el desarrollo profesional de las mujeres científicas. Las investigaciones feministas, han proporcionado información, hallazgos y discusiones valiosas. Por un lado, los estudios encuentran puntos en común y tendencias, por otro abordan análisis desde diferentes aspectos, ambos enriquecen sus contribuciones al conocimiento sobre el tema. Estos estudios visibilizan, cuestionan y proporcionan conocimiento variado en torno a los avances y desafíos en cuanto a los estereotipos que se reproducen en las narrativas que se presentan en torno a las científicas.

La presente investigación¹ exploratoria tiene como objetivo recopilar y analizar conocimientos existentes dentro del ámbito académico sobre el acceso y los estereotipos sobre mujeres científicas presentados en las narrativas de los medios de comunicación como industrias culturales. Para ello, se plantea la siguiente pregunta de investigación: ¿Cómo han sido representadas las mujeres científicas en las narrativas de los medios de comunicación y qué estereotipos o patrones han prevalecido en dichas representaciones?

Así el artículo tiene como otro de sus fines integrar información académica, hallazgos y observaciones de estudios previos para facilitar el acceso público a esos conocimientos invalúables y contribuir a la consolidación de una línea de investigación que conjunte las esferas de la comunicación mediática, el género y la ciencia. De manera complementaria, busca proporcionar y ser en sí misma, considerando su contenido total, una herramienta que fomente la acción política de las y los consumidores de narrativas desde el ámbito de la investigación. En ese sentido, pretende constituirse como un instrumento de la pedagogía crítica que pueda aportar al entendimiento y a la reflexión, que contribuya a identificar y cuestionar de forma crítica las narrativas históricamente construidas sobre las mujeres científicas en los medios de comunicación.

En cuanto a su estructura, el artículo se divide en cuatro secciones. La primera expone el marco teórico desde el cual se problematiza la histórica exclusión de las mujeres en la ciencia y se revisa el papel que juegan los medios de comunicación en la reproducción o transformación de los estereotipos de género en la ciencia. En la segunda sección, se describe la metodología utilizada, que consistió en una revisión documental de enfoque feminista y cualitativo, orientada a recuperar estudios académicos que analizan el acceso y los estereotipos de género en narrativas mediáticas. La tercera sección presenta los resultados, organizados según el tipo de medio (informativo o de ficción) y dos dimensiones analíticas: el acceso de las científicas a las narrativas y los estereotipos que se proyectan sobre ellas. Finalmente, en la cuarta sección se ofrecen las conclusiones y señalan oportunidades para el desarrollo futuro del campo.

1 Este artículo es producto de información encontrada para la conformación de la tesis de la autora “*Ánálisis del tratamiento noticioso sobre mujeres en STEM. Una visión desde la teoría del framing*” de la maestría en Comunicación (UNAM, México).

Estereotipos de género sobre mujeres científicas en las narrativas mediáticas

Mujeres en la ciencia

En el libro “*El retorno de las brujas. Incorporación, aportaciones y críticas de las mujeres a la ciencia*” Blázquez (2011) argumenta que, si bien las mujeres siempre han producido conocimiento, la ciencia moderna institucionalizada nació con su exclusión siendo hasta la segunda mitad del siglo XX que ellas comienzan a incorporarse a dichas actividades. Hacia 1940, cuando algunas mujeres acceden a la universidad, las instituciones no lo plantearon con el objetivo de facilitar la igualdad de oportunidades con respecto a los hombres en la ciencia y educación, sino que más bien lo hicieron bajo la justificación pública de que las mujeres “educadas” podían criar hijos mejores. En efecto, las mujeres que comenzaron a acceder a la educación lo hicieron limitadas por estereotipos familiares de género (Harding, 1996: 54) que las asociaban con roles de cuidado como su único y/o más importante camino de vida.

Durante mucho tiempo, la ciencia —incluso tras la progresiva incorporación de las mujeres— fue concebida como una actividad académica, profesional y de prestigio reservada exclusivamente para los hombres (Harding, 1996: 54). Las mujeres, por el contrario, han sido simbólicamente y culturalmente asociadas con el ámbito opuesto: la esfera privada. Esta esfera se ha constituido históricamente bajo una retórica cultural de la privacidad, conectada con aspectos que parecen “no ser de interés público”, sin reconocimiento social y, por tanto, desvalorizados (Amorós, 2001).

Como resultado, los asuntos históricamente atribuidos a las mujeres han sido excluidos del debate público, presentándose como asuntos domésticos y personales completamente distintos a los públicos, lo que genera una subordinación hacia ellas como grupo social (Fraser y Ruiz, 1993: 51). En ese sentido, las mujeres que ingresan al campo científico desafian esta asignación de género vinculada a lo privado y, al hacerlo, son vistas como “extrañas” o “desviadas”, atravesando procesos de estigmatización y desvalorización (Lagarde, 2005), así como de “usurpación” y “amenaza” frente al orden masculino dominante (Harding, 1996: 56).

Es que, si bien ha pasado más de un siglo desde la progresiva incorporación de las mujeres en la ciencia, han persistido formas de segregación de género tanto verticales como horizontales (Harding, 1996). La segregación vertical se evidenció en que, tras su ingreso a las instituciones científicas, las mujeres pasaron a ocupar en su mayoría puestos auxiliares o subordinados frente a sus colegas varones.

Por su parte, la segregación horizontal se manifestó en la división simbólica de las disciplinas: algunas se construyeron como “masculinas” y otras como “femeninas”, según las asociaciones socioculturales asignadas al género. Las ciencias sociales, por ejemplo, se vincularon con lo tradicionalmente femenino, relacionado con el cuidado, el servicio a la humanidad y el contacto con los demás. Estos atributos —enmarcados en la lógica de la esfera privada— han sido frecuentemente desvalorizados y tachados como “de dudosa calidad” (Fernández, 2012: 95). En contraposición, las ciencias denominadas “duras” —como la matemática o las ingenierías— fueron asociadas con la razón, el pensamiento lógico y el prestigio social, siendo ocupadas mayoritariamente por hombres.

Una evidente muestra de la segregación entre mujeres y hombres en el conocimiento es

la que sucede con los campos de Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas² (STEM por su acrónimo en inglés). De acuerdo con un estudio de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) sólo el 30% de las mujeres a nivel mundial estudian estas disciplinas. Específicamente, en matrículas de TIC las mujeres constituyen el 3%; en ciencias naturales, estadísticas y matemáticas son el 5% mientras que en ingeniería, manufactura y construcción son el 8% de los estudiantes (UNESCO, 2019). En lo que respecta a las desigualdades verticales, es menester puntualizar que la representación de las mujeres en puestos de liderazgo es baja, lo que repercute en el papel que tienen para influir en la toma de decisiones dentro de las instituciones científicas (Mendieta *et al.*, 2023: i).

La segregación de las mujeres a la ciencia, a ciertos campos científicos y a los puestos de liderazgo y de toma de decisiones tiene una profunda implicación política: son relegados los enfoques críticos e innovadores que las mujeres —quienes conforman más de la mitad de la humanidad— pueden aportar al quehacer científico y tecnológico (Blázquez, 2011: 9). Pese a ser un grupo social amplio y diverso, las mujeres han sido excluidas de los espacios donde se valida el conocimiento. Esto, en consecuencia, termina por limitar el potencial transformador del saber científico en beneficio social.

Estereotipos de género y limitaciones a la diversidad

Como se revisó en el apartado anterior, la ciencia y los campos de conocimiento científico se han construido y promovido en torno al género. Estas diferenciaciones culturales y simbólicas entre lo “femenino” y lo “masculino” han permeado la actividad científica, estableciendo estereotipos que inciden en las ideas sobre quiénes hacen ciencia.

De acuerdo con Bustos (2016: 378), los estereotipos de género se entienden como “el conjunto de creencias, pensamientos o representaciones acerca de lo que significa ser hombre o mujer, incidiendo en esferas tales como: apariencia física, intereses, rasgos psicológicos, relaciones sociales, formas de pensar, de percibir y de sentir, ocupaciones, entre otras”.

Históricamente, estos estereotipos han sostenido la creencia de que la ciencia es un ámbito masculino. Operan mediante discursos difusos que asocian a las científicas con la esfera privada y con atribuciones de género tradicionales. Así, incluso cuando las mujeres ingresan a instituciones científicas, estos discursos desvían la atención de su trayectoria académica y profesional.

El problema es que dichos estereotipos encasillan a la diversidad de personas en actividades determinadas y restringen su presencia en la esfera pública. En consonancia con Lamas (2013b: 114), “condicionan los papeles y limitan las potencialidades humanas de las personas al estimular los comportamientos en función de su adecuación al género”. Además, contribuyen a acotar los horizontes y alternativas de las mujeres (Tuchman, 2000: 168), limitando sus trayectorias de vida y obstaculizando su participación pública.

Estos estereotipos, presentes a lo largo de toda la vida de las mujeres, las desincentivan sistemáticamente de dedicarse a la ciencia (Harding, 1996: 56) y dificultan el desarrollo de sus carreras académicas. De hecho, Coronado y Navarro (2025: 4) señalan que tales estereotipos

2 Agrupan los siguientes campos de conocimiento: (1) Ciencias naturales, matemáticas y estadística, (2) Tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y (3) Ingeniería, industrial y construcción (ONU Mujeres, 2020: 17-18).

inciden en que, incluso en las últimas décadas, persistan fuertes desproporciones en la participación de mujeres en campos como las tecnologías de la información y la comunicación (TIC).

Una de las causas de esta percepción es la falta de modelos femeninos visibles, lo cual refuerza la idea de que la ciencia es un espacio predominantemente masculino y genera barreras que alejan el interés de las mujeres por la profesión científica (Coronado y Navarro, 2025: 4). En este sentido, dar visibilidad a las investigadoras se vuelve clave para romper con los estereotipos, contrarrestar su histórica invisibilización y, al mismo tiempo, inspirar a futuras generaciones de científicas (Mendieta et al., 2023: i).

Narrativas mediáticas en la inclusión y representación de diversas voces

Esta investigación plantea que la disciplina de la comunicación adquiere un gran protagonismo en la promoción de la inclusión. En específico, McLuskie (2009: 785) señala que los estudios críticos de la comunicación apuntan a democratizar las oportunidades para la creación de significados en la sociedad. En esta línea, las teorías e investigaciones feministas en comunicación han denunciado la escasa presencia de las mujeres en la esfera pública, han abordado quiénes tienen acceso y voz en ella, y han cuestionado —desde el feminismo postcolonial— los principios esencialistas que impiden que las mujeres sean comunicadas y comunicadoras en lo público (Griffin, 2009: 390-391).

Desde esta perspectiva, se reconoce que las narrativas de los medios de comunicación constituyen una dimensión social desde la cual se normalizan o transforman relaciones de poder, incluyendo la representación de las científicas, debido a su influencia en la percepción pública. Esto concuerda con Vega (2014: 188), quien sostiene que los medios tienen el potencial de contribuir a la inclusión y a los derechos de las mujeres.

Es importante dimensionar que los medios de comunicación forman parte de las industrias culturales y, por tanto, operan bajo modelos de producción en serie adaptados al mercado y al consumo masivo. Los contenidos que generan influyen profundamente en la cultura contemporánea, ya que su consumo se ha integrado como una práctica cotidiana (Bustamante, 2009: 4; Olmedo y García, 2020: 114). Desde esta óptica, los productos informativos, junto con películas y series, funcionan como mercancías culturales (Bustamante, 2009: 4, 6) y como dispositivos que generan y transmiten valores simbólicos (Olmedo y García, 2020: 115).

Al hablar de narrativas, se hace referencia a los productos generados por estas industrias. De acuerdo con Rincón (2006: 89), “la narración es una forma de pensar, comprender y explicar a través de estructuras dramáticas”, y permite otorgar sentido al mundo. Esta se configura como una forma de expresión —radio, televisión, cine— y como contenido —acontecimientos, personajes, espacios y tiempos— (Rincón, 2006: 96). Bajo esta lógica, la ciencia y quienes la practican son representados mediante diversas formas narrativas en relatos tanto informativos como de ficción.

Las narrativas mediáticas, entendidas desde la representación, permiten analizar cómo las mediaciones comunicativas —como la prensa, el cine o la televisión— producen dispositivos de comprensión social y establecen referentes sobre ciertas realidades y sensibilidades (Rincón, 2006: 96), como ocurre con los relatos de la ciencia y sus protagonistas. Estas narrativas, al difundirse desde los medios masivos, se convierten en referentes colectivos que modelan qué formas de ser son consideradas legítimas. En este proceso, pueden operar estereotipos de géne-

ro que contribuyen a reproducir estructuras sociales desiguales.

En esta línea, Bustos (2016: 381) advierte que las narrativas mediáticas han encasillado a las mujeres en esferas asociadas a la apariencia, lo emocional y lo afectivo. Por su parte, Tuchman (2000: 167) acuñó el término “aniquilación simbólica” para referirse a aquellas representaciones que ignoran el trabajo de las mujeres, lo trivializan o lo relegan al ámbito doméstico. Esto se relaciona con estereotipos que presentan a las mujeres únicamente como esposas, madres y amas de casa, lo que sugiere que otras actividades resultan incompatibles, secundarias o “no apropiadas” para ellas (Bustos, 2016: 381).

Visibilizar, nombrar y cuestionar estas narrativas es una cuestión de justicia social. Las investigaciones feministas han desafiado la exclusión de las científicas al evidenciar cómo los relatos populares del cine y la televisión han marginado sus voces, reemplazándolas por representaciones blancas, masculinas y hegemónicas (Griffin, 2009: 391).

Ahora bien, también es posible reconocer que estas representaciones pueden transformarse con el tiempo y los cambios culturales. Las narrativas mediáticas también tienen el potencial de reflejar la diversidad de voces y ampliar la participación de quienes históricamente han sido excluidas. En este sentido, la investigación feminista de la comunicación cobra relevancia al evaluar cómo los medios contribuyen —o no— a la inclusión y al bien común, a partir de si visibilizan desigualdades, dan voz a grupos diversos, conectan lo público y lo privado, y estimulan debates capaces de transformar la realidad (González, 2019: 41). El conocimiento generado por estas investigaciones que articulan las esferas de ciencia, género y medios deben reconocerse como contribuciones importantes para avanzar hacia el acceso paritario y en condiciones de igualdad de las mujeres en todas las esferas sociales.

Metodología

Este artículo se sustenta en una revisión documental feminista con enfoque cualitativo, orientada a identificar patrones de acceso y representación de mujeres científicas en las narrativas de los medios de comunicación, tanto informativos como audiovisuales. La perspectiva feminista para la revisión documental implica visualizar a los documentos como productos sociales que reflejan determinadas realidades sociales (Jiménez, 2020: 322). Para el caso, las investigaciones feministas revisadas se conciben como formas discursivas, producto de ideologías culturales que evidencian y denuncian con datos las desigualdades de género o transformaciones en los medios informativos y de ficción tradicionales sobre las narrativas que involucran a científicas.

La perspectiva feminista se manifiesta al buscar recuperar, visibilizar y hacer accesible el conocimiento existente que ha cuestionado la desigualdad hacia las científicas en estas narrativas mediáticas. De esta manera, las investigaciones feministas que abordan el tema no son neutras, sino que se reconocen como espacios de disputa contra la legitimidad de las desigualdades de género de las mujeres en la ciencia. Se anteponen a las miradas androcéntricas en la esfera mediática y, por tanto, apuntan a reivindicar el quehacer de las mujeres en el mundo. Así, los descubrimientos de estos estudios adquieren valor para su estudio y visibilidad al configurar en sus resultados y planteamientos argumentos en favor de las científicas sin importar las fronteras. Es en ese sentido que esta investigación, así como las revisadas, también se suscribe como una investigación feminista al comprometerse políticamente con mejorar la condición de las mujeres en la sociedad (Bartra, 2012: 68).

Se han desarrollado investigaciones sobre mujeres en las narrativas mediáticas y también sobre mujeres en la ciencia. Empero, la presente investigación parte de reconocer y problematizar que el conocimiento académico que conjunta el tema específico de las mujeres en la ciencia en las narrativas mediáticas es fragmentado, interdisciplinario y con escasa sistematización además de quedar relegado durante los últimos años. Al respecto, Husu y Tainio (2016: 203) mencionan hacia la segunda década del siglo XXI que todavía hacen falta investigaciones que aborden la representación de investigadoras científicas fuera de contextos como Reino Unido y Estados Unidos. En una línea similar, Chambers y Thomson (2020: 1562) señalaron hace poco tiempo que la literatura académica sobre medios de comunicación y género en las ciencias no ha recibido mucha atención y sigue siendo limitada, por lo que hace falta fortalecer y unificar el tema de la representación de las mujeres en la ciencia incluyendo los medios de comunicación.

Al contemplar las características anteriores, se planteó un diseño metodológico exploratorio. Se contempló una estrategia metodológica de búsqueda abierta, apoyada en dos rutas: (1) rastreo directo en el repositorio *Google Académico* y (2) verificación en la base de datos *Scopus*. El primer repositorio se utilizó por su capacidad para recuperar literatura diversa, incluidos trabajos académicos relevantes no necesariamente indexados en bases tradicionales. Por su parte, *Scopus* facilitó obtener publicaciones indexadas y altamente especializadas.

Las búsquedas en ambos repositorios se realizaron mediante combinaciones de términos clave en inglés y español articulados por operadores booleanos. Los términos empleados fueron: “*women scientists*”, “*female researchers*”, “*female scientists*”, “*women in STEM*”, “*media representation*”, “*cultural representation*”, “*gender stereotypes*”, “*public image*”, “*invisibility*”, “*press*”, “*film*”, “*television*”, “mujeres científicas”, “mujeres en ciencia”, “científicas”, “mujeres STEM”, “representación mediática”, “representación cultural”, “estereotipos” “roles de género”, “visibilidad”, “medios de comunicación”, “prensa”, “cine” y “series”. También se consideró un período de tiempo que abarca del año 1900 hasta el 2024 con la intención de recuperar los pocos estudios existentes sobre mujeres científicas en medios, dada la escasa sistematización histórica y la fragmentación antes mencionada. Una vez obtenidos resultados de las búsquedas se seleccionaron los documentos que cumplieron con los criterios de inclusión señalados a continuación:

1. Para asegurar la calidad académica, un filtro fue seleccionar documentos académicos (artículos, reportes, capítulos de libro o libros) que tuvieran DOI o ISBN.
2. Los títulos debían referir explícitamente a científicas/investigadoras y a algún producto mediático, tipo de medio o a los medios en general, esto para asegurar la pertinencia directa del contenido con el objeto de estudio. Sin embargo, esta delimitación también se reconoce como una limitación.
3. Sólo se consideraron las investigaciones que se enfocaron en medios informativos y de ficción tradicional, pues se caracterizan por su carácter institucionalizado y narrativas editoriales definidas a diferencia de las lógicas de circulación, producción y consumo que caracterizan a las redes socio digitales y a las plataformas de *streaming*.
4. Se delimitaron los textos a los idiomas español e inglés por razones de acceso y dominio lingüístico de la investigadora.

Una vez aplicados los filtros anteriores a los datos arrojados inicialmente se obtuvieron 21 documentos de acuerdo con los siguientes parámetros:

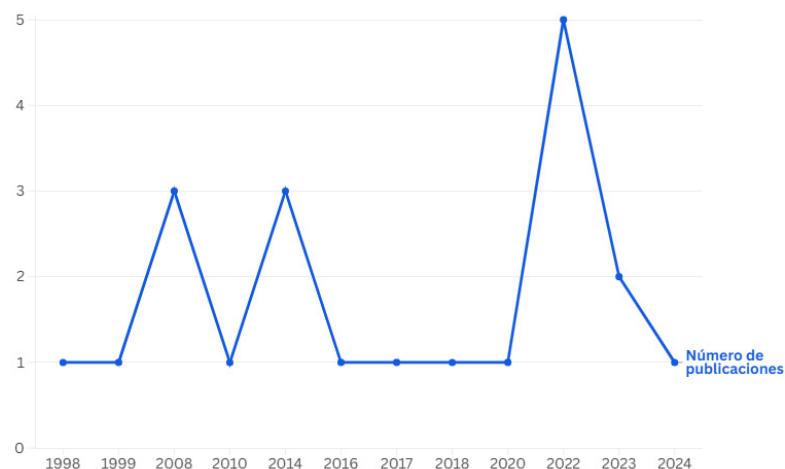
Tabla 1. Documentos encontrados por tipo de herramienta de búsqueda.

Herramienta de búsqueda	Número	Citas de los documentos
<i>Scopus</i>	3	(Eizmendi y Peña, 2022) (Corsbie-Massay y Wheatly, 2022) (Yang y Chen, 2024).
Google Académico	14	(LaFollette, 1988) (Steinke, 1999) (Kitzinger <i>et al</i> , 2008a) (Kitzinger <i>et al</i> , 2008b) (Haran <i>et al</i> , 2008) (Padilla y Semova, 2014) (McInstosh, 2014) (Aladro <i>et al</i> , 2014) (Husu y Tainio, 2016) (Steinke y Paniagua, 2017) (Mena, 2018) (Chambers y Thompson, 2020) (Eizmendi, 2023) (Muñoz y Jiménez, 2023).
Ambas herramientas	4	(Chimba y Kitzinger, 2010) (Freedman <i>et al</i> , 2022) (Soucy-Humphreys <i>et al</i> , 2022) (Chambers, 2022).

Fuente: Elaboración propia

Este corpus de documentos permitió construir un panorama diverso y representativo sobre las formas en que los medios tradicionales han narrado, invisibilizado o reinterpretado la figura de las científicas en diferentes momentos históricos y contextos geográficos.

Imagen 1. Años en que se publicaron los documentos académicos revisados.



Fuente: Elaboración propia

La información contenida en los documentos se presenta en los resultados de esta investigación según el tipo de medio abordado: informativos o de ficción. A su vez, dentro de cada categoría, se organiza el conocimiento recuperado en función de dos dimensiones: el acceso

de las mujeres científicas a los medios y los estereotipos con los que son representadas en sus narrativas. Esta clasificación responde a una lógica temática, más allá de las limitaciones geográficas o de procedencia de las investigaciones, con el fin de ofrecer aspectos y un panorama exploratorio que contribuya a la consolidación de la línea de investigación sobre medios de comunicación y mujeres en la ciencia, elementos por estudiar, así como a incentivar la creación de redes y comunidades globales en torno al tema. En ese sentido, se encuentran características o patrones dentro de cada dimensión analítica según descubrimientos y referencias señaladas en las investigaciones feministas revisadas.

Tabla 2. Tipos de medios que abarcan las investigaciones feministas.

Tipos de medios	Descripción
Informativos	Incluye a la industria informativa o a periódicos, revistas y sitios web que producen contenidos noticiosos centrados en informar sobre ciencia o científicas.
De ficción	Producciones audiovisuales narrativas (películas, series o programas de televisión) cuya finalidad es entretenir, pero que integran representaciones de mujeres científicas como personajes dentro de la trama.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3. Dimensiones analíticas para la revisión de las investigaciones feministas.

Tipo de información en los documentos	Descripción
Acceso	Refiere a la presencia, visibilidad y frecuencia con la que las mujeres científicas aparecen en los medios. Incluye información sobre su citación como fuentes, aparición en titulares, protagonismo en las historias o grado de reconocimiento mediático. Esta dimensión es de carácter cuantitativo.
Estereotipos de género en las narrativas	Refiere a las condiciones del acceso. Se identifican creencias, pensamientos o representaciones asociados a las científicas en las historias informativas, en caso de perfiles periodísticos, o en las de ficción. Esta dimensión es de carácter cualitativo.

Fuente: Elaboración propia

Resultados

Aportaciones generales de las investigaciones por tipo de medios

A continuación, se presentan en orden cronológico de publicación algunas de las principales aportaciones de las investigaciones revisadas sobre el tema:

Tabla 4. Síntesis de aportaciones de los documentos académicos que abordan a los medios informativos

Medios informativos		
Breve contexto y objetivo	Principales aportaciones	
LaFollette, M. (1988). Eyes on the Stars: Images of Women Scientists in Popular Magazines.	Examinar cómo los medios de comunicación masiva, específicamente las revistas populares en Estados Unidos entre 1910 y 1955, contribuyeron a la percepción cultural de las mujeres científicas.	Es relevante al ser uno de los primeros artículos sobre el tema que conjunta género, ciencia y medios, además al recopilar evidencias de casi medio siglo de duración. La participación de mujeres científicas como autoras o sujetos de biografías fue muy limitada. Éstas retrataron que ser una mujer científica requería un trabajo extraordinario y grandes sacrificios. Se solía enfatizar la feminidad de las investigadoras. La investigación científica se representaba consistentemente como una actividad que requería atributos "masculinos". Los artículos implican que la investigación científica era demasiado exigente físicamente para las mujeres. Cuando las científicas obtenían visibilidad, era como asistentes subordinadas o "super científicas".
Kitzinger, J, et al. (2008a). Gender, stereotypes and expertise in the press: how newspapers represent female and male scientists.	Examinar las cuestiones relacionadas con la representación del género en periódicos nacionales de Reino Unido de enero a julio del 2006.	Los hombres son citados como expertos mucho más a menudo que las mujeres. Lo mismo sucede al perfilar a personas en ciencia. Periodistas son más propensos a comentar sobre la apariencia cuando escriben sobre mujeres. Las mujeres son más propensas a ser citadas y perfiladas en un rango más estrecho de campos en comparación con los hombres.
Chimba, M. y Kitzinger, J. (2010). Bimbo or boffin? Women in science: An analysis of media representations and how female scientists negotiate cultural contradictions.	Examinar representaciones de género de las científicas en la cobertura de prensa de la ciencia, ingeniería y tecnología (SET) en periódicos de Reino Unido de enero a junio del 2006.	Revela la forma asimétrica en que se retrata a hombres y mujeres en la ciencia en los medios de ese país. Destaca el énfasis desproporcionado en la apariencia de las mujeres. Concluye que ahora las científicas pueden ser juzgadas por su belleza, moda y sexualidad, mientras que los hombres se presentan como la norma. Se resalta el dilema al tratar de presentar una imagen "humana" de las científicas sin trivializar su trabajo.
Padilla, G. y Semova, D. (2014). Pensar y comunicar la ciencia en femenino.	Analizar la notoriedad de las científicas en Internet en los medios de comunicación españoles entre junio y octubre de 2012.	Los hombres son citados como expertos mucho más a menudo que las mujeres. La representación de las mujeres científicas no tiene adjetivos calificativos positivos que se aplican a los hombres científicos.

<p>Aladro, E., <i>et al.</i> (2014). La presencia y representación de la mujer científica en la prensa española.</p>	
<p>Evidenciar el nivel de notoriedad y los prejuicios y estereotipos de género presentes en la representación mediática de las mujeres científicas en la prensa generalista de España durante seis meses no consecutivos de 2012.</p>	<p>Los hombres protagonizan la gran mayoría de los artículos de ciencia. Existe una ausencia generalizada de adjetivos calificativos valorativos para describir a las mujeres científicas, a diferencia de los hombres. Se evidenció una importante desigualdad informativa en cantidad y tratamiento.</p>
<p>Husu, L. y Tainio, L. (2016). Representations of Women Researchers in Finnish Print Media: Top Researchers, Multi-Talents and Experts.</p>	<p>Explorar las representaciones mediáticas de las mujeres investigadoras en los medios impresos finlandeses (periódicos, revistas femeninas y revistas de interés general) publicadas entre 1997 y 2014.</p>
<p>Mena, M. (2018). Mujeres científicas en la prensa. Análisis de reportajes de ciencia en diarios de España, México y Costa Rica.</p>	<p>Se encontró una diversidad de representaciones de investigadoras en los medios finlandeses, en contraste con estudios realizados en Estados Unidos y Reino Unido. Las investigadoras eran a menudo presentadas fuertemente insertas en la esfera privada/doméstica y en una matriz heterosexual.</p>
<p>Caracterizar la presencia de mujeres científicas y voceras expertas en los grandes reportajes de ciencia y tecnología publicados en los diarios “El País” de España, “El Universal” de México y “La Nación” durante la primera mitad de 2015.</p>	<p>Es uno de los artículos que abarca estudios en Latinoamérica. Se encontró un desequilibrio en la inclusión de fuentes expertas por género, donde la presencia de expertos masculinos triplicó la de las femeninas. En casi el 59% de los reportajes no se incluyó a ninguna mujer vocera experta. Los voceros masculinos recibieron más adjetivos para calificarlos que las mujeres. La representación femenina fue críticamente baja en tecnología y en ciencias exactas.</p>
<p>Eizmendi, M. y Peña, S. (2022). Gender Stereotypes Make Women Invisible: The Presence of Female Scientists in the Media.</p>	<p>Analizar la presencia de mujeres científicas en periódicos regionales con presencia web del País Vasco y Navarra entre 2014 y 2019. Además, busca analizar la evolución de su visibilidad y las características principales que se transmiten sobre ellas, para determinar si ha habido un cambio en el tratamiento que se les da.</p>
	<p>Se observó una tendencia al alza en el número de artículos que citan a mujeres científicas y su aparición en titulares, especialmente notoria en 2016 y 2017. Aunque los estereotipos relacionados con la apariencia física han disminuido, persisten las referencias a la familia y las responsabilidades de cuidado. Se destaca la importancia de la "idea de la singularidad" y las dificultades relacionadas con su género.</p>

<p>Freedman, G., et al. (2022). "She made a mean beef stroganoff": Gendered portrayals of women in STEM in newspaper articles and their effects.</p>	
<p>Examinar cómo las mujeres que han ganado un Premio Nobel en un campo STEM han sido retratadas en los artículos de periódicos de Estados Unidos y de Reino Unido y el efecto de esas representaciones.</p> <p>Se analizaron artículos publicados entre 1903 y 2020 con énfasis en los enfocados en las ganadoras del Premio Nobel de Química de 2020.</p>	<p>Aunque existen sesgos en cómo los medios describen a las mujeres científicas, la forma de cubrirlas ha cambiado a lo largo del tiempo (menos énfasis en lo doméstico, más en el género). Desde 1903 hasta 2020, los artículos paulatinamente se volvieron más propensos a mencionar que la científica era mujer y que era la "primera mujer", "segunda mujer" o "la única mujer" en ganar el premio.</p>
<p>Eizmendi, M. (2023). Factores y rutinas profesionales que influyen en la visibilidad de las mujeres científicas en los medios digitales.</p>	
<p>Analizar en qué medida las rutinas de trabajo de los medios de comunicación y la actual percepción y estructura de la ciencia influyen en el tratamiento mediático de las mujeres científicas. Se hicieron entrevistas y grupos focales a profesionistas de páginas web de medios digitales españoles específicos realizadas hacia 2022-2023.</p>	<p>Se observa una clara división en los medios que prioriza las ciencias STEM (ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas) y tiende a excluir las ciencias sociales y humanas de las secciones científicas, lo que a su vez desfavorece a las mujeres científicas. A pesar de los esfuerzos de los periodistas por incluir fuentes femeninas, se encuentran dificultades. Se identifican tres pautas clave para mejorar la visibilidad y el estatus de las mujeres científicas en los medios: Conocimiento y transmisión de la situación de las mujeres en la ciencia, promoción de su visibilidad (cuantitativa y de estatus) y tratamiento basado en la normalidad.</p>
<p>Yang Li, Z. y Chen, L. (2024). From trivial to professional: changes in Chinese media images of female scientists.</p>	
<p>Explorar la imagen de las científicas en la prensa masiva china sobre las ganadoras de los Premios a Jóvenes Científicas de China desde 2004 hasta 2018.</p>	<p>Constituye la primera investigación a largo plazo y diacrónica sobre la imagen mediática de las científicas en China. La imagen de las científicas ha evolucionado de centrarse en atributos triviales y no profesionales a destacar sus competencias profesionales. Se observa una disminución gradual en la cobertura mediática de los estereotipos de género y los conflictos entre roles familiares y profesionales de las científicas. Fueron presentadas por los medios como resilientes, altruistas, optimistas y rigurosas. La descripción explícita de su imagen externa (apariencia, expresiones faciales, vestimenta) también mostró un declive significativo.</p>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5. Síntesis de aportaciones de los documentos académicos que abordan a los medios de ficción

Medios de ficción	
Breve contexto y objetivo	Principales aportaciones
Steinke, J. (1999). Women Scientist Role Models on Screen: A Case Study of Contact.	Analizar la representación del personaje de la Dra. Eleanor Arroway (Ellie) de la película “Contact” para mejorar la imagen mediática de las científicas. Se muestra a Ellie como una científica inteligente, talentosa, comprometida y trabajadora. Sin embargo, su reputación profesional también es atacada y cuestionada por otros en la comunidad científica y política. La relación romántica de Ellie se presenta como una posible fuente de conflicto con sus ambiciones profesionales. Se sugiere que esta representación es menos estereotipada que muchas imágenes mediáticas anteriores de mujeres científicas.
Haran, J., et al. (2008). Screening Women in SET: How Women in Science, Engineering and Technology Are Represented in Films and on Television.	Examinar cómo se representa a las mujeres en los campos de la Ciencia, la Ingeniería y la Tecnología (SET) en dramas televisivos, documentales y docudramas de Reino Unido. Se basó en materiales que abarcan desde mediados de los años 90 hasta 2007, con un enfoque particular en los años 2004-2006 para ciertos tipos de medios. Al abordar representaciones de mujeres en SET es importante reconocer diferencias entre medios, géneros y contextos de su producción. La forma en que se representa a las mujeres en SET está influenciada por una compleja interacción de valores y prácticas de producción, así como por las negociaciones dentro de los equipos de producción. La forma en que se representa a las mujeres en SET está influenciada por una compleja interacción de valores y prácticas de producción, así como por las negociaciones dentro de los equipos de producción. Se encontró que tener personajes femeninos "protagonistas" en puestos de alto nivel y como individuos demostrablemente fuertes era a menudo bienvenido. Hay una necesidad continua de más representación de mujeres en SET y de representaciones más diversas y menos estereotipadas en todos los formatos. Los productores de documentales podrían pensar en cómo involucrar a más expertas y compartir ideas y "mejores prácticas".
McIntosh, H. (2014). Representations of Female Scientists in The Big Bang Theory.	Explorar las representaciones de mujeres científicas dentro del género de la comedia de situación. Se enfoca en los personajes de Bernadette y Amy de la serie <i>The Big Bang Theory</i> , temporada 6 (2012-2013). El estudio concluye que el género de la comedia de situación, y “ <i>The Big Bang Theory</i> ” refuerza el status quo y las expectativas de género tradicionales. La inteligencia y las carreras de dos personajes se presentan como instrumentos para el desarrollo y el mantenimiento de sus relaciones románticas. Se evidencia la idea de que las mujeres profesionales raramente alcanzan el éxito tanto en su vida profesional como en su vida personal.

<p>Steinke, J. y Paniagua, M. (2017). Cultural Representations of Gender and STEM: Portrayals of Female STEM Characters in Popular Films 2002–2014.</p>	
Examinar la prevalencia y las representaciones de personajes femeninos de STEM (ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas) en películas populares de Estados Unidos estrenadas entre 2002 y 2014.	Las mujeres de STEM en roles de diálogo fueron superadas en número por los masculino. Solían ser elegidas más para roles de co-protagonistas o secundarios que en roles principales. Se evidenció muy pocas representaciones de grupos raciales y étnicos minoritarios. Se representaban más como biólogas o astronautas que como ingenieras. Se mostraban más como miembros de un equipo de investigación que como investigadoras principales o directoras. Fueron hipersexualizadas. Fueron propensas a estar en una relación romántica o soltera. Cuando se mostraban como madres, a menudo se destacaba la incompatibilidad.
<p>Soucy-Humphreys, J., <i>et al.</i> (2022). Challenging the stereotype through humor? Comic female scientists in animated TV series for young audiences.</p>	
Examinar cómo se retrata a las científicas a través del humor en dos populares series animadas de televisión para audiencias jóvenes, “ <i>Spongebob Squarepants</i> ” y “ <i>Adventure Time</i> ”.	Se encontró que los personajes de Sandy Cheeks (<i>Spongebob Squarepants</i>) y Princess Bubblegum (<i>Adventure Time</i>) se ajustan y desafían los estereotipos tradicionales de género. Presentan rasgos femeninos estereotipados como el uso de la intuición, domesticidad, actitudes de cuidado, apariencia joven, y a menudo su rol se define en relación con personajes masculinos. También defienden sus argumentos, Sany renuncia a ciertas cualidades femeninas para encajar en el rol de científica.
<p>Chambers, A. (2022). Representing Women in STEM Science-Based in Film and Television.</p>	
Centrarse en la representación de las mujeres científicas en el cine y la televisión de ficción contemporánea de gran difusión. Ofrece una perspectiva histórica con películas que van desde 1996 hasta el 2020.	Históricamente, la representación de mujeres en STEM en pantalla ha sido limitada y a menudo estereotipada. Frecuentemente, son definidas por sus contrapartes masculinas. El estudio destaca un cambio hacia representaciones más complejas y diversas en películas recientes, específicamente en la televisión y las plataformas de <i>streaming</i> .
<p>Muñoz, A. y Jiménez, J. (2023). Ciencia en femenino. La construcción del rol de la mujer científica en el discurso cinematográfico.</p>	
Analizar la representación de la mujer científica a través del cine, así como la construcción de su imagen pública mediante el imaginario cinematográfico. Se analizan 5 películas que cubren diferentes ramas del saber y contextos históricos.	Se concluye que el arquetipo de la "heroína solitaria" es predominante en la mayoría de los filmes analizados. Se subraya la relación bidireccional entre sociedad y comunicación, donde el cine se adapta y refleja las mentalidades cambiantes de su tiempo.

Fuente: Elaboración propia con base en la información de los documentos referidos

Tabla 6. Síntesis de aportaciones de los documentos académicos que abordan a los medios informativos y de ficción

Medios en general	
Breve contexto y objetivo	Principales aportaciones
Kitzinger, J., et al. (2008b). <i>Role Models in the Media: An Exploration of the Views and Experiences of Women in Science, Engineering and Technology</i> .	Examinar las opiniones y experiencias de las mujeres que trabajan o se están formando en Ciencia, Ingeniería y Tecnología (SET) en relación con las representaciones mediáticas en Reino Unido.
Chambers, A. y Thompson, S. (2020). <i>Women, Science and the Media</i> .	Reunir la literatura académica sobre la representación de las mujeres en la ciencia en los medios de ficción y no ficción.
	Las mujeres en SET expresaron que les gustaría ver más y más diversas representaciones de mujeres científicas desde un reconocimiento rutinario de SET como un campo para mujeres. También que aparecieran en una variedad de medios y formatos. Las entrevistadas pidieron representaciones innovadoras que mostrarán las diversas motivaciones para el interés en SET y nuevas formas de explicar principios científicos. Se expresó conflicto o ambivalencia sobre si las imágenes de mujeres en SET deberían ser "aspiracionales" o "realistas" y en qué medida se debería abordar la maternidad.
	Se incluye al ser uno de los artículos de habla inglesa que conjunta conocimientos de la literatura académica en los temas: mujeres, ciencia y medios. Muestra cómo en las obras de ficción las mujeres científicas en el entretenimiento a menudo se encuadran en estereotipos que las limitan. Sus vidas emocionales/hogareñas y laborales se presentan como incompatibles con sus carreras científicas. Las mujeres a menudo son relegadas a roles secundarios o de fondo. En las obras de no ficción (noticias y documentales) las mujeres rara vez son citadas como fuentes expertas. Se las suele definir por "normas de feminidad". Están subrepresentadas en áreas como la tecnología militar o la informática

<p>Corsbie-Massay, C. y Wheatly, M. (2022). The role of media professionals in perpetuating and disrupting stereotypes of women in Science, Technology, Engineering and Math (STEM) fields.</p> <p>Examinar de forma exploratoria el papel de los profesionales de los medios de comunicación en la perpetuación y la interrupción de los estereotipos de las mujeres en los campos de Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas (STEM). Se entrevistó. La mayoría de las personas entrevistadas fueron de Estados Unidos.</p>	<p>Persisten desafíos relacionados con la preparación de los medios, la dinámica de género y las presiones de la industria. No todos los tipos de medios contribuyen de la misma manera a estos estereotipos. Se identifican experiencias al interactuar con profesionales de los medios como el asumir que las científicas están menos calificadas, preguntas sobre su afiliación política o experiencias personales, la recurrente pregunta sobre “¿Cómo es ser una mujer en STEM?” o “¿Cómo conseguimos que más chicas se interesen en STEM?” Al entrevistar a profesionales de medios se encontraron estereotipos persistentes sobre los científicos en general. Los profesionales de los medios que se dedicaban más frecuentemente a la ciencia mostraron estereotipos más pronunciados sobre la incompatibilidad de las carreras científicas con la vida familiar para las mujeres.</p>
--	--

Fuente: Elaboración propia con base en la información de los documentos referidos

Conocimientos sobre el acceso de científicas a las narrativas de los medios informativos

- En varios campos científicos***

El acceso de las científicas a las narrativas de los medios informativos se manifiesta principalmente en dos sentidos. El primero ocurre cuando las mujeres son relegadas como fuentes expertas en los contenidos que cubren acontecimientos científicos. El segundo se presenta cuando son excluidas en contenidos que abordan directamente a las personas que hacen ciencia, como perfiles, entrevistas, notas informativas o reportajes. En ambos casos, un aspecto transversal a considerar es el campo del conocimiento al que se refieren las coberturas, ya que este influye en qué científicas tienen mayor o menor presencia mediática. Por ejemplo, cuando los contenidos noticiosos se concentran en áreas fisicomatemáticas o biológicas, las mujeres dedicadas a las ciencias sociales tienden a quedar fuera de la cobertura, lo cual reduce su visibilidad como parte de la comunidad científica.

Bajo ese razonamiento se sostiene que las investigaciones han de preguntarse por la marginación y foco mediático de ciertos campos científicos sobre otros, así como las implicaciones que ello tiene en sus protagonistas mujeres. Al respecto, el estudio de Eizmendi (2023: 201) mostró que las noticias sobre ciencias sociales suelen ser excluidas de las secciones de ciencia, característica que no solo dificulta el estudio de la representación de las científicas sociales en las narrativas mediáticas, sino que también señala hoy en día su relegación y obstaculiza su visibilización por parte de los medios, un aspecto que resulta relevante evidenciar y poner en común.

- *Como expertas en temas de ciencia*

Esta subcategoría también existe derivada de resultados encontrados en las investigaciones que demuestran que al cubrir temas de ciencia, los medios informativos de varios contextos han tendido a recurrir mayoritariamente a hombres como fuentes expertas, lo que refuerza los estereotipos de género y contribuye a perpetuar la exclusión de las mujeres científicas al acceso de las narrativas mediáticas informativas.

Ejemplo de ello es la investigación de Chimba y Kitzinger (2010: 621) quienes presentan como parte de sus conclusiones que en la prensa de Reino Unido durante el año 2006 los hombres eran mucho más citados como fuentes científicas expertas que las mujeres. Este hallazgo coincide con el de una investigación realizada en el año 2013 que examinó las representaciones de mujeres e investigadores en periódicos checos populares citada por Husu y Tinio (2016: 208). Ésta encontró que las mujeres se presentan con una frecuencia significativamente menor que los hombres y que sus menciones se encontraban mayoritariamente en las últimas páginas del contenido de los periódicos.

En este patrón también se ubica la investigación de Mena (2018: 12) desarrollada durante la primera mitad del año 2015 con casos de estudio hispanohablantes. En ella, por ejemplo, se encontró un desequilibrio notorio en la inclusión de fuentes expertas en reportajes de ciencia donde aproximadamente se triplica la presencia de hombres sobre la de mujeres.

En este grupo también se coloca un estudio más reciente desarrollado por Eizmendi y Peña (2022: 9) que señala ciertos cambios al respecto. A saber, una vez analizados periódicos regionales españoles entre 2014 y 2019, concluye que si bien las científicas se citan más que antes en muchos casos solo son mencionadas y en espacios que agrupan todo tipo de información.

La investigación de Corsbie-Massay y Wheatly (2022: 8) que examina el papel de los profesionales de los medios en los estereotipos hacia científicas, por ejemplo, halló que los hombres, especialmente los científicos blancos, solían recibir con facilidad mayores oportunidades en los medios para figurar como expertos.

- *Como protagonistas en lo noticioso*

En las narrativas informativas donde quienes hacen ciencia son objeto de lo noticioso, existen algunas investigaciones que denuncian poco foco en las científicas. Al respecto se ubica el análisis de periódicos en la primera mitad del 2006 en Reino Unido realizado por Chimba y Kitzinger (2010: 612) que evidenció que el 84% de los científicos perfilados eran hombres y solo el 16% eran mujeres. A pesar del paso en el tiempo, otra investigación que estudió la notoriedad de las científicas en medios españoles de junio a octubre del 2012 llegó a una conclusión similar señalando que las mujeres protagonizaron solamente 14.3% de los artículos (Padilla y Semova, 2014: 82). Estos datos permiten dimensionar que históricamente ha existido una escasez de perfiles de científicas en la prensa.

Otro elemento que se ha estudiado tiene que ver con el quienes son las científicas que son protagonistas de los contenidos informativos, al considerar un enfoque interseccional al género y, por ende, a la diversidad de mujeres. En ese sentido, se ubica el artículo de Husu y Tainio (2016: 219) que estudió entrevistas y biografías centradas en investigadoras en medios impresos finlandeses publicadas entre 1997 y 2014. En el documento mencionado, se encontró que los perfiles publicados cubrieron a una variedad de científicas en términos de edad, estatus y etapa profesional, sin embargo, también subrayó que “las mujeres de origen inmigrante o de

minorías étnicas no estuvieron representadas en absoluto" (219). Esta observación es relevante debido a que, por lo menos dentro de los artículos que se encontraron en esta revisión de literatura, es una de las pocas investigaciones sobre noticias que aborda explícitamente la representación variada de las investigadoras. Hay que considerar si las mujeres en su diversidad tienen acceso a las narrativas mediáticas.

- *En puestos de liderazgo*

Esta línea sobre la presencia en las narrativas informativas de las mujeres en su diversidad comprende el puntualizar su acceso cuando desempeñan puestos de liderazgo. Esta categoría nace de los resultados de la investigación de Mena (2018: 10) que buscó caracterizar la presencia de científicas en reportajes de ciencia de diarios representativos en España, México y Costa Rica durante la primera mitad del año 2015. Como parte de sus resultados, la investigación reveló que los puestos de "jerarquía" distaban mucho de la cantidad brindada a los hombres (10).

Conocimientos sobre las narrativas hacia científicas en los medios informativos

Los estereotipos de género han desviado la atención de las contribuciones, hallazgos y descubrimientos de las mujeres en la ciencia, contribuyendo a construcciones simbólicas en las que la actividad científica se asocia únicamente con lo masculino y sus puntos de vista. En esta categoría de análisis se identifican estereotipos y patrones en la representación evidenciados en las investigaciones feministas que han abordado el tema. Se parte de considerar algunas de las condiciones del acceso de las científicas a las narrativas que se han denunciado como características.

- *No basta con incluirlas como expertas, hay que mencionarlo*

Si bien en términos cuantitativos es importante que las mujeres sean consideradas como fuentes expertas para abordar hechos noticiosos de ciencia y como objetos en sí de los contenidos informativos, algunas investigaciones han considerado de interés estudiar los adjetivos y las palabras que se les asocian para conocer si la forma en que se describen no termina por desviar el foco que tienen como científicas.

A este respecto, por ejemplo, se nombra la investigación de Aladro *et al* (2014) que buscó evidenciar los estereotipos presentes en la prensa española durante el año 2012. Como parte de sus resultados, halló que las científicas son representadas prescindiendo de adjetivos calificativos que las identificaban en un sentido positivo tales como "líder", "gurú", o "brillante" lo que no sucedía con los científicos (190). En un marco similar, el estudio de Mena (2018: 10) que se enfoca en reportajes de ciencia reveló que son pocas ocasiones en que las mujeres fueron calificadas como "expertas" en comparación con los hombres.

- *Asociarlas con lo doméstico*

Se encuentra evidencia de que, por lo menos en algún momento de la historia, las narrativas informativas tendieron a enmarcarlas en el ámbito de la domesticidad con mayor preponderancia. No es menor obviar los hallazgos obtenidos por LaFollete (1988: 267) que examinó la forma en que las revistas populares estadounidenses contribuyeron a la percepción de las científicas entre 1910 y 1955, pues si bien han transcurrido varios años de ello, su investigación

es clave al evidenciar un problema histórico que actualmente tiene el potencial de funcionar como parámetro para visualizar avances al respecto.

En específico, señaló que en las biografías de científicas se cultivó una imagen de domesticidad que exageraba su feminidad y las presentaba como “dedicadas” a su familia. De hecho, algunos textos mencionaron su relación con actividades como cocinar o coser para probar que además de investigadoras eran esposas y madres (267). Un estudio posterior citado por Chimba y Kitzinger (2010: 610) que examinó revistas y prensa británica de los años 1960 a 1980 descubrió que las referencias a la feminidad eran aún muy notorias (Chimba y Kitzinger, 2010: 610) lo que sugiere que estas asociaciones son un elemento que tuvo una presencia consistente durante casi un siglo más.

- *Asociarlas con la apariencia*

Hacia finales del siglo XX y principios del XXI algunos estudios registraron cambios en la representación de mujeres en ciencia en la prensa con respecto al tema de la domesticidad. Ejemplo de ello es el trabajo de Kitzinger *et al* (2008: 29) que comparó sus hallazgos con investigaciones realizados anteriormente tras lo que plantearon que, por lo menos en Reino Unido, era posible que las mujeres en ciencia, ingenierías y tecnologías (SET, por sus siglas en inglés) ya no fueran juzgadas por sus actividades tradicionalmente femeninas pero que “ahora pueden ser juzgados por su belleza, moda o sensualidad” (29).

En esta categoría también se sitúa el informe de Chimba y Kitzinger (2010: 614) que, al examinar publicaciones del primer semestre del 2066 de periódicos nacionales británicos, descubrió diferencias entre hombres y mujeres por la atención desproporcionada prestada a la apariencia de las científicas. Además, en la investigación se agrega que los medios tendían a presionarlas para que se comportaran de maneras particulares que resaltaran su “feminidad” aludiendo a aspectos como su vestimenta o a las formas de ser fotografiadas (619).

A su vez, la investigación de Yang Li, Z y Chen L (2024: 1), enfocada en explorar la imagen mediática de científicas chinas que han ganado premios en el período que va de 2004 a 2018, concluyó al respecto que con el tiempo los medios de China han prestado menor atención a estereotipos que las relacionan con la apariencia y la personalidad, refiriendo con mayor frecuencia a la competitividad profesional de las científicas.

- *Asociarlas con la familia y la pareja*

Las científicas también han sido estereotipadas con respecto a la pareja y familia. En esta categoría, por ejemplo, encontramos la investigación de LaFollete (1988), que muestra cómo en las biografías científicas publicadas en la prensa estadounidense de 1900 a 1950 se usaban lenguajes y actitudes que afirmaban la idea de que las científicas “se sentían aún más realizadas a través del matrimonio y la maternidad que a través de la investigación” (266) y también se señalaba que debían ser madres y esposas “perfectas” (268). Asimismo, un trabajo citado por Chimba y Kitzinger (2010: 610) situado a principios del siglo XXI encontró que en el diario de referencia simbólica “*The New York Times*”, las historias de científicas presentaron un fuerte énfasis en su papel como esposas y madres (Chimba y Kitzinger, 2010: 610).

No obstante, a pesar de que las anteriores investigaciones proceden de décadas atrás, estudios posteriores como el de Eizmendi y Peña, (2022) mostraron indicios de que las referencias que posicionan la narrativa sobre las mujeres científicas dentro de un contexto familiar continuaron. A saber, este estudio que revisó periódicos regionales españoles entre 2014 y 2019

encontró que si bien las referencias a la apariencia física y vestimenta de las científicas fueron poco registradas, sucedió lo contrario con las de roles de cuidado y de familia, mismos que se presentaron tanto a modo de datos biográficos como para ilustrar el conflicto entre la carrera académica y la familia (10).

A su vez, esta situación ha incentivado debates, pues algunos periodistas han señalado que hablar de la vida personal de las científicas puede resultar apropiado para transmitir la idea de que es posible combinar compromisos domésticos con una carrera exitosa (Chimba y Kitzinger, 2010: 616) (Eizmendi y Peña, 2022: 10) (Husu y Tainio, 2016: 205). Sin embargo, también se ha expresado que existe un problema si las mujeres son presentadas como el “rostro humano” de la ciencia mientras que los hombres no (Chimba y Kitzinger, 2010: 616).

En relación a esa clasificación, también se han evidenciado ciertos cambios. Ejemplo de ello es el estudio de Yang Li, Z y Chen L (2024: 1) sobre la imagen mediática de científicas chinas que han ganado premios entre 2004 a 2018. Éste encontró una disminución gradual en las publicaciones que contenían conflictos entre los roles familiares y profesionales de las científicas. En ese sentido, las descripciones centradas en la vida personal y palabras clave como “hijos”, “hija” y “vida diaria”, se redujeron tanto en frecuencia como en clasificación (11).

- *Excepcionales en una actividad “de hombres”*

Algunas de las investigaciones han señalado una tendencia a asociar a las mujeres como “excepcionales” dentro de los campos científicos. En esta clasificación se menciona la investigación de Chimba y Kitzinger (2010: 621) que encontró que en la cobertura de prensa británica publicada en seis meses del 2006, los científicos todavía eran representados como la norma mientras que las científicas como algo excepcional. Asimismo, el estudio reveló que las científicas sentían frustración por la tendencia de los medios a identificarlas como “mujeres científicas” y no como “científicas” (616). De acuerdo con el estudio de Kitzinger *et al* (2008a: 17), la forma en que se describen en profundidad a las personas científicas en los perfiles periodísticos refleja y representa la minoría de mujeres y, en cierto modo, su “estatus desviado”.

En consonancia, el estudio de Eizmendi (2023: 207) que analiza las rutinas profesionales periodísticas hacia 2022 señala que las narrativas de excepcionalidad priorizan el rol como mujer por encima de su rol como científica. Al respecto, el estudio menciona que las científicas entrevistadas propusieron “obviar los mensajes de excepcionalidad asociados a las mujeres” porque alabar su singularidad “no fomenta la transmisión de un modelo atrayente” (205).

El trabajo de Freedman *et al* (2022: 264) que analiza la forma en que artículos estadounidenses han presentado a las ganadoras del Premio Nobel de Química, por ejemplo, también evidenció esa referencia al género más que a su rol como científicas. En concreto señaló que las categorías más mencionadas sobre ellas respondieron a las palabras “primera mujer”. De hecho, también encontraron que las narrativas publicadas hacia 2020 eran más propensas a mencionar el género de las científicas (269).

Eizmendi y Peña (2022) agregan que en los últimos años se ha visto una tendencia a presentar a las científicas como fuentes de información sobre narrativas que abordan la situación de las mujeres en la ciencia, es decir, en contenidos relacionados con temáticas de discriminación de género y de desigualdades en el ámbito científico. Y si bien, reconocer los obstáculos y desigualdades es importante, se plantea, esto no debería opacar sus hallazgos, contribuciones y conocimientos (10-11). Esta forma de visibilización también puede entenderse como una manifestación sutil de la excepcionalidad.

Conocimientos sobre el acceso de científicas a las narrativas de los medios de ficción

- *Como personajes que hacen ciencia*

De acuerdo con McIntosh (2014: 197), las investigaciones han encontrado que en las narrativas ha existido un dominio de los hombres en las narrativas de ficción de ciencia. En este contexto se encuentra el estudio de Steinke y Paniagua (2017: 258) que examinó la representación de personajes femeninos en ciencia en películas populares estadounidenses estrenadas entre 2002 y 2014. Dicha investigación encontró que en esas historias los personajes masculinos en campos STEM (ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas) superaron en número a las mujeres en una proporción de 2 a 1. Este conocimiento evidencia narrativas que normalizan la segregación de las mujeres en las actividades científicas.

De hecho, se ha señalado que el predominio de los personajes masculinos en lo ficticio y la relegación de los femeninos también se relaciona con el estereotipo cultural general que histórica y culturalmente ha estado arraigado a la ciencia, los científicos y cómo se espera que éstos luzcan. Así los científicos han sido caracterizados como hombres estadounidenses, blancos, mayores y privilegiados (Chambers y Thompson, 2020: 1566) (Chambers, 2022: 483). Este estereotipo excluye a todas aquellas personas que no corresponden al mismo, lo que incluye a las mujeres y, en específico, la poca presencia en roles de oradoras de científicas pertenecientes a grupos raciales y étnicos (Steinke y Paniagua, 2017: 259) (Kitzinger *et al*, 2008b: 15).

El estudio de Harán *et al* (2008: 18) que examina la representación de las científicas en dramas televisivos, documentales y docudramas británicos evidencia un elemento a considerar al investigar el acceso de las científicas a las narrativas ficticias mediáticas. A saber, señala la importancia de dimensionar las posibilidades de conocer la presencia de las científicas diferenciando por medios (televisivos y cinematográficos) así como por géneros (como ciencia ficción, drama, acción, drama) en lugar de recurrir a la generalización.

- *En varios campos científicos*

La investigación de Steinke y Paniagua (2017: 260) mostró interés en conocer las profesiones a las que se suscriben los personajes de mujeres científicas en películas estadounidenses populares presentadas entre 2002 y 2014. Los hallazgos al respecto indicaron que la mayoría de las mujeres eran representadas como biólogas, astrónomas o astronautas y pocas aparecían como ingenieras o informáticas. Estos resultados se asocian con estereotipos relacionados con los campos científicos en los que se tiene más o menos normalizada la presencia de las científicas.

- *En puestos de liderazgo*

En lo que respecta al acceso de las científicas en las narrativas de ficción, un tema es el cuestionarse si lo hacen desempeñando puestos de liderazgo o por el contrario reproduciendo una segregación vertical. En tal sentido, la investigación de Steinke y Paniagua (2017: 261) encontró que en las películas analizadas estaban más representadas como miembros iguales dentro de un equipo de investigación que como líderes de proyectos o investigadoras principales. En un sentido similar se ubica el planteamiento de McIntosh (2014: 197) al indicar que aún cuando las científicas lideran proyectos y equipos de investigación frecuentemente experimentan desafíos y despidos por parte de colegas masculinos.

Conocimientos sobre las narrativas hacia científicas en los medios de ficción

Desde una mirada más cualitativa, las investigaciones muestran que en la pantalla se ha ofrecido a las científicas una representación limitada, tanto en lo biográfico como en lo imaginario (Chambers, 2022: 483), pues sus contribuciones han pasado a un segundo plano destacando otros aspectos. En esa lógica, ellas han estado sujetas a la “aniquilación simbólica” pues se les representa de una forma insustancial (Chambers y Thompson, 2020: 1566). A continuación, se presenta conocimiento visibilizado por investigaciones académicas en torno a la forma en que las narrativas de ficción han representado a personajes femeninos dedicados a la ciencia.

- *Según los estereotipos de Eva Flicker*

Los registros académicos indican que hacia el año 2008 Flicker propuso una categorización de siete estereotipos específicos sobre mujeres científicas aplicables a películas biográficas (McIntosh, 2014: 197) (Chambers y Thompson, 2020: 1566) (Chambers, 2022: 490) (Muñoz y Jiménez, 2023: 65) (Soucy-Humphreys *et al*, 2022: 12). Dadas las recurrentes referencias a estos estereotipos y con la finalidad cumplir el objetivo del artículo de mostrar el conocimiento académico existente sobre el tema, se procede a mencionar brevemente cada uno de los estereotipos tipificados por Flicker.

(1)“La solterona” (científica centrada en la ciencia sin ningún interés amoroso o sexual), (2) la “mujer masculina” (científica que se desenvuelve en un entorno de hombres y adopta hábitos similares), (3) la “experta ingenua” (inteligente, “atractiva” e inocente, que sí realiza contribuciones a la ciencia pero sus emociones se convierten en parte de los problemas), (4) la “malvada conspiradora” (usa su inteligencia para manipular y hacer el mal), (5) la “hija/ ayudante” (subordinadas y dependientes de una figura masculina), (6) la “heroína solitaria” (moderna e independiente) y (7) la “belleza digital” (figuras femeninas características del ámbito de los videojuegos).

Es menester mencionar que el estudio de Steinke y Paniagua (2017: 261) consideró observar estereotipos que retrataban a las científicas como “locas/maníacas, geek/nerds, torpes/distraídas, solitarias/antisociales”. Al analizar a personajes femeninos de STEM en películas populares estadounidenses estrenadas entre 2002 y 2014 se descubrió una disminución en general de las representaciones que seguían estas últimas ideas y que sí se encontraban hace más de una década. De acuerdo con la investigación de Soucy-Humphreys, *et al* (2022: 15) los personajes científicos de dos series animadas desafían los estereotipos presentados por Flicker.

En términos de estereotipos, cabe mencionar el hallazgo de Hassel quien identificó que a partir de la década de 1990 comenzaba a surgir en las películas de acción la figura de la “bebé científica”. A saber, el estereotipo consiste en una científica alineada a la juventud y delgadez (apariencias hegemónicas) que se presenta como protagonista y heroína de acción y que puede parecer inocente o inexperta pero que posee un conocimiento científico avanzado y habilidades técnicas. Además, equilibra su destreza científica con una fuerte intuición para la resolución de problemáticas (Chambers, 2022: 495-496).

- *En conflicto con su vida privada*

Varios de los estereotipos mencionados anteriormente abarcan dimensiones más amplias. Una de ellas es la incompatibilidad existente entre la vida personal de las científicas (presentada como ligada a lo doméstico y a las emociones) y la laboral (presentada como ligada a

la razón). Esta situación se evidencia en las conclusiones del estudio de Chambers y Thompson (2020: 1566) y de McIntosh (2014) enfocado en estudiar personajes femeninos científicas en la serie “*The Big Bang Theory*”. De hecho, el último señala que, en las narrativas, se puede tener éxito solo en una, convirtiéndose en mutuamente excluyentes (197).

Asimismo, la investigación desarrollada por Haran *et al* (2008: 52) indicó que en películas y dramas televisivos, la idea de que la ciencia no es compatible con la vida personal resulta más problemática para las científicas dado que bajo el estereotipo de género se espera asuman las actividades de cuidado y domésticas.

- *En relación con un personaje masculino*

Algunas de las investigaciones han señalado la existencia de narrativas que giran en torno a las relaciones personales de las científicas. En esta línea se clasifica el estudio de McIntosh (2014: 197) sobre la representación de las científicas en “*The Big Bang Theory*”. Éste muestra la importancia que las relaciones románticas tienen en las científicas; en las narrativas o se enamoran y casan con personajes masculinos o son personajes solitarios que sufren por la falta de reconocimiento y romance. En estas narrativas su fracaso tiene relación con estereotipos de género que sugieren que las mujeres necesitan a un hombre para crear o confirmar sus capacidades en las actividades científicas.

También se ubica el trabajo de Chambers (2022) que analiza la representación de las mujeres científicas en películas de ficción que van desde el año 1996 hasta el 2020. Como parte de sus planteamientos indica que las narrativas suelen relacionar a los personajes científicos femeninos con sus colegas masculinos, lo que sugiere que las científicas necesitan a un hombre personal o profesionalmente (490). Por su parte, la investigación de Soucy-Humphreys *et al* (2022: 15) que examina la representación de científicas a través del humor en dos series animadas también encontró que estos personajes son definidos por sus relaciones con los personajes hombres.

En ese sentido se sugiere que “las científicas, predominantemente blancas, se incorporan en narrativas basadas en la ciencia como símbolos visuales de la igualdad de género y la diversidad en pantalla, pero sus historias a menudo giran en torno a hombres y se resuelven en el ámbito romántico/doméstico” (Chambers, 2022: 489).

- *Excepcionales y extrañas*

En la perspectiva histórica planteada por Chambers (2022: 74) se menciona que en la representación de las mujeres científicas en su carácter biográfico se les ha enmarcado en la excepcionalidad, similar a como sucede en las noticias. En tal sentido la investigadora añade que han existido seis películas biográficas producidas por Hollywood de Marie Curie (1943, 1977, 1997, 2014, 2016, 2020) lo que contribuye a enmarcarla como “la mujer de ciencia excepcional”. Esta limitación de biografías perpetúa una idea cultural que minimiza y “abrevia” las contribuciones de las mujeres científicas. De acuerdo con esto, es relevante reflexionar sobre las palabras de Chambers (2022: 495), quien menciona que “Curie es sin duda una figura significativa, sin embargo, a menudo es donde comienza y termina la conversación cuando se trata de mujeres en ciencia”.

Respecto a los parámetros de normalidad se encuentra lo encontrado por la investigación de Kitzinger *et al* (2008b: 15) quienes con base en las opiniones y experiencias de mujeres que trabajan o se están formando en ciencia sobre su representación mediática, concluyeron

que ellas deseaban ver narrativas donde las científicas se retrataran como personas rutinarias en programas y series no necesariamente centrados en ciencia.

Conclusión

Este artículo tuvo como objetivo recopilar y analizar conocimientos existentes dentro del ámbito académico sobre el acceso y los estereotipos sobre científicas presentados en las narrativas informativas y de ficción de los medios de comunicación. Tras la revisión de las 21 investigaciones académicas señaladas, es posible concluir que el conocimiento producido ha evidenciado que a lo largo del tiempo las narrativas mediáticas han promovido el estereotipo de género en la ciencia a través de distintas manifestaciones particulares, mismas que se señalaron en el apartado de resultados pero que, como se detalló, abarcan tanto dimensiones cuantitativas como cualitativas.

Las científicas aparecen menos citadas como fuentes expertas, se producen menos contenidos centrados en ellas, rara vez protagonizan las coberturas informativas o los productos de ficción, y cuando lo hacen, su representación está atravesada por atributos de género como la domesticidad, la apariencia física, el rol de madre o pareja, o una supuesta “anormalidad” frente al modelo masculino dominante en la ciencia.

Sin duda, las aportaciones producidas por las investigaciones feministas han sido valiosos elementos argumentativos para sostener cómo el acceso de las científicas a los medios ha sido limitado, selectivo y condicionado por jerarquías de género. Asimismo, permiten apreciar que los patrones representacionales que persisten tienden a reforzar visiones reduccionistas, sexualizadas o excepcionales de las científicas, lo que en términos de implicaciones, restringe la visibilidad de las científicas en productos noticiosos y de ficción y por ende, las posibilidades de identificación para otras mujeres y niñas interesadas en la actividad científica (Coronado y Navarro, 2025: 4) (Mendieta et al., 2023: i).

A través de las subcategorías presentadas en los resultados, se ha desviado el foco en las contribuciones científicas de las mujeres y, en ese sentido, se ha visto de forma empírica la “aniquilación simbólica” planteada por Tuchman (2000: 167). Las investigaciones han demostrado que varias narrativas—construidas en distintos contextos y tiempos—se han articulado a la compleja configuración de discursos difusos que sobreponen las asignaciones de género tradicionales a las aportaciones, descubrimientos y hallazgos de las mujeres en la ciencia (Harding, 1996: 54). Relegar a las científicas a la esfera privada y negarles voz en la producción de conocimiento es un elemento que no sólo se mantiene en las estructuras institucionales, sino que también se traslada a las representaciones mediáticas.

Ciertas creencias culturales sobre lo que “debe ser” una mujer influyen en la manera en que se las representa. Esto se refleja en los estudios analizados, donde las científicas son encasilladas en narrativas que exaltan su vida emocional, su físico o su rol familiar, desplazando el foco de sus logros científicos. Además, la revisión de las investigaciones permite mostrar que las producciones informativas y de ficción que reproducen los estereotipos se han convertido en narrativas fuertemente insertas en el consumo cotidiano de las sociedades aun cuando años hayan pasado de sus distribuciones.

Por consecuencia, estas narrativas se insertan en la cultura y a la producción de significados que dejan fuera a las mujeres, tal como lo señala la propia premisa de las industrias

culturales. Esto se puede constatar, por ejemplo, cuando algunos de los estudios, independientemente de situarse en ciertos contextos, analizan series o películas de alcance global. Desde esta perspectiva, los resultados revelan que las industrias culturales, lejos de impulsar el acceso paritario y en condiciones de igualdad de las científicas (Vega, 2014: 209) han tendido a reproducir su exclusión, aunque comienzan aemerger transformaciones que deben ser potenciadas.

Si bien muchas veces parece que la premisa de que los estereotipos de género en la ciencia se reproducen a través de las narrativas mediáticas ya está dada para el mundo académico, desestimar su contraste con el trabajo de análisis de forma continua resulta fundamental para no normalizar la segregación de las mujeres a la ciencia desde la esfera mediática y, en ese sentido, reconocer las transformaciones así como los aspectos puntuales de manifestación de los estereotipos sobre los que no se debe volver a caer. Es que, si bien los cambios en cuanto a la representación de las científicas en las narrativas se han registrado gracias a estas investigaciones, no es posible pensarlos como algo inamovible y desarticulado de contextos sociopolíticos e históricos.

Este artículo sostiene entonces que las aportaciones del feminismo a los estudios de comunicación tienen una fuerte raíz política e histórica. En ese sentido, la convicción político-académica se encuentra en evaluar con el paso del tiempo si los estereotipos evidenciados, en sus varias manifestaciones, se han modificado, han prevalecido o han sido superados. Sin embargo, para que desde el campo académico esto sea posible es más que necesario considerar sí a la teoría, pero también los esfuerzos en la investigación existente que han aportado a la memoria histórica y a la construcción de argumentos sólidos, lo que servirá para otras y futuras investigaciones, intervenciones y estrategias que atiendan la problemática.

Ciertamente, desarrollar una investigación que evidencie todos los aspectos aquí mencionados, incluyendo sus particularidades, resultaría demasiado ambicioso (quizá igual que lo es el objetivo de este artículo exploratorio). No obstante, el interés central no es agotar el tema, sino inspirar y respaldar futuros estudios que se sitúen en la intersección entre género, ciencia y medios, con miras a identificar campos de acción posibles y aún inexplorados.

Los hallazgos recopilados en esta revisión documental revelan aspectos que pueden orientar nuevas investigaciones y diagnósticos que busquen cuestionar la normalización de la exclusión de las mujeres científicas en las narrativas mediáticas. Uno de ellos es la necesidad de integrar enfoques que consideren la diversidad entre mujeres (edad, etapa profesional, origen étnico), así como profundizar en los distintos campos científicos. Por ejemplo, la representación de las científicas sociales sigue siendo escasamente abordada. También, conviene examinar críticamente el uso del término “STEM”, que puede ser metodológicamente ambiguo y opacar las diferencias entre disciplinas.

Asimismo, resulta relevante destacar la urgencia de ampliar los estudios en contextos del sur global, como Latinoamérica, ya que gran parte de los documentos revisados fueron elaborados en países como Estados Unidos y Reino Unido. Por último, esta revisión también pone en relieve la importancia de atender las especificidades de los distintos géneros narrativos (televisor, cinematográfico y periodístico) al estudiar cómo se configuran los estereotipos de género.

A pesar de que esta revisión documental se centra en investigaciones feministas sobre narrativas mediáticas que representan a científicas, algunos estudios también exploran, a manera de combinación, otras formas simbólicas mediadas como lo son los procesos de construc-

ción de dichas narrativas o los que involucran a los públicos consumidores de las mismas. Esta observación arroja luz para generar investigaciones documentales centradas en los descubrimientos que se han producido en estas dimensiones, así como a profundizar en el desarrollo de investigaciones que se enfoquen directamente en alguna de las mismas.

De igual manera, una línea pendiente relevante es examinar cómo los contenidos de plataformas de *streaming* continúan o desafían los patrones de estereotipos presentados en esta revisión dadas las diferencias que tienen en sus lógicas de producción, distribución y consumo. Uno de los fines de esta investigación exploratoria es incentivar el conocimiento científico de la línea género, ciencia y medios con las complejidades que abarca. En tal sentido, se muestra que ya existen avances, pero aún queda mucho por hacer. Sin embargo, los resultados que aquí se presentan podrían funcionar como un punto de inicio.

Para concluir, es importante enfatizar que el potencial político de este trabajo reside en su capacidad para contribuir a la diversidad e inclusión de las narrativas, al visibilizar cómo los medios han configurado los límites de lo posible en la ciencia. Llama también a cuestionar críticamente los marcos simbólicos que determinan quién merece ser visible, reconocida o creíble como científica. El conocimiento aquí recuperado y organizado se propone como una herramienta crítica, útil y transformadora para el trabajo pedagógico, periodístico y académico. Apunta a la reflexión y a la acción en favor de representaciones más justas, complejas y plurales sobre las mujeres en la ciencia.

Referencias bibliográficas

- Aladro, E. *et al.* (2014). La presencia y representación de la mujer científica en la prensa española. *Revista Latina de Comunicación Social*. (69), 176-194. ISSN-e 1138-5820.
- Amorós, C. (2001). *Feminismo, Igualdad y Diferencia*. PUEG UNAM. ISBN 968-36-4001-X.
- Bartra, E. (2012). Acerca de la investigación y la metodología feminista. En N. Blazquez, F. Flores, y M. Ríos (Eds.), *Investigación feminista: epistemología, metodología y representaciones sociales* (pp. 67-78). CEIICH UNAM. ISBN 978-607-02-1286-4.
- Blazquez, N. (2011). *El retorno de las brujas: incorporación, aportaciones y críticas de las mujeres a la ciencia*. CEIICH UNAM. ISBN 978-970-32-5246-6.
- Bustamante, E. (2009). De las industrias culturales al entretenimiento. La creatividad, la innovación... Viejos y nuevos sueños para la investigación de la cultura. *Diálogos de la Comunicación. Revista Académica de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social*, (38), 1-25.
- Bustos, O. (2016). Medios de comunicación, estereotipos de género, políticas públicas y formación de audiencias críticas. En M. Castañeda (Coord.), *Perspectivas feministas para fortalecer los liderazgos de las mujeres jóvenes* (pp. 375-409). CEIICH UNAM. ISBN 978-607-02-4420-9.
- Calles, J. (1999). Recepción, cultura política y democracia. *Comunicación y sociedad*, (36), 47-69.
- Chambers, A. (2022) Representing Women in STEM Science-Based in Film and Television. En *The Palgrave Handbook of Women and Science since 1660* (pp. 483-501). Palgrave. ISBN 978-3-030-78972-5. https://doi.org/10.1007/978-3-030-78973-2_23

- Chambers, A. y Thompson, S. (2020). Women, Science and the Media. En K. Ross (Eds.), *The International Encyclopedia of Gender, Media, and Communication* (1562-1569). Blackwell. <https://doi.org/10.1002/9781119429128.iegmc304>.
- Chimba, M. y Kitzinger, J. (2010). Bimbo or boffin? Women in science: An analysis of media representations and how female scientists negotiate cultural contradictions. *Public Understanding of Science*, (19), 609-624. <https://doi.org/10.1177/0963662508098580>.
- Coronado, C. y Navarro, C. (2025). Mujeres que inspiran: Liderazgo femenino en la ciencia y la tecnología en España. *European Public & Social Innovation Review*, (10), 01-23. <https://doi.org/10.31637/epsir-2025-2012>.
- Corsbie-Massay, C. y Wheatly, M. (2022). The role of media professionals in perpetuating and disrupting stereotypes of women in Science, Technology, Engineering and Math (STEM) fields. *Frontiers in Communication*, 7 (1027502), 1-18. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2022.1027502>.
- Eizmendi, M. (2023). Factores y rutinas profesionales que influyen en la visibilidad de las mujeres científicas en los medios digitales. *Feminismo/s*, 42, 189–220. <https://doi.org/10.14198/fem.2023.42.07>.
- Eizmendi, M. y Peña, S. (2022) Gender Stereotypes Make Women Invisible: The Presence of Female Scientists in the Media. *Social Sciences*. 12 (30), 1-13. <https://doi.org/10.3390/socsci12010030>.
- Fernández, L. (2012). Género y ciencia: entre la tradición y la transgresión. En N. Blazquez, F. Flores, y M. Ríos (Eds.), *Investigación feminista: epistemología, metodología y representaciones sociales* (2a ed.) (pp. 79-111). CEIICH UNAM. ISBN 978-607-02-1286-4.
- Fraser, N. y Ruiz, T. (1993). Repensar el ámbito público: una contribución a la crítica de la democracia realmente existente. *Debate Feminista*, 7, 23-58. <https://doi.org/10.22201/cieg.2594066xe.1993.7.1640>.
- Freedman, G., et al. (2022). “She made a mean beef stroganoff”: Gendered portrayals of women in STEM in newspaper articles and their effects. *Communication Monographs*, 91 (2), 262-282. <https://doi.org/10.1080/03637751.2023.2285989>.
- González, L. (2019). Democracia, esfera pública y medios de comunicación. *Vivat Academia*, (149), 25-44.
- Griffin, C. (2009). Feminist communication theories. En S. Littlejohn y K. Foss (Eds.), *Encyclopedia of Communication Theory*. (pp.390-394). University of New Mexico.
- Haran, J., et al. (2008). *Screening Women in SET: How Women in Science, Engineering and Technology Are Represented in Films and on Television*, Resource Centre for Women in Science, Engineering and Technology (UKRC) and Cardiff University. ISBN: 978-1-905831-18-0.
- Harding, S. (1996). *Ciencia y feminismo*. Ediciones Morata. ISBN 978-84-7112-414-2.
- Husu, L. y Tainio, L. (2016). Representations of Women Researchers in Finnish Print Media: Top Researchers, Multi-Talents and Experts. *Investigaciones Feministas*, 7 (2), 203-224. <https://doi.org/10.5209/INFE.53796>.
- Jiménez, M. (2020). Posibilidades de la investigación documental para el análisis interseccional.

- nal de las políticas de igualdad. *Investigaciones Feministas*, 11 (2), 319-331. <https://doi.org/10.5209/infe.66080>.
- Kitzinger, J., et al. (2008a). *Gender, stereotypes and expertise in the press: how newspapers represent female and male scientists*, UKRC and Cardiff University. ISBN: 978-1-905831-17-3.
- Kitzinger, J., et al. (2008b). *Role Models in the Media: An Exploration of the Views and Experiences of Women in Science, Engineering and Technology*. UK Resource Centre for Women in Science, Engineering and Technology (UKRC) and Cardiff University. ISBN: 978-1-905831-16-6.
- LaFollette, M. (1988). Eyes on the Stars: Images of Women Scientists in Popular Magazines. *Science, Technology, & Human Values*, 13 (3-4), 262-275. <https://doi.org/10.1177/016224398801303-407>.
- Lagarde, M. (2006). *Los cautiverios de las mujeres: madresposas, monjas, putas, presas y locas* (4ta ed.). Dirección General de Estudios de Posgrado, CEIICH, PUEG UNAM. ISBN 968-36-9073-4.
- Lamas, M. (2013a). Usos, dificultades y posibilidades de la categoría “género”. En M. Lamas (Coord), *El género. La construcción cultural de la diferencia sexual* (pp.327-365). PUEG UNAM. ISBN 968-842-572-9.
- Lamas, M. (2013b). La antropología feminista y la categoría “genero”. En M. Lamas (Coord.), *El género. La construcción cultural de la diferencia sexual* (pp. 97-127). PUEG UNAM. ISBN 968-842-572-9.
- McIntosh, H. (2014). Representations of Female Scientists in The Big Bang Theory. *Journal of Popular Film and Television*, 42 (4), 195-204. <https://doi.org/10.1080/01956051.2014.896779>.
- McLuskie, E. (2009). Power and Power Relations. En S, Littlejohn y K, Foss (Coords.), *Encyclopedia of Communication Theory* (pp. 783-786). University of New Mexico.
- Mena, M. (2018). Mujeres científicas en la prensa. Análisis de reportajes de ciencia en diarios de España, México y Costa Rica. *Posgrado y Sociedad*, 16 (1), 2-15. <https://doi.org/10.22458/rpys.v16i1.2095>.
- Mendieta, A., et al. (2023). Mujeres investigadoras: redes, sororidad, visibilidad y divulgación. *Revista de Investigaciones Feministas*, 14 (1), i-ii. <https://doi.org/10.5209/infe.99180>.
- Muñoz, A. y Jiménez, J. (2023). Ciencia en femenino. La construcción del rol de la mujer científica en el discurso cinematográfico. *Fotocinema. Revista científica de cine y fotografía*, (27), 57-85. <https://doi.org/10.24310/Fotocinema.2023.vi27.16527>.
- Olmedo, R. y García, C. (2020). Industrias ¿culturales o creativas? Una caracterización desde la Economía Política de la Comunicación. *Anuario De Investigación De La Comunicación CONEICC*, (XXVII), 13-123.
- ONU Mujeres. (2020). *Las mujeres en ciencias, tecnología, ingeniería y matemáticas en América Latina y el Caribe*, ONU.
- Padilla, G. y Semova, D. (2014). Pensar y comunicar la ciencia en femenino. Notoriedad de las mujeres científicas en Internet. *aDResearch: Revista Internacional de Investigación en Comunicación*, (10), 74-89. <https://doi.org/10.7263/adresic-010-04>.

- Rincón, O. (2006). *Narrativas mediáticas. O cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento*. Gedisa Editorial. ISBN 84-9784-137-9.
- Soucy-Humphreys, J., et al. (2022). Challenging the stereotype through humor? Comic female scientists in animated TV series for young audiences. *Frontiers in Communication*, 7 (1024602), 1-22. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2022.1024602>.
- Steinke, J. (1999). Women Scientist Role Models on Screen: A Case Study of Contact. *Science Communication*, 21 (2), 111-136. <https://doi.org/10.1177/1075547099021002002>.
- Steinke, J. y Paniagua, M. (2017). Cultural Representations of Gender and STEM: Portrayals of Female STEM Characters in Popular Films 2002–2014. *International Journal of Gender, Science and Technology*, 9 (3), 244-276. <https://genderandset.open.ac.uk/index.php/genderandset/article/view/514>.
- Tuchman, G. (2000). The Symbolic Annihilation of Women by the Mass Media. En L. Crothers y C. Lockhart (Coords.), *Culture and Politics*. Estados Unidos (pp.150-174). Palgrave.
- UNESCO. (2019). *Descifrar el código: la educación de las niñas y las mujeres en ciencias, tecnología, ingeniería y matemáticas*. UNESCO. ISBN 978-92-3-300107-7.
- Vega, A. (2014). Igualdad de género, poder y comunicación: las mujeres en la propiedad, dirección y puestos de toma de decisión. *La ventana. Revista de estudios de género*, 40 (5), 186-212.
- Yang Li, Z. y Chen, L. (2024). From trivial to professional: changes in Chinese media images of female scientists. *Feminist Media Studies*. 1–19. <https://doi.org/10.1080/14680777.2024.2338415>.



Masculinidad hegemónica y violencia de pareja en Zaragoza: prácticas sociales y narrativas legitimadoras.

Hegemonic Masculinity and Intimate Partner Violence in Zaragoza: Social Practices and Legitimizing Narratives

Víctor Hugo Pérez Gallo

<https://orcid.org/0000-0003-1452-2531>.

victorhugo.perez@unizar.es / solovictorhache@gmail.com

Universidad de Zaragoza, Zaragoza, España

Recibido: 07/01/2025

Aceptado: 23/06/2025

Resumen: El objetivo principal de esta investigación fue determinar las narrativas masculinas hegemónicas legitimadoras de las prácticas sociales de violencia en el contexto de Zaragoza. Para ello, se introdujeron las teorías sobre las masculinidades y su relación con las narrativas de la violencia contra la mujer en la pareja. Se realizaron entrevistas en profundidad, grupos focales y observación participante para identificar los discursos y narrativas que empleaban para justificar sus prácticas sociales de violencia de pareja.

Los principales resultados mostraron que los hombres recurrián a discursos asociados a la masculinidad hegemónica para legitimar las prácticas sociales de control de la pareja, el derecho a corregirla o violentarla física o simbólicamente. Sus discursos presentaban la violencia de pareja como legítima y normalizada cultural y socialmente. El estudio aportó una visión más completa sobre cómo la violencia de género está anclada a la solidaridad masculina, las prácticas sociales masculinas y las dinámicas de poder asociadas a conceptos como la masculinidad dominante.

Concluimos explicando la articulación entre las prácticas discursiva de masculinidades hegemónicas y la reproducción cultural de la desigualdad y la violencia de género de parejas en Zaragoza.

Palabras clave: cultura del privilegio masculino, discursos masculinos, hegemonía masculina, fenomenología social, violencia simbólica.

Abstract: The main objective of this research was to determine the hegemonic masculine narratives that legitimize social practices of violence in the context of Zaragoza. To this end, theories about masculinities and their relationship with narratives of intimate partner violence against women were introduced. In-depth interviews, focus groups, and participant observation were carried out to identify the discourses

and narratives they used to justify their social practices of partner violence.

The main results showed that men resorted to discourses associated with hegemonic masculinity to legitimize social practices of controlling their partner, the right to correct or violently, physically or symbolically, assault her. Their discourses presented intimate partner violence as legitimate and culturally and socially normalized. The study provided a more comprehensive view of how gender-based violence is rooted in male solidarity, male social practices, and power dynamics associated with concepts such as dominant masculinity.

We conclude by explaining the articulation between the discursive practices of hegemonic masculinities and the cultural reproduction of inequality and gender-based violence in couples in Zaragoza.

Keywords: culture of male privilege, masculine discourses, hegemonic masculinity, social phenomenology, symbolic violence.

1. Una necesaria introducción al tema de las masculinidades.

La incorporación de las teorías contemporáneas sobre masculinidades ha supuesto un giro radical en la comprensión de la violencia de género en el ámbito de la pareja. Este enfoque no sólo interpela los presupuestos funcionalistas que reducen el fenómeno a desviaciones individuales o trastornos psicológicos, sino que también obliga a repensar el género como una categoría relacional, encarnada y performativa (Butler, 2004), en la que las masculinidades ocupan un lugar estructurante.

Como han señalado Flood (2019) y Kimmel (2017), así como investigaciones recientes (e.g., Cerdán-Torregrosa et al., 2025), las masculinidades no son una esencia biológica, sino **construcciones sociales situadas**¹ que se forjan históricamente a través de oposiciones con lo femenino y mecanismos de inclusión-exclusión simbólica. En su forma hegemónica, estas masculinidades legitiman el poder, la dominación y la violencia, operando como guiones performativos que algunos hombres despliegan para reafirmar su autoridad en contextos donde la masculinidad tradicional se ve interpelada por cambios culturales.

Recientes estudios en España confirman esta tendencia: las masculinidades dominantes siguen incidiendo en los comportamientos individuales y grupales, pero se articulan también con la emergencia de discursos más igualitarios que, a pesar de su aparente ruptura, no siempre desmontan la estructura subyacente de privilegio (Cerdán-Torregrosa et al., 2025). En este marco, la violencia de pareja funciona como práctica performativa que se enmarca en la narración masculina de autoridad y control, impulsada tanto por la persistencia de mandatos tradicionales como por nuevas narrativas que buscan legitimar su ejercicio bajo discursos más sutiles, emocionalmente elaborados y adaptativos (Flood, 2019; Kimmel, 2017; Cerdán-Torregrosa et al., 2025).

Una investigación previa (Pérez Gallo, V. H., & Santos Vieira, Z. , 2022) ha demostrado que, en Zaragoza, los hombres socializados bajo modelos hegemónicos de masculinidad adoptan roles dramatúrgicos que refuerzan sus vínculos grupales y legitiman formas sutiles y explícitas de violencia simbólica. En efecto, la masculinidad se convierte en una performance pública, donde el “honor viril” se negocia en escenarios íntimos y sociales mediante estrategias de dominación, silenciamiento y resistencia (Connell & Messerschmidt, 2005).

Siguiendo la línea teórica de Erving Goffman (2009/1959) aplicada al análisis de género (Pérez Gallo, 2015), estas formas de violencia pueden entenderse como rituales cotidianos de reafirmación del self masculino, donde la pareja femenina se convierte en espacio de control y de disputa simbólica. Esta perspectiva ha sido extendida en nuestros estudios anteriores tanto en ámbitos rurales en América Latina (Pérez Gallo, 2011; 2017), como en entornos urbanos españoles, donde se observa cómo la hegemonía masculina se reproduce no solo en las instituciones, sino también en los cuerpos, los silencios y los pactos tácitos de los varones.

La literatura reciente insiste también en que no todos los hombres ejercen violencia, pero todos se ven atravesados por un sistema que premia la conformidad con los valores hegemónicos (Flood, 2021). Este sistema se sostiene mediante lo que Connell denominó la “complicidad estructural” de los varones no violentos, que reproducen pasivamente los privilegios del patriarcado sin confrontar sus mecanismos de exclusión y daño.

Desde esta óptica, la violencia de pareja no debe ser leída como un hecho puntual o patológico, sino como una manifestación extrema de un modelo de género estructuralmente desigual. Este modelo se articula mediante lo que Bourdieu (2000) llamó “violencia simbólica”,

¹ De ahora en adelante todas las negritas son nuestras.

naturalizada a través de marcos culturales, discursos, prácticas escolares y rutinas domésticas, donde el dominio masculino se presenta como legítimo, deseable o inevitable.

En investigaciones como la de Pérez Gallo & Espronceda (2017), se ha demostrado que la construcción del *habitus* masculino comienza en la infancia mediante rituales de homosocialización en espacios escolarizados y familiares, donde los niños aprenden a representar la masculinidad como poder, control y contención emocional. Así, desde edades tempranas, se forman las bases para justificar y ejercer violencia como mecanismo de afirmación identitaria.

Este trabajo no se limita a incorporar la perspectiva de género desde la crítica feminista tradicional, sino que propone la construcción de un marco teórico situado, en diálogo con las epistemologías del Sur, los enfoques dramatúrgicos de la acción social y la microsociología relacional. Tal planteamiento exige superar las interpretaciones que presentan a las mujeres exclusivamente como víctimas y a los hombres como agentes esencializados del daño, promoviendo en su lugar una comprensión más compleja y transformadora de las relaciones de género. Así, se reconoce en los varones no solo una posición de poder estructural, sino también una potencialidad crítica cuando se cuestionan los dispositivos simbólicos que sostienen la hegemonía masculina.

Esta perspectiva se vuelve especialmente pertinente cuando se observa la persistencia de la violencia de género en contextos locales como el de Aragón. De acuerdo con datos del Gobierno de Aragón y el Instituto Aragonés de la Mujer (IAM, 2024), en el año 2024 se registraron 1.056 denuncias por violencia de género, lo que representa una ligera disminución del 2,3% respecto al año anterior. No obstante, se lamentó una víctima mortal como resultado de violencia machista. Estos datos, aunque parciales, dan cuenta de un fenómeno estructural que no puede abordarse solo desde la intervención institucional reactiva, sino que exige la transformación cultural de los marcos simbólicos que legitiman —o banalizan— la violencia en las relaciones afectivas. Precisamente aquí se sitúa la pertinencia del enfoque teórico propuesto.

Específicamente en la ciudad de Zaragoza según la información disponible en el Ayuntamiento de Zaragoza (2023) y la Delegación del Gobierno contra la Violencia de Género en Aragón (2023), la situación era la siguiente

- En 2023 se registraron un total de 307 denuncias por violencia de género en Zaragoza, lo que suponía aproximadamente el 30% del total de la comunidad autónoma de Aragón (Ayuntamiento de Zaragoza, 2023).
- La Macroencuesta sobre Violencia contra la Mujer realizada en 2021 apuntaba que en la ciudad de Zaragoza alrededor del 30,5% de mujeres españolas mayores de 16 años habían sufrido algún incidente violento a manos de hombres a lo largo de su vida (Delegación del Gobierno, 2023).
- Se requería un fortalecimiento de los servicios municipales de atención y protección a víctimas, así como un incremento de las campañas de sensibilización (Ayuntamiento de Zaragoza, 2023).

Es interesante los datos que nos proporciona el poder judicial. Cito:

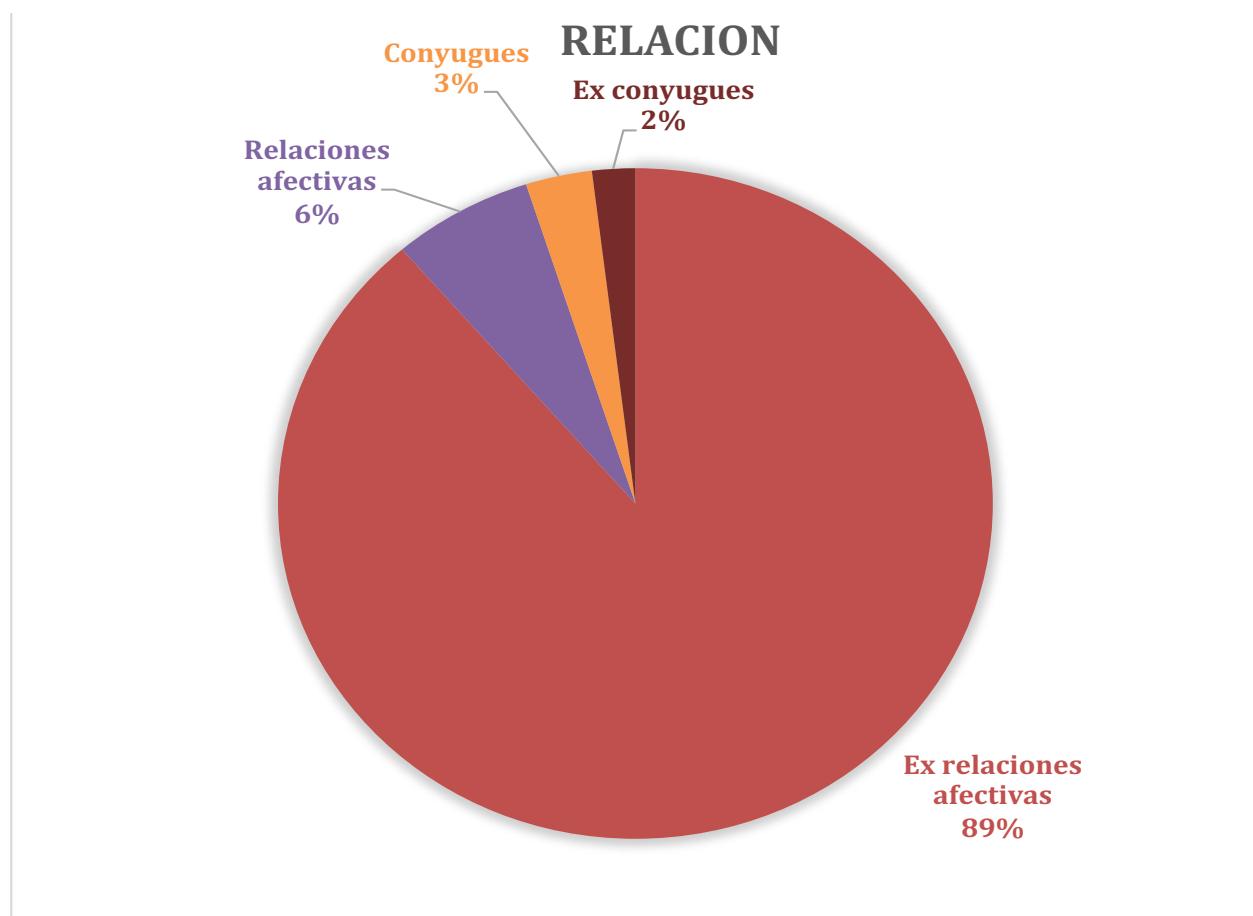
El pasado año, 4.943 mujeres en nuestra comunidad fueron víctimas de violencia de género, lo que supone un 21,5% más de casos que en 2022. Este dato coloca a Aragón entre las tres comunidades españolas con mayor porcentaje en comparación con la media nacional situada en el 10,3%. Solo Extremadura con un 30,7% y Navarra con un 12,1% superan a Aragón. Del total de mujeres víctimas de violencia de género en Aragón el 23,4% eran españolas y el 19% extranjeras.

Aumenta también el número de víctimas españolas menores de edad en un 29,4% y en el de las víctimas extrajeras menores de edad disminuye en un 14,3% (Comunicación Poder Judicial: 2024, pág. 4)

Y en cuanto a la relación entre víctima y victimario (ver Gráfico 1):

En cuanto a la relación entre víctima y acusado, los datos ponen de manifiesto que el mayor número de agresiones, el 41,94%, se produjeron en ex relaciones afectivas, en el 32,45% de los casos dentro de una relación afectiva, en un 15,31% entre cónyuges y en un 9,92% entre excónyuges (Ibidem)

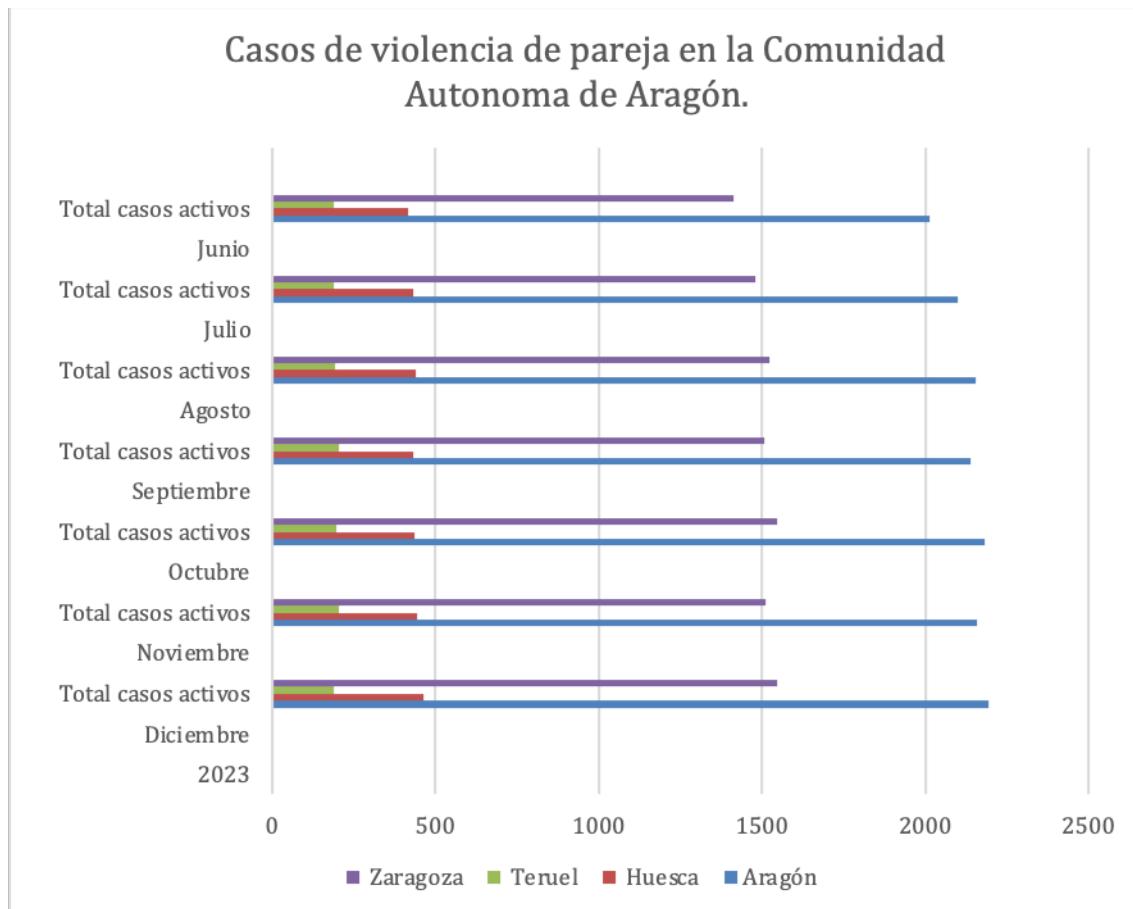
Gráfico 1: Distribución de porcientos de las víctimas de violencia de pareja según el tipo de relación.



Fuente: Elaboración propia con los datos de Comunicación Poder Judicial (2024)

Las estadísticas nos muestran que, en la capital de la comunidad autónoma de Aragón, Zaragoza, es donde ocurren más casos de violencia de pareja (ver gráfico 2).

Gráfico 2: Evolución mensual de los Casos de violencia de pareja en la comunidad autónoma de Aragón.



Fuente: Elaboración propia. A partir de los datos estadísticos de Violencia de Género del Ministerio de Igualdad, 2024.

1.1 Narrativas legitimadoras: definición conceptual y alcances analíticos.

En el marco de esta investigación, entendemos por narrativas legitimadoras aquellos marcos discursivos y simbólicos que permiten justificar, normalizar o invisibilizar prácticas de violencia dentro de las relaciones de pareja, especialmente cuando estas son ejercidas por varones socializados en modelos de masculinidad hegemónica. Estas narrativas operan como sistemas culturales de sentido que no solo expresan creencias, sino que cumplen una función de validación moral, afectiva y social de conductas que, en otros contextos, serían percibidas como injustificables o ilícitas.

Inspirándonos en la noción de ideología en la vida cotidiana de John B. Thompson (1990), estas narrativas deben ser analizadas como dispositivos simbólicos que sostienen relaciones de poder mediante estrategias de naturalización, universalización y ocultamiento. No se trata, por tanto, de simples opiniones individuales, sino de construcciones culturales que circulan en los discursos cotidianos, en los medios, en el humor, en las prácticas educativas y en las dinámicas de socialización masculina. A través de ellas, se configura un “sentido común” (Gramsci, 2011/1975) que dota de legitimidad a determinadas formas de control, celos, imposición

emocional o coerción afectiva, que son percibidas no como violencia, sino como expresiones “normales” de la relación de pareja.

Desde el enfoque microsociológico, estas narrativas se encarnan en interacciones concretas, performativas, que estructuran la presentación del self masculino (Goffman, (2009/1959). Así, los hombres construyen relatos donde minimizan sus actos (“no fue para tanto”), los justifican (“me provocó”) o los niegan (“eso no es violencia”). Estas formas narrativas no son triviales: cumplen una función estructural al permitir que el sujeto preserve su identidad moral dentro del grupo de pares y, simultáneamente, legitime ante sí mismo la reproducción de su rol dominante. En investigaciones previas sobre masculinidades desarrolladas en contextos latinoamericanos, se ha demostrado que los varones adoptan “roles dramatúrgicos” para sostener la hegemonía masculina en la interacción cotidiana, reproduciendo estatus de poder mediante gestos, silencios, rutinas y discursos legitimadores de su dominio (Pérez Gallo, 2015, 2017, 2022).

En perspectiva foucaultiana, las narrativas legitimadoras pueden entenderse como dispositivos discursivos que articulan saber y poder (Foucault, 1976), y que se inscriben en una racionalidad patriarcal que opera tanto a nivel estructural como micropolítico. Judith Butler (2004), al abordar el carácter performativo del género, subraya cómo el poder no solo se ejerce, sino que se reitera en actos y discursos que “naturalizan” las jerarquías de género. De este modo, las narrativas legitimadoras no solo reflejan la hegemonía masculina, sino que la constituyen y la reproducen simbólicamente, incluso en el lenguaje coloquial.

Finalmente, en diálogo con Connell y Messerschmidt (2005), podemos afirmar que estas narrativas son instrumentos clave en la construcción de la complicidad estructural con la masculinidad hegemónica. Incluso los varones no violentos pueden participar de estas narrativas cuando las reproducen sin cuestionarlas, cuando las trivializan, o cuando desestiman los testimonios femeninos. Por ello, su estudio no solo tiene un valor explicativo, sino también transformador: visibilizarlas es el primer paso para desactivarlas.

La necesidad de conceptualizar rigurosamente las narrativas legitimadoras adquiere mayor relevancia a la luz de los datos empíricos disponibles. Según el Instituto Nacional de Estadística (INE, 2024), Aragón registró un total de 1.056 denuncias por violencia de género durante el año 2024. Aunque esta cifra representa una leve disminución respecto al año anterior, el problema se mantiene estructural y sostenido en el tiempo. A esto se suma el dato más dramático: una mujer fue asesinada en el contexto de violencia machista. Esta realidad empírica no solo refuerza la urgencia del estudio, sino que subraya la necesidad de indagar en las formas simbólicas que permiten que tales prácticas persistan, incluso en sociedades que han avanzado formalmente en materia de igualdad de género.

A partir de esta realidad, se plantea el siguiente problema de investigación:

¿De qué manera las narrativas masculinas hegemónicas legitiman las prácticas sociales de violencia de pareja en Zaragoza?

Desde este enfoque, se propone la siguiente hipótesis:

Las narrativas masculinas hegemónicas en Zaragoza contribuyen a legitimar y normalizar prácticas sociales de violencia de género en las relaciones de pareja, operando como marcos simbólicos que justifican el control, la dominación y el silenciamiento de la mujer.

Objetivo general:

- Identificar y analizar las narrativas masculinas hegemónicas que legitiman prácticas sociales de violencia de pareja en contextos urbanos de Zaragoza.

Objetivos específicos:

1. Analizar los recursos discursivos mediante los cuales varones heterosexuales residentes en Zaragoza justifican, minimizan o normalizan conductas de control, dominación o agresión en sus relaciones de pareja.
 - o ¿Qué expresiones, argumentos o marcos justificativos utilizan los varones entrevistados para explicar sus prácticas dentro de la pareja?
 - o ¿Cómo se presentan a sí mismos en estos relatos: como víctimas, como racionales, como incomprendidos, como protectores?
2. Identificar los escenarios sociales (familiares, laborales, recreativos) donde se producen, reproducen y transmiten dichas narrativas, con especial atención a los espacios de homosociabilidad masculina.
 - o ¿En qué contextos relationales o físicos aparecen reforzadas las narrativas hegemónicas?
 - o ¿Qué papel juegan los grupos de pares, el espacio doméstico o los entornos de ocio masculino en la consolidación de estas formas discursivas?
3. Caracterizar las prácticas sociales concretas asociadas a la violencia de pareja —como el silenciamiento emocional, la delegación de tareas, el aislamiento o la deslegitimación simbólica— en relación con los discursos hegemónicos detectados.
 - o ¿Qué acciones cotidianas mencionan los participantes que puedan considerarse formas normalizadas de control o violencia simbólica?
 - o ¿Cómo vinculan esas prácticas con su forma de entender la masculinidad o su rol dentro de la pareja?
4. Explorar cómo estas narrativas se articulan con marcos simbólicos locales de género, especialmente aquellos vinculados a identidades de clase trabajadora, imaginarios tradicionales de virilidad y representaciones culturales dominantes en Zaragoza.
 - o ¿Qué elementos culturales locales (lenguaje, referentes, valores) intervienen en la producción de estas narrativas?
 - o ¿Cómo influye el contexto barrial, socioeconómico y generacional en la forma en que se representan y legitiman estas masculinidades?
5. Evaluar la presencia de contradicciones o tensiones internas en los discursos masculinos, detectando posibles elementos de hibridez, ambivalencia o resistencia al modelo hegemónico.

- o ¿Qué contradicciones emergen en los relatos entre lo que los varones dicen defender y lo que hacen en la práctica?
- o ¿Aparecen discursos alternativos o ambivalentes que puedan ser indicio de transformación simbólica o resistencia?

2. La metodología usada: una etnografía crítica de las prácticas sociales de la masculinidad hegémónica.

La metodología utilizada en nuestro estudio fue una etnografía crítica de las prácticas sociales de violencia de género aplicadas por hombres pertenecientes a la masculinidad hegémónica a sus parejas.

A su vez, al observar en profundidad dinámicas concretas, esta metodología pone en evidencia cómo ciertas prácticas "reproducen y reifican conceptos culturales" (Yancy, 2008, p. 7). Así, la etnografía crítica revela de manera iluminadora la "dialéctica recursiva" (Collins, 2000, p. 27) entre discursos legitimadores y acciones que buscan perpetuar determinados órdenes sociales injustos. De este modo, aporta elementos valiosos para la comprensión integral del vínculo entre narrativas masculinas y las prácticas sociales de violencia.

2.1 Diseño metodológico y técnicas aplicadas para el estudio de las narrativas legitimadoras.

La presente investigación se desarrolla bajo un **enfoque cualitativo**, orientado por la lógica de la *triangulación metodológica y teórica* (Denzin, 2012), con el propósito de captar en profundidad los significados, discursos, prácticas y contextos que configuran las *narrativas legitimadoras* de la violencia dentro de las masculinidades hegémónicas. Esta estrategia metodológica permitió abordar el objeto de estudio desde distintas dimensiones: individual, grupal y contextual.

2.1.1 Construcción de guías de entrevista y discusión.

Las guías de entrevista en profundidad y de grupo de discusión focalizado fueron diseñadas a partir de una matriz teórica construida con base en tres referentes principales:

1. El enfoque de masculinidades hegémónicas (Connell & Messerschmidt, 2005),
2. El marco dramatúrgico de la interacción simbólica (Goffman, (2009/1959); Pérez Gallo, 2015).
3. El concepto de violencia simbólica (Bourdieu, 2000).

El proceso de elaboración de las guías implicó una primera fase de lectura y codificación de estudios previos, seguida de una serie de pruebas piloto realizadas con informantes clave, lo que permitió ajustar el lenguaje y el orden de las preguntas para favorecer un relato denso y espontáneo. En las entrevistas se priorizaron preguntas abiertas, del tipo: "¿Qué significa para ti ser un hombre hoy?", "¿Cómo aprendiste a relacionarte con tus parejas?", "¿Qué conductas crees que se esperan de un hombre en tu entorno?"

En los grupos focales, se introdujeron disparadores narrativos y dilemas morales para provocar el debate y observar dinámicas de negociación simbólica entre los participantes: por ejemplo, situaciones hipotéticas de celos, control emocional o autoridad en la pareja.

2.1.2 Técnicas de recogida de datos.

Se aplicaron tres técnicas principales, que permitieron captar distintas formas de manifestación y legitimación de la masculinidad:

- 1. Entrevistas en profundidad:** permitieron explorar cómo los varones conceptualizan su rol de género, identifican prácticas clave en la construcción de su masculinidad, y justifican —o relativizan— actos de control o violencia simbólica dentro de la pareja. La riqueza de las narrativas individuales ofreció material para analizar contradicciones, resistencias y continuidades discursivas.
- 2. Grupos de discusión focalizados:** facilitaron la observación de convergencias y divergencias en los discursos entre pares, visibilizando prácticas sociales consideradas necesarias para “ser hombre”, como la capacidad de proveer, el control emocional o el ejercicio de autoridad en el ámbito doméstico. Estas sesiones también revelaron las estrategias de validación masculina entre iguales.
- 3. Observación participante:** se integró como técnica complementaria con el fin de **register interacciones no mediadas** en entornos naturales donde los varones socializan, refuerzan identidades de género y reproducen códigos normativos sin la mediación de dispositivos formales. Se llevaron a cabo 12 sesiones de observación distribuida (de entre 60 y 90 minutos cada una) en espacios recreativos y laborales frecuentados por hombres: tres bares de barrio, dos gimnasios, un campo de fútbol aficionado y una cooperativa de trabajo masculino. La elección de estos escenarios respondió a tres criterios: 1) accesibilidad y consentimiento tácito o explícito para la observación; 2) presencia regular de varones de las franjas etarias del estudio; y 3) densidad discursiva y performativa observada en sesiones preliminares.

Esta triangulación metodológica (entre entrevistas, grupos y observación) permitió contrastar los relatos autorreferenciales con las prácticas sociales observadas, dando lugar a una comprensión más densa y situada de las narrativas legitimadoras y su inscripción en contextos reales de interacción (Pérez Gallo, 2025)

2.1.3 Estrategia de análisis.

El corpus obtenido fue procesado a través de una codificación temática (Braun & Clarke, 2006), orientada a la identificación de patrones semánticos y narrativos en torno a tres ejes centrales:

1. Conceptualizaciones del “ser hombre”.
2. Prácticas de afirmación identitaria.
3. Justificaciones simbólicas de comportamientos violentos o de control.

Complementariamente, se aplicó un análisis del discurso con enfoque sociocrítico (Van Dijk, 2003), para examinar cómo los participantes construyen y reproducen estructuras de po-

der a través del lenguaje, y de qué manera las narrativas se insertan en matrices ideológicas más amplias sobre género, autoridad y normalidad.

La articulación entre ambas estrategias analíticas —codificación temática y análisis del discurso— permitió captar tanto los contenidos explícitos como los implícitos, revelando cómo se configuran las *narrativas legitimadoras* de la violencia dentro del entramado de la masculinidad hegémónica.

La triangulación permitió un abordaje del fenómeno desde diferentes ángulos, mediante la combinación de la etnografía crítica de las prácticas sociales, la observación participante y las entrevistas en profundidad. Este enfoque comprensivo, basado en la triangulación, posibilitó un análisis en profundidad de las prácticas cotidianas ligadas a las construcciones culturales de género y sus implicaciones en la reproducción simbólica de la violencia (Pérez Gallo, 2025). Permite entender el problema como un fenómeno social y cultural complejo, anclado en significados diversos sobre lo masculino y lo femenino.

2.2 Participantes y criterios de inclusión: alcance y limitaciones.

El grupo de participantes para el presente estudio cualitativo estuvo formado por 50 hombres adultos residentes en los barrios de Torrero, Valdespartera y Delicias, ubicados en el casco urbano de la ciudad de Zaragoza. Se trató de una muestra intencionada, diseñada con criterios de diversidad interna dentro del universo masculino urbano, focalizando en sectores populares con alta densidad demográfica y problemáticas sociales vinculadas a la precariedad laboral y la conflictividad relacional.

En cuanto a sus características sociodemográficas, las edades de los participantes oscilaron entre los 20 y los 70 años, abarcando así distintas etapas del ciclo vital, lo que enriqueció el análisis al permitir observar cómo se construyen y legitiman las narrativas de masculinidad a lo largo del tiempo. Esta diversidad generacional ofreció un contraste significativo entre discursos arraigados en modelos tradicionales de virilidad y otros más permeados por el discurso igualitario o las tensiones propias de los contextos contemporáneos.

Para garantizar una cierta homogeneidad en el análisis discursivo, se establecieron **tres** criterios de inclusión:

1. Ser varón,
2. Tener nacionalidad española, y
3. Declararse heterosexual.

La decisión de incluir solo a hombres heterosexuales españoles respondía a la necesidad metodológica de limitar la variabilidad asociada a la interseccionalidad de género, nacionalidad y orientación sexual, y centrarse en los grupos más representativos del modelo de masculinidad hegémónica que se pretendía analizar (Connell & Messerschmidt, 2005). El objetivo no era esencializar la masculinidad heterosexual, sino observar cómo se reproduce y naturaliza la hegemonía en sus formatos dominantes y culturalmente más legitimados.

No obstante, esta delimitación constituye una limitación del estudio, ya que excluye las experiencias de mujeres, hombres homosexuales, bisexuales, personas trans y varones migrantes o racializados, cuyas vivencias podrían revelar otras formas de vulnerabilidad, resistencia

o redefinición de las masculinidades. Se reconoce que la exclusión de estas voces reduce el alcance relacional e interseccional del análisis, y que futuras investigaciones deberían incorporar estas experiencias para enriquecer la comprensión del fenómeno desde una perspectiva más amplia e inclusiva (Butler, 2004; Crenshaw, 1991).

Este reconocimiento no invalida los hallazgos, sino que los sitúa dentro de un marco de interpretación específico: el de las **masculinidades hegemónicas heterosexuales urbanas**, mayoritarias en el contexto español, y especialmente influyentes en la reproducción de los marcos simbólicos que sostienen la violencia de género en el ámbito de la pareja.

Además, al limitar la procedencia de los participantes a la ciudad de Zaragoza, se controlaba el contexto geográfico y sociocultural común en el que se enmarcaban sus vivencias e ideas en torno a la temática estudiada.

De este modo, el perfil del grupo de participantes permitió abordar el estudio desde una perspectiva cualitativa homologable, que facilitaba la comprensión de las representaciones sociales exploradas entre hombres adultos residentes en dicho entorno urbano.

El conocimiento profundo de las prácticas sociales cotidianas respecto a este fenómeno permitiría ahondar en las narrativas, discursos y representaciones subyacentes. Solo comprendiendo cómo se manifiesta esta problemática a nivel interpersonal y comunitario se podrían desentrañar luego los marcos conceptuales y simbólicos en los que se enmarcan dichas prácticas.

Al tratarse de un estudio cualitativo sobre las prácticas sociales de la violencia de género de pareja, no se consideró necesario establecer más criterios de edad que el de ser personas adultas. De este modo, el grupo finalmente conformado permitía abordar los objetivos planteados con elementos comunes entre los participantes, pese a la diversidad de edades, aportando variedad de experiencias.

3. Análisis de los datos.

3.1 La entrevista.

Las entrevistas arrojaron los siguientes resultados:

Tabla 2: Las narrativas masculinas de la violencia de pareja.

"Naturaleza masculina"	"Provocación femenina"	"Amor pasional"	"Autoridad del varón en el hogar"	"Derecho masculino al castigo"	"Crisis de masculinidad"
Atribuye la agresividad a supuestos instintos biológicos inherentes al género masculino.	Culpabiliza a la víctima al considerar que provocó la violencia con su comportamiento o forma de vestir.	Presenta la violencia como una manifestación extrema de celos o pasión difícil de controlar.	Enmarca la violencia como forma de imponer el orden y la disciplina en la relación de pareja.	Justifica ciertas agresiones como respuesta a una supuesta "desobediencia" o "infidelidad" de la mujer.	Atribuye la violencia a una pérdida del estatus y poder tradicional de lo masculino en la sociedad actual.

Fuente. Elaboración propia a partir de los datos arrojados por las entrevistas.

3.1.1 Desarrollo analítico de categorías emergentes: Narrativas masculinas sobre la violencia de pareja.

El análisis cualitativo de las entrevistas permitió identificar seis **narrativas legitimadoras** que operan como marcos interpretativos a través de los cuales los varones explican, minimizan o justifican la violencia ejercida en sus relaciones de pareja. Estas categorías no son excluyentes ni estáticas, sino que aparecen a menudo entrelazadas en los discursos, evidenciando la complejidad con la que se sostiene simbólicamente el orden de género. A continuación se expone el contenido de cada categoría junto a ejemplos representativos obtenidos en el trabajo de campo:

1. "Naturaleza masculina"

Esta narrativa **biologiza la violencia**, atribuyendo los actos agresivos a un supuesto instinto inherente al varón. Los entrevistados justifican la pérdida de control emocional como algo natural, inevitable, e incluso saludable en determinados contextos.

"Los hombres somos más impulsivos, no pensamos tanto. Si te calientas, te calientas. No puedes ir contra lo que eres" (J., 32 años, Torrero).

Esta visión se alinea con la tradición esencialista denunciada por Connell (2005) y Flood (2019), que presenta la agresividad como atributo constitutivo del "ser varón" y sirve para despolitizar la violencia estructural contra las mujeres.

2. “Provocación femenina”

Este marco **culpabiliza a la mujer**, invirtiendo la responsabilidad del acto violento. El comportamiento, la actitud o incluso la vestimenta femenina son señalados como desencadenantes “comprensibles” del enojo masculino.

“Ella también sabe buscar la bronca. Si se pone a provocarte delante de tus amigos, ¿qué espera?” (F., 44 años, Delicias).

Esta narrativa reintroduce el discurso de la provocación como justificación, desplazando la agencia del agresor y reforzando los mandatos tradicionales de sumisión femenina

3. “Amor pasional”

Se presenta la violencia como un acto derivado de emociones “fuertes”, como los celos o el amor romántico. Esta categoría articula un discurso afectivo que enmascara la dominación bajo la figura de un hombre “demasiado implicado emocionalmente”.

“A veces uno actúa mal porque quiere demasiado. Es por no perderla, por no dejar que se le vaya de las manos” (A., 28 años, Valdespartera).

Este tipo de justificación está ampliamente documentado en los estudios sobre violencia simbólica y amor romántico como dispositivos de control.

4. “Autoridad del varón en el hogar”

Este discurso normaliza la violencia como herramienta para mantener el orden en la pareja. Se parte de la premisa de que el varón debe ejercer un control legítimo sobre el espacio doméstico y las decisiones familiares.

“Yo soy el que tiene que poner orden. No puedes dejar que las cosas se te vayan de las manos, hay que tener la última palabra” (R., 51 años, Torrero).

Esta narrativa se articula directamente con formas tradicionales de patriarcado doméstico, donde el varón es figura de disciplina y jerarquía.

5. “Derecho masculino al castigo”

Extensión radical del punto anterior, esta categoría presenta ciertas formas de violencia (física o verbal) como reacciones legítimas ante comportamientos considerados “irrespetuosos” o “transgresores” por parte de la mujer.

“No le pegué fuerte, fue un aviso. Si no te haces respetar, te pasan por encima” (E., 39 años, Delicias).

Esta categoría muestra cómo ciertos hombres siguen inscribiendo la autoridad masculina en un **registro punitivo**, donde se asigna al varón un derecho informal a la corrección.

6. “Crisis de masculinidad”

Aquí, la violencia se explica como resultado de una **pérdida de poder simbólico** del varón en la sociedad contemporánea. Se percibe una inversión del orden que genera malestar identitario y emocional.

“Hoy en día ya no se puede decir nada. Las mujeres mandan, y a uno le toca aguantarse o explotar” (S., 47 años, Valdespartera).

Este discurso revela la dimensión defensiva de la masculinidad hegemónica cuando se

siente interpelada, y refuerza el diagnóstico de un repliegue al espacio privado, donde aún puede ejercer control sin censura externa (Pérez Gallo, 2024).

3.1.2 Conclusión parcial del análisis categorial.

Estas narrativas configuran un **sistema de justificación simbólica de la violencia de género**, donde el acto violento no solo es tolerado, sino interpretado como funcional al equilibrio de poder dentro de la pareja. Lo alarmante es que, aunque los entrevistados niegan de forma explícita “ser maltratadores”, mantienen discursos que **naturalizan o matizan la violencia**, bajo lógicas normalizadas por el entorno sociocultural.

El trabajo empírico muestra que el problema **no es la excepción violenta, sino la norma simbólica que la habilita**. La violencia no emerge de la nada, sino que es sostenida por **relatos internalizados, compartidos y actualizados en contextos cotidianos**, que constituyen verdaderas matrices culturales de legitimación.

3.2 Grupo focal.

Para la recolección de datos, se llevaron a cabo 4 sesiones de grupos focales. Los participantes en cada grupo no se conocían previamente entre sí, con el objetivo de poder abordar temas sensibles como las narrativas de masculinidad con la mayor sinceridad y espontaneidad posibles. Al no tener lazos preexistentes, se buscaba reducir los filtros y sesgos en las conversaciones, favoreciendo que cada hombre compartiera abiertamente sus puntos de vista.

El hecho de no interactuar con conocidos posiblemente inhibió las influencias del “deber ser” en las respuestas de los participantes. De esta forma, el procedimiento adoptado por los investigadores permitió obtener información valiosa sobre representaciones culturales arraigadas, pero que rara vez son explicitadas cuando los interlocutores forman parte del mismo círculo social. El enfoque adoptado propició la emergencia de un discurso espontáneo moldeado por lo simbólico más que por lo esperable dentro de un entorno familiar.

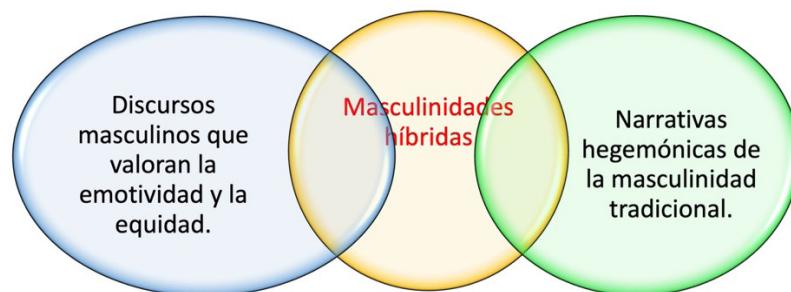
El análisis de los discursos masculinos puso de manifiesto tanto convergencias como divergencias. En cuanto a convergencias, hubo coincidencia en la importancia dada a la fortaleza física y emocional, el autocontrol, la no expresión de sentimentalismos y el ejercicio de la autoridad en las relaciones. Sin embargo, surgieron divergencias respecto a la forma de ejercer la virilidad. Mientras algunos enfatizaron el uso de la razón por sobre la agresividad, otros justificaron ciertas prácticas de dominación. También hubo diferencias en torno a la relación de pareja, pues mientras unos priorizaron el diálogo y respeto, otros sostuvieron la necesidad de “imponerse” o “corregir” a la mujer. Estas fisuras en los discursos apuntan a la coexistencia de masculinidades hegemónicas y disidentes, siendo clave indagar cómo se conectan ambas con la reproducción o no de la violencia de género.

Las divergencias encontradas en los discursos sobre masculinidad entre los participantes apuntan a la coexistencia de diferentes formas de entender y ejercitarse el rol de género masculino en referencias a sus parejas femeninas. Por un lado, están las concepciones hegemónicas que enfatizan los aspectos más rígidos y dominantes como la fuerza física, la falta de emocionalidad y el sometimiento de la pareja. Por otro lado, emergen también discursos más flexibles que promueven el diálogo, el respeto mutuo y la búsqueda de consensos en la relación.

Estas visiones disidentes podrían estar asociadas al surgimiento de “nuevas masculinidades”, menos centradas en el poder y la violencia como atributos definitorios de lo masculino. No obstante, es importante indagar de qué forma conviven y se interrelacionan ambos tipos de discursos en la práctica. Mientras las concepciones hegemónicas persisten como un poderoso

referente simbólico, las más flexibles corren el riesgo de quedar supeditadas o ser estigmatizadas como amenazantes a la identidad dominante. Ocurre lo que hemos conceptualizado como “**masculinidades híbridas**”, una categoría analítica que nos permite capturar la tensión entre cooptación simbólica y transformación potencial dentro del campo de género. (ver gráfico 3).

Gráfico 3. Las masculinidades híbridas.



Fuente. Elaboración propia a partir de los datos arrojados por los grupos focales.

Estas visiones disidentes podrían estar asociadas al surgimiento de “nuevas masculinidades”, menos centradas en el poder y la violencia como atributos definitorios de lo masculino. No obstante, es importante indagar de qué forma conviven y se interrelacionan ambos tipos de discursos en la práctica. Mientras las concepciones hegemónicas persisten como un poderoso referente simbólico, las más flexibles corren el riesgo de quedar supeditadas o ser estigmatizadas como amenazantes a la identidad dominante. Ocurre lo que hemos conceptualizado como “**masculinidades híbridas**”, un término que, si bien cuenta con algunos antecedentes en la literatura anglosajona (Bridges & Pascoe, 2014), ha sido aquí reelaborado y aplicado de forma original al contexto hispano, en particular a partir de nuestro trabajo de campo con varones de clase trabajadora en Zaragoza.

En esta investigación, propongo entender las *masculinidades híbridas* como **configuraciones ambivalentes** que emergen en contextos de transformación sociocultural del género, donde ciertos varones adoptan elementos simbólicos asociados a la igualdad —como el discurso emocional, el rechazo superficial de la violencia o la afirmación de prácticas de cuidado— sin necesariamente desmontar su posición privilegiada dentro del orden patriarcal. A diferencia del enfoque original de Bridges y Pascoe, centrado estructuralmente en varones blancos de clase media en Norteamérica, aquí la categoría se redefine desde una clave postcolonial, situada y dramatúrgica, atendiendo a las tensiones entre hegemonía, vulnerabilidad y deseo de reconocimiento en los márgenes urbanos del sur europeo.

Estas masculinidades híbridas no deben entenderse únicamente como estrategias conscientes de adaptación cultural, sino como **espacios conflictivos de subjetivación**, donde se solapan prácticas heredadas de dominación con nuevas formas discursivas de legitimación simbólica. Tal como hemos observado en los relatos y actuaciones recogidas en entrevistas y grupos focales, los hombres participantes expresan una identidad que oscila entre el orgullo viril y la necesidad de mostrarse sensibles o “distintos a los de antes”. Sin embargo, esta sensibilidad no siempre implica ruptura: en muchos casos, actúa como una tecnología de poder performativa

(Foucault, 1976; Butler, 2004) que permite justificar la persistencia de roles de control emocional o simbólico bajo una apariencia de modernidad.

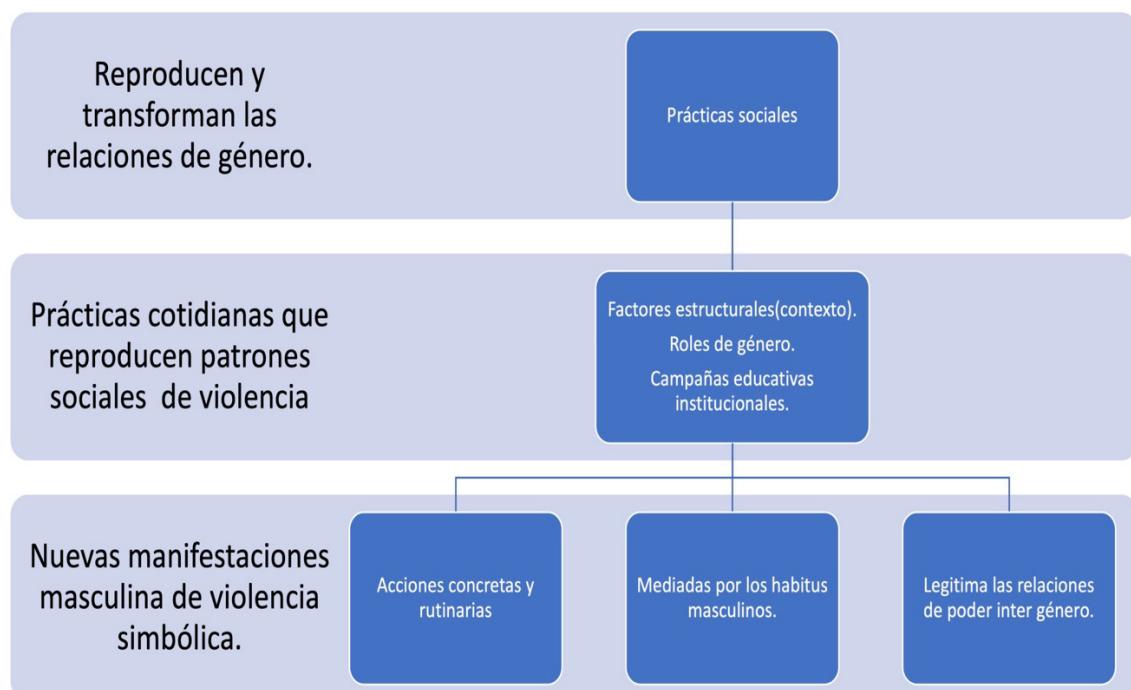
Por tanto, propongo asumir las masculinidades híbridas como una herramienta analítica clave para estudiar los procesos intermedios e inestables de reconfiguración del género, especialmente en contextos donde lo hegémónico ya no convence plenamente, pero donde tampoco se ha producido una transformación estructural. Esta categoría contribuye a visibilizar la estrategia narrativa de legitimación reformulada que algunos varones despliegan frente a los discursos feministas, manteniendo intacto el núcleo de privilegios mediante la apropiación parcial de sus lenguajes. En el marco de las masculinidades hispanas contemporáneas —profundamente marcadas por tradiciones de autoritarismo afectivo, catolicismo cultural y precariedad económica— esta hibridez constituye tanto un síntoma como una posibilidad crítica.

3.3 Observación participante.

Para complementar los datos arrojados por las entrevistas y los grupos focales el investigador usó la observación participante. Esto permitió recoger datos mediante la constante interacción con los hombres durante períodos prolongados de tiempo. Se estudiaron tres escenarios frecuentados en Zaragoza: bares del casco histórico durante las noches de fin de semana, un gimnasio de la periferia en horario de tarde, y las gradas del campo de fútbol de Torrero los días de partido.

El significado y expresión de la masculinidad está intrínsecamente ligado al contexto económico, político e institucional en el que se desenvuelven los individuos. Asimismo, el contexto cultural moldea normas, representaciones e ideologías de género que promueven determinados modelos hegémónicos de masculinidad (ver gráfico 4).

Gráfico 4. Prácticas sociales y nuevas manifestaciones de violencia masculina.



Fuente. Elaboración propia.

En estos espacios recreativos y deportivos, se pudo constatar de primera mano rituales, prácticas y narrativas asociadas a la afirmación de la masculinidad entre pares. La observación de las interacciones espontáneas entre hombres, las competencias simbólicas por demostrar hombría, los códigos no verbales de comportamiento, arrojaron luz sobre mecanismos naturalizados en la vida cotidiana. El rol de participante permitió entender matices en la exhibición y reconocimiento de las masculinidades, aportando un valioso complemento cualitativo a los datos obtenidos en los grupos.

Se detectaron rituales de saludo físico o verbal para demostrar cercanía/dominio entre amigos: en los bares y canchas de fútbol se pudo constatar la importancia de los saludos al encontrarse. Estos pasaban por efusivos abrazos y palmadas en la espalda que denotaban proximidad emocional, pero también contenían sutiles gestos de supremacía como el quedar de pie frente al otro en posición inferior. Asimismo, modismos verbales como decirse "qué pasa Macho" implicaban reconocimiento por pertenecer al mismo grupo, pero con matices de jerarquía.

Una práctica recurrente fue las formas de consumir bebidas alcohólicas para socializar la hombría: en los bares se observó que beber en compañía de otros hombres era un ritual para reafirmar la virilidad. Esto se evidenciaba en competiciones por ver quién consumía mayor cantidad o graduación alcohólica sin inmutarse, lo que desataba ovaciones y reconocimiento del resto. También en brindar de pie y de un solo trago como acto de hombría validada entre pares. Inclusive, rechazar bebidas o hacerlo de forma pausada podía ser motivo de bromas que cuestionaban la masculinidad.

En los bares se observó que algunos hombres intentaban ligar con mujeres mediante actitudes de conquista donde primaba la demostración de fuerza, atrevimiento y persistencia frente a la resistencia. Esto podía llevar a conductas invasivas e intimidatorias con las mujeres rechazadas.

Asimismo, se evidenció que el éxito en el ligue conllevaba reconocimiento entre pares masculinos ("solidaridad masculina"), lo que incentivaba dichos comportamientos. Este tipo de prácticas de conquista centradas en la imposición por sobre el consentimiento mutuo podrían estar vinculadas a problemáticas de violencia machista en las futuras relaciones de noviazgo o pareja.

Al naturalizar la atracción forzada y el sometimiento de la voluntad femenina, se corre el riesgo de trasladar dinámicas de dominio y falta de empatía al seno de la pareja. Del mismo modo, la validación del grupo a exhibiciones de masculinidad por sobre la mujer puede alentar la repetición de actitudes denigrantes y posiblemente agresivas en un contexto íntimo.

En bares y canchas se pudo apreciar que las conversaciones entre los hombres versaban frecuentemente sobre estos tres ejes: deportes, en especial fútbol; temas vinculados a la sexualidad como conquistas, orgías de solteros o cuerpo de mujeres; y asuntos laborales relacionados con herramientas, maquinarias o proyectos profesionales.

Sin embargo, al analizar el contenido en detalle, se evidenció que detrás de estos aparentemente "neutros" temas, subyacían narrativas que reforzaban estereotipos de género. Por ejemplo, al hablar de fútbol emergían competencias simbólicas por demostrar mayor habilidad o conocimiento. En el terreno sexual, primaron comentarios denigrantes que objetualizaban a la mujer. Y en el ámbito laboral, predominó la valoración de oficios y roles tradicionalmente masculinos.

Este tipo de conversaciones entre pares, lejos de ser inocentes, contribuían a socializar

noción de masculinidad que enfáticamente separan lo masculino de lo femenino, colocando a la mujer en un papel secundario. Y en un ambiente de consumo alcohólico, podían degradar aún más las relaciones de género.

Las narrativas dominantes sobre la masculinidad tienden a fomentar ideales como la agresividad, el dominio sobre las mujeres y la no expresión de emociones. Estos relatos moldean los *habitus* masculinos. A través del proceso de homosocialización, los hombres internalizan y refuerzan esquemas mentales y conductuales acordes a estos ideales de masculinidad hegémónicas, lo que puede llevar a prácticas violentas para afirmar su rol de género.

Conclusiones

El presente estudio permite afirmar que las masculinidades hegémónicas siguen siendo uno de los principales dispositivos simbólicos de reproducción de la desigualdad y la violencia de género, especialmente en las relaciones de pareja. Estas masculinidades no operan únicamente a través de actos explícitos de violencia física, sino mediante narrativas legitimadoras, discursos naturalizados y prácticas cotidianas que validan, minimizan o invisibilizan las dinámicas de dominación masculina sobre las mujeres.

Las interacciones simbólicas que tienen lugar en espacios de homosociabilidad masculina —como bares, vestuarios, gimnasios o círculos de amigos— funcionan como núcleos donde se definen, refuerzan y reconfiguran los mandatos de género. En estos entornos, los varones negocian su identidad en relación con otros hombres, consolidando modelos de masculinidad que, aunque pueden adoptar formas más sensibles o modernizadas, continúan articulándose en torno a jerarquías de poder y prerrogativas de control afectivo.

Una de las aportaciones clave de esta investigación es identificar el repliegue de la masculinidad hegémónica hacia el ámbito privado. Frente a la creciente sanción social y política de ciertas formas de violencia en el espacio público, los discursos patriarcales se adaptan y se refugian en lo doméstico y lo íntimo, donde aún conservan legitimidad. Esta tendencia se manifiesta en la persistencia de normas simbólicas que dividen el hogar en zonas “femeninas” y “masculinas”, en la invisibilización del trabajo emocional exigido a las mujeres, y en formas discursivas que atribuyen responsabilidad a la pareja por el desbordamiento masculino. Esta estrategia de reclusión no supone una superación del modelo hegémónico, sino su rearticulación en clave defensiva.

En este sentido, el estudio reafirma que la violencia simbólica de género se configura como una práctica relacional y recursiva: los discursos no solo justifican la dominación, sino que emergen de ella y contribuyen a renovarla. Las narrativas que sostienen la violencia no se imponen de forma externa, sino que se producen y reproducen en la cotidaneidad, en la conversación trivial, en el silencio cómplice, en la mirada que aprueba o en el gesto que omite. Son estos espacios grises de legitimación los que resulta urgente abordar.

Asimismo, se propone y desarrolla aquí la noción de masculinidad híbrida situada, entendida como una configuración ambivalente que combina elementos de sensibilidad y equidad con estructuras persistentes de poder masculino. Esta categoría permite pensar el cambio no como ruptura nítida, sino como proceso conflictivo, donde lo nuevo y lo viejo coexisten en tensión. Las masculinidades híbridas observadas en Zaragoza representan tanto una oportunidad para la transformación como un posible dispositivo de cooptación simbólica que refuerza el *statu quo* bajo nuevas formas.

Finalmente, el enfoque relacional adoptado confirma que las relaciones de género no se explican por disposiciones individuales, sino por estructuras culturales, lógicas sociales y prácticas reiteradas. Cualquier intervención efectiva en la lucha contra la violencia de género debe tener en cuenta estos marcos colectivos de sentido que moldean los comportamientos masculinos. Y es precisamente en esos espacios de interacción cotidiana —el hogar, la calle, el bar, el vestuario, el lenguaje— donde se debe incidir si se desea transformar profundamente el orden simbólico del patriarcado.

Referencias bibliográficas

- Bourdieu, P. (2000). *La dominación masculina*. Anagrama.
- Bridges, T. S., & Pascoe, C. J. (2014). *Hybrid masculinities: New directions in the sociology of men and masculinities*. Sociology Compass, 8(3), 246–258. <https://doi.org/10.1111/soc4.12134>
- Butler, J. (2004). *Undoing gender*. Routledge.
- Cerdán Torregrosa, A., Sanz Barbero, B., La Parra Casado, D., et al. (2025). Areas for action to promote positive forms of masculinities in preventing violence against women: A concept mapping study in Spain. *International Journal for Equity in Health*, 24, 18. <https://doi.org/10.1186/s12939-025-02385-7>
- Collins, P. H. (2000). *Black feminist thought: Knowledge, consciousness, and the politics of empowerment*. Routledge.
- Comunicación Poder Judicial. (2024, marzo 20). Las mujeres víctimas de violencia de género en Aragón aumentan un 21,5% en un año. Poder Judicial. <https://www.poderjudicial.es/cgpj/es/Poder-Judicial/Tribunales-Superiores-de-Justicia/TSJ-Aragon/En-Portada/Las-mujeres-victimas-de-violencia-de-genero-en-Aragon-aumentan-un-21-5--en-un-ano#:~:text=En%20el%20informe%20anual%20del,respecto%20al%20registrado%20en%202022>
- Connell, R. W., & Messerschmidt, J. W. (2005). *Hegemonic masculinity: Rethinking the concept*. Gender & Society, 19(6), 829–859. <https://doi.org/10.1177/0891243205278639>
- Crenshaw, K. (1991). Mapping the margins: *Intersectionality, identity politics, and violence against women of color*. Stanford Law Review, 43(6), 1241–1299. <https://doi.org/10.2307/1229039>
- Denzin, N. K. (2012). *Triangulation 2.0*. Journal of Mixed Methods Research, 6(2), 80–88. <https://doi.org/10.1177/1558689812437186>
- Gobierno de Aragón. (2024). Informe anual sobre violencia de género en Aragón. www.aragon.es
- Flood, M. (2019). *Engaging men and boys in violence prevention*. Palgrave Macmillan.
- Foucault, M. (1976). *Historia de la sexualidad I: La voluntad de saber*. Siglo XXI.
- Goffman, E. (2009). *La presentación de la persona en la vida cotidiana* (H. B. Torres Perrén & F. Setaro, Trads.; 2^a ed.). Amorrortu. (Trabajo original publicado en 1959)

- INE. (2024). Macroencuesta de violencia contra la mujer 2022. <https://www.ine.es>
- Kimmel, M. (2017). *Healing from hate: How young men get into—and out of—violent extremism*. University of California Press.
- Ministerio de Igualdad. (2024). Informe anual sobre violencia de género. <https://www.mpi.gob.es>
- Pérez Gallo, V. H. (2011). Algunas contradicciones epistemológicas de los estudios de las masculinidades en Cuba: El contexto minero metalúrgico de Moa. *Praxis Sociológica*, 15, 83–97.
- Pérez Gallo, V. H. (2015). *Las masculinidades: Una visión desde el enfoque dramatúrgico de Goffman*. Espacio Abierto, 24(1), 29–44. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=12236226002>
- Pérez Gallo, V. H., & Espronceda Amor, M. E. (2017). *La construcción ritual de la identidad de género en la infancia: Estudio de caso en Moa, Cuba*. La Tercera Orilla, 18, 10–24. <https://doi.org/10.29375/21457190.2919>
- Pérez Gallo, V. H., & Santos Vieira, Z. (2022). Masculinidad hegémónica, prácticas sociales de violencia de género y educación: Estudio de casos múltiples en Zaragoza. *Revista de Estudos em Educação e Diversidade*, 3(9), 1–27. <https://doi.org/10.22481/reed.v3i9.11409>
- Pérez Gallo, V. H. (2025). Conversaciones de ruptura y pedagogía micropolítica: Un estudio etnográfico sobre masculinidades frágiles en Torrero. Manuscrito en preparación.
- Pérez Gallo, V. H. (2025). From methodological skepticism to credibility: Advances and debates around the ‘scientificity’ of qualitative analysis. Preprints.org. <https://doi.org/10.20944/preprints202503.1773.v1>
- Van Dijk, T. A. (2003). Critical discourse analysis. In D. Schiffrin, D. Tannen, & H. Hamilton (Eds.), *The handbook of discourse analysis* (pp. 352–371). Blackwell Publishing.
- Yancy, G. (2008). *Black bodies, white gazes: The continuing significance of race*. Rowman & Littlefield Publishers.



El poder de la escucha en la España pospandémica: un análisis cualitativo a través de entrevistas a expertos

*The power of listening in post-pandemic Spain:
a qualitative analysis through interviews with experts*

Ruth Rodríguez Cuadrado

<https://orcid.org/0000-0003-1108-1398>

rut.rodriguez@alumnos.upm.es

Universidad Politécnica de Madrid, Madrid, España.

Recibido: 16/03/2025

Aceptado: 20/04/2025

Resumen: La escucha como valor social es un concepto que ha cobrado fuerza en la comunicación a raíz del contexto marcado por la pandemia por COVID-19. En este artículo se propone indagar en este valor a partir de las percepciones de cuatro figuras relevantes del ámbito comunicativo, cultural y arquitectónico para poder articular la transformación que se ha vivido a raíz de esta crisis sanitaria y social. Mediante una metodología basada en la entrevista cualitativa, se ha analizado la información recogida de cuatro entrevistas a expertos con un perfil multidisciplinar. Los resultados obtenidos evidencian el poder de la escucha tras la pandemia para visibilizar diferentes realidades sociales y en la que la memoria colectiva actúa como un tejido simbólico que nos vincula con el recuerdo y proyecta el futuro de la sociedad. En este sentido, las aportaciones de los entrevistados han permitido concluir que la escucha nos lleva a repensar las formas en las que nos relacionamos socialmente y con nuestro entorno, así como la manera en que construimos experiencias compartidas.

Palabras clave: escucha, valor social, entrevista, pandemia, memoria colectiva.

Abstract Listening as a social value is a concept that has gained prominence in communication in response to the context of the COVID-19 pandemic. This article aims to explore this value through the perceptions of four prominent figures from the communicative and cultural fields, to articulate the transformation experienced because of this health and social crisis. Using a methodology based on qualitative interviews, the data collected from four interviews with experts of a multidisciplinary profile was analysed. Results highlight the power of listening in the post-pandemic context to make visible different social realities, where collective memory functions as a symbolic fabric that connects the past and projects the future of our society. In this sense, the contributions of the interviewees have led to the conclusion that listening invites us to rethink the ways in which we relate to one another and to our environment, as well as how we

build shared experiences.

Keywords: listening, social value, interview, pandemic, collective memory.

Agradecimientos: A Kristine Guzmán, Pedro Torrijos, Atxu Amann y Mauro Gil-Fournier, sin cuyas valiosas aportaciones no habría sido posible esta investigación.

Introducción

En los últimos años ha cobrado una mayor importancia la investigación de la huella social que ha dejado la pandemia ya que afectó profundamente a la vida comunitaria. Bartolomé et. al (2021) plantean que esta emergencia sanitaria provocó una crisis sin precedentes que evidenció la vulnerabilidad de nuestra estructura social y de nuestros valores. En momentos de crisis, ya sea por enfermedades, guerras o desastres naturales, se crean experiencias compartidas que abren espacios a valores como la solidaridad, la empatía o la escucha, entre otros. En esta línea se han pronunciado autores como Puyol (2022, p.2), que destaca que “la solidaridad forma parte de los valores y principios éticos de la pandemia por la COVID-19”. Asimismo, queda de manifiesto que los medios de comunicación han sido esenciales en los escenarios de emergencias. Por ejemplo, Rodero y Blanco (2020) han tratado la función de la radio para informar de temas de salud o tratar aspectos psicológicos después del coronavirus.

Por otra parte, la cultura contemporánea se ha caracterizado por una creciente hegemonía de lo visual, donde la escucha y el sonido quedaban relegados a un lugar secundario. Desde diversos ámbitos, como el cinematográfico (Chion, 1994; Hervás, 2022) o el pedagógico (Mălureanu y Enachi-Vasluiianu, 2016; León Suárez, 2019; Motta Ávila, 2017), se ha tratado de demostrar su importancia en la comunicación. En la actualidad, la recepción auditiva está siendo revalorizada como una práctica esencial para construir unos vínculos y una memoria colectiva entre las personas. En los últimos años, sobre este fenómeno se han realizado diferentes investigaciones desde su dimensión estética (Apolonio y Garrido-Román, 2021) o emocional (Nadal García et. al, 2016), entre otras.

La escucha, que puede definirse como una práctica individual o como un fenómeno social, es fundamental para recoger testimonios, ya que contribuye a una visión más completa de lo que acontece. Para Márquez-Fernández (2011, p.60): “La palabra y su escucha es la principal manifestación de la conciencia racional y sensible”. A ello Toledo Araya (2023, p.2) añade: “La escucha es la clave, es la llave que permite el encuentro con los otros, con su experiencia”. Además, este acto perceptivo ayuda a comprender cómo las sociedades narran y resignifican las transformaciones vividas. Como afirman Durán-Vilches et al. (2023, p.183): “Repensar la escucha cualitativa en el nuevo paradigma digital es una inquietud que nace de la necesidad de indagar sobre el proceso de producción de discursos sociales en contextos digitales [...]”.

La era digital ha abierto nuevas líneas de análisis de la escucha. Es el caso de Cristina Palmese, que en una charla que tuvo lugar en la Universidad Nebrija bajo el título *El paisaje sonoro y la escucha como aproximación al urbanismo colectivo* (2025) subrayó el papel de la escucha para acercarnos a la sostenibilidad real, para redescubrir nuestra capacidad sensorial y para interconectarnos con los otros seres. Durante la pandemia, Palmese y Carles (2020) llevaron a cabo un proyecto para repensar la ciudad y sus relatos que se materializó en *Historias sonoras del COVID 19*, un mapa colaborativo impulsado por el estudio *Paisaje Sensorial Office-Lab*. Palmese y Carles Arribas (2020, p.47) concluyeron que este mapa “nos ayuda a repensar lo humano a través de la experiencia del otro, de lo sensible y lo emocional, como canales del conocimiento”.

Ante todo, es necesario tener en cuenta que la escucha no sólo permite crear y fortalecer vínculos sociales, sino que también favorece la memoria colectiva. Según Halbwachs (2004), esta contribuye a generar un sentimiento de identidad común. Para Halbwachs, autor de la obra *La mémoire collective* (1950), y creador de este concepto, la memoria colectiva es también una

memoria afectiva. Mendoza García (2005, p.11) en referencia al razonamiento de Halbwachs y Blondel, señala que “es un proceso social de reconstrucción de un pasado vivido o significado por un grupo o sociedad, que se contiene en marcos sociales, como el tiempo y el espacio, y como el lenguaje, pero también se sostiene por significados [...]”.

Igualmente, la memoria colectiva configura el modo en que las vivencias y recuerdos se integran en el imaginario social. Un papel importante en su generación lo desempeñan los museos, como explican Rizo García y Gayà Morlà (2022), ya que generan relatos culturales en sus discursos que llegan a un amplio grupo de la sociedad.

Ante lo expuesto, en esta investigación se parte de la premisa de que, en la España pospandémica, la escucha se ha convertido en una herramienta de conexión, de acción social y reconstrucción de la memoria colectiva. Para ello, la presente investigación tiene como objetivos los siguientes:

- (1) Seleccionar una muestra significativa de expertos en el ámbito de la comunicación, la cultura y la arquitectura.
- (2) Realizar una serie de entrevistas para conocer en profundidad las reflexiones, experiencias y conocimientos de estos.
- (3) Indagar en el concepto de la escucha en tiempos de la pospandemia por COVID.
- (4) Analizar la escucha como una práctica para visibilizar las realidades y los problemas sociales.

Para esta investigación se ha optado por la realización de entrevistas personales, un método inductivo para obtener información relevante de expertos en la materia. La entrevista como técnica de carácter cualitativo lleva a indagar en los discursos y en el punto de vista de los entrevistados. Desde esta perspectiva, ello supone profundizar en las experiencias y conocimientos de los profesionales implicados directamente en este estudio.

Se realizaron cuatro entrevistas en profundidad a profesionales provenientes de los ámbitos de la comunicación, la arquitectura y la cultura, seleccionados por su trayectoria y sensibilidad frente a los cambios sociales acentuados tras la pandemia. Esta muestra, de carácter intencional y cualitativo, la componen Kristine Guzmán, Pedro Torrijos, Atxu Amann y Mauro Gil-Fournier.

En el marco de las investigaciones cualitativas, el número de entrevistas no se determina en función de criterios estadísticos, sino por la riqueza del contenido y la profundidad analítica que estas puedan aportar (Flick, 2014; Kvale, 1996). En este trabajo, la realización de cuatro entrevistas se justifica por el “criterio de saturación”, que constituye un acto reflexivo para delimitar el tamaño de la muestra (Ortega-Bastidas, 2020). Este concepto se entiende como el momento en que la recopilación de datos nuevos deja de aportar información relevante o novedosa (Bertaux, 1981; Morse, 1995, 2015).

Las preguntas realizadas permitieron recoger una diversidad de experiencias y reflexiones que enriquecen la comprensión del valor social de la escucha, así como su impacto en la construcción de memorias compartidas y nuevas formas de habitar.

Marco teórico

La entrevista cualitativa es una de las herramientas metodológicas más utilizadas en el campo de las ciencias sociales. Esta técnica se emplea expresamente con el propósito de recabar información por medio del empleo de la comunicación verbal (López Estrada y Deslauriers, 2011). González-Vega *et al.* (2022) consideran que la entrevista se basa en el lenguaje, entendiendo este desde sus dimensiones social, psicológica y cultural, además de tener en cuenta los hechos, la teoría y la mirada del investigador desde un enfoque relacional.

Uno de los autores con mayor reconocimiento en el campo de la entrevista fue Steinar Kvale, cuyos aportes han tenido una gran influencia en las ciencias sociales y humanas, particularmente en los ámbitos educativo, psicológico y comunicativo. Entre sus obras más destacadas se encuentra el libro *InterViews: An Introduction to Qualitative Research Interviewing* (1996). En ella Kvale propuso una visión de la entrevista cualitativa no como una simple técnica de recogida de datos, sino también como un proceso dialógico y reflexivo donde confluye el conocimiento entre el entrevistador y el entrevistado. Para Kvale (2011, p.1):

En una conversación de entrevista, el investigador pregunta y escucha lo que las personas mismas cuentan sobre su mundo vivido, sobre sus sueños, temores, esperanzas, oye sus ideas y opiniones en sus propias palabras y aprende sobre su situación escolar y laboral, su vida familiar u social.

La entrevista permite hacer una interpretación de la realidad social, los valores, las costumbres y las visiones que se construyen por medio de un discurso subjetivo donde el investigador le otorga un sentido y un significado particular a la experiencia del otro (González-Vega *et al.*, 2022). Bajo este planteamiento se enmarca también la reflexión de Czarniawska (2004), para quien la entrevista no es una ventana a la realidad social, sino una parte, una muestra de esa realidad.

Además, conviene destacar que para que la comunicación sea eficaz en una entrevista es fundamental el saber escuchar. Perpiñá señala que (2012, p.101) “la habilidad de la escucha activa consiste en un conjunto de estrategias verbales y no verbales dirigidas a la comprensión correcta del mensaje del emisor y a la retroalimentación de que hemos comprendido el mensaje”.

En investigaciones sociales, esta técnica se vuelve especialmente valiosa para abordar temas sensibles o ligados a contextos de transformación, como son los vividos durante la pandemia. A través de la entrevista cualitativa es posible captar cómo las personas significan sus vivencias, cómo elaboran sus memorias individuales y colectivas y cómo expresan sus emociones y necesidades. Además, permite dar voz a grupos vulnerables y aportar una mirada más inclusiva y plural a los procesos de análisis. En este contexto, sobresale el trabajo de Sirman (2015) el cual plantea una serie de cuestiones que atañen a la manera en la que las entrevistas de historias de vida contribuyen a la constitución de la memoria. Este autor afirma que, en primer lugar, los recuerdos que se relatan en entrevistas forman parte del proceso de transmisión generacional; y, en segundo lugar, que estos recuerdos están anclados en las emociones. En este sentido, la entrevista cualitativa trasciende la mera información para convertirse en una herramienta emocional, social y ética.

Metodología

En cuanto a su metodología, se ha entrevistado a cuatro expertos con perfiles complementarios y trayectorias consolidadas en los ámbitos de la arquitectura, la comunicación y la cultura, que ha permitido lograr un nivel de saturación suficiente, en tanto que la información recabada ofreció una visión coherente y profunda en torno al valor social de la escucha en el contexto pospandémico.

Con respecto al tipo de preguntas, están han sido personalizadas y abiertas. El principal propósito de las preguntas individualizadas es delimitar el asunto que se quiere profundizar y aclarar por medio de cada uno de los entrevistados. Al ser abiertas, tiene como ventaja la obtención de una variedad de opiniones (Feria Avila et al., 2020). Además, estos tienen la libertad de responder como prefieran, siempre teniendo en cuenta el marco de la pregunta. La formulación de las preguntas no respondió a un guion cerrado, sino que se desarrolló de manera flexible y dinámica, adaptándose progresivamente al discurso del entrevistado para favorecer una exploración más profunda de sus percepciones. A excepción de la entrevista a Kristine Guzmán debido a que fue modalidad escrita. Las cuestiones giraron en torno a la escucha, la memoria y el tiempo, sin olvidar su relación con los valores.

A continuación, se presenta una muestra de las preguntas junto al nombre del entrevistado:

- *¿Qué opinas sobre la escucha? (Guzmán, Torrijos, Amann, Gil-Fournier).*
- *¿Cómo crees que se experimenta la arquitectura a través de la escucha? (Amann).*
- *Desde tu punto de vista, ¿Qué significados tienen la memoria y el tiempo? (Guzmán, Torrijos, Amann, Gil-Fournier).*
- *Jordi Jauset, autor de Música y Neurociencia decía que “el sonido, así como la música es una potente terapia curativa”. ¿Crees que escuchar “Ciudades Pospandemia” pudo cumplir una función similar para los oyentes? (Guzmán).*
- *¿Crees que se ha producido un cambio en el discurso oral de la arquitectura durante la pandemia? (Gil-Fournier).*
- *En el episodio de pódcast “Maneras de Vivir-Cohousing contra la especulación inmobiliaria”, hablas de este modelo de vivienda y de la importancia del compartir. Aunque no es un concepto reciente, ¿Consideras que la pandemia/pospandemia ha sido clave para la difusión de un modelo comunitario en el que las personas puedan vivir experiencias positivas? (Amann).*
- *¿Cuál es la base emocional con la que construyes el pódcast “Cómo suena un edificio”? (Torrijos).*
- *¿Cómo crees que un arquitecto con discapacidad visual puede enriquecer nuestra comprensión del espacio urbano desde lo sonoro? (Amann).*
- *¿Qué papel desempeña la escucha en una ciudad inclusiva? (Amann).*

De las cuatro entrevistas, cronológicamente, la primera se llevó a cabo por correo electrónico (Kristine Guzmán, septiembre 2024); la segunda, de manera telefónica (Pedro Torrijos, octubre, 2024) y las dos siguientes por videoconferencia (Atxu Amann, octubre, 2024; Mauro Gil-Fournier, enero, 2025). Por tanto, todas las entrevistas se realizaron en un periodo comprendido entre septiembre de 2024 y enero de 2025 y las modalidades fueron a petición de los entrevistados. Las entrevistas se transcribieron a excepción de la realizada a Guzmán, al tratarse de una modalidad escrita.

En la Tabla 1 se identifican las diferentes fases metodológicas.

TABLA 1. Fases metodológicas.

FASES	PASOS
Fase 1	● Selección de los entrevistados.
Fase 2	● Contacto con los entrevistados.
Fase 3	● Aceptación de los entrevistados para participar en la investigación.
Fase 4	● Preparación y formulación de las preguntas de forma individualizada.
Fase 5	● Realización de la entrevista.
Fase 6	● Interpretación de la información proporcionada por los entrevistados.

Fuente: Elaboración propia.

Selección de los entrevistados

Se ha optado por una muestra estratégica y concreta de figuras con un perfil que se considera el idóneo para este estudio. Los profesionales escogidos para las entrevistas tienen un recorrido multidisciplinar con un vínculo estrecho con la cultura: son arquitectos, escritores, investigadores, gestores culturales y docentes.

En el contexto pospandémico, resulta especialmente pertinente entrevistar a arquitectos ya que estos intervienen directamente en la configuración de los entornos habitables y relacionales. Además, como comunicadores, participan en la construcción del imaginario colectivo, del pensamiento crítico y la identidad de las comunidades; y por su profesión, se hallan en la posición de favorecer el bienestar social y promover la diversidad construyendo espacios inclusivos, más aún en tiempos de pospandemia, donde su labor adquiere gran relevancia. Es decir, nos hallamos ante cuatro figuras que han asumido la doble función de mediadores (comunicadores) y actores, que contribuyen a dar soluciones a las nuevas realidades sociales.

Finalmente, conviene destacar que la selección llevada a cabo también se debe a que todos tienen experiencia en el póodcast, un formato compuesto por audios digitales en los que prima la transmisión aural de contenidos. Esta última condición de los informantes ha sido fundamental ya que, en un escenario marcado por la sobreexposición visual, el póodcast recuperó y potenció el valor de la escucha.

En primer lugar, se estimó entrevistar a Kristine Guzmán, arquitecta, escritora y gestora cultural. Su trayectoria multifacética sugiere una gran sensibilidad hacia la intersección entre el espacio construido y las prácticas culturales. Guzmán fue la directora del póodcast *Ciudades Pospandemia*, una propuesta sonora que promovió el Museo de Arte Contemporáneo de Castilla y León (MUSAC) en el periodo comprendido entre 2020 y 2022. En este proyecto, como conductora, profundizó en cómo el arquitecto puede integrar la escucha activa en el diseño de espacios pospandémicos centrados en el individuo. En la actualidad es responsable de la *Castilla y León Film Commission*. También, fue coordinadora general del MUSAC. Posee una

amplia experiencia en la coordinación de exposiciones, publicaciones y proyectos en el ámbito artístico.

La selección de Pedro Torrijos, arquitecto, escritor y divulgador, para profundizar sobre la escucha se fundamenta en diversos motivos. Posee una sobresaliente experiencia como creador de contenidos sonoros a través de la dirección del póodcast *¿Cómo suena un edificio?* que le ha permitido explorar el espacio arquitectónico desde una dimensión sensorial y narrativa, situando la escucha como herramienta central para experimentar el entorno construido. Además, su capacidad para entrelazar historias con la atmósfera sonora revela una habilidad única hacia los vínculos entre memoria, emoción y espacio. Finalmente, Torrijos desempeña un papel importante en la divulgación de la arquitectura y el arte en la sociedad, lo que le ha supuesto la obtención de diversos galardones y nominaciones como su presencia en la lista *Forbes 50 Best in Podcasting* o tener una nominación por *Mejor Branded Podcast* en los Premios Ondas 2024. En el ámbito arquitectónico, en el año 2021, fue finalista para el Pabellón de España en la Bienal de Arquitectura de Venecia. Es autor de las siguientes publicaciones: *Territorios improbables* (2021), *La tormenta de cristal* (2023), *La pirámide del fin del mundo* (2024).

La selección de Atxu Amann, doctora arquitecta, profesora universitaria e investigadora, se ha considerado debido a su extensa experiencia y a su compromiso con enfoques sociales inclusivos y participativos en el ámbito del urbanismo y la arquitectura. Su trabajo ha estado profundamente vinculado a la necesidad de escuchar a las voces excluidas y de incorporar lo cotidiano y lo colectivo en los procesos de diseño y construcción del espacio. En este sentido, su visión puede aportar ideas fundamentales para entender la escucha no solo como una técnica, sino como una actitud y un valor en la construcción del entorno. Amann es la directora del Grupo de Investigación *Hypermedia: taller de configuración y comunicación arquitectónica*, y de un grupo de innovación educativa con el mismo nombre de la Escuela Técnica Superior de Arquitectura de la Universidad Politécnica de Madrid (UPM). También, es la creadora del espacio radiofónico experimental *RACA*, que constituyó la primera radio a través de póodcast en España sobre producción arquitectónica y ciudad. Durante veinte años ha sido directora de la Revista del Consejo Superior de los Colegios de Arquitectos de España y Comisaria del Pabellón de España de la Bienal de Arquitectura de Venecia en 2018 con la propuesta *becoming*. Socia del estudio de arquitectura *Temperaturas Extremas*, entre sus premios destacan el Premio Nacional de Restauración y Conservación de Bienes Culturales (2012) o la Distinción del Colegio Oficial de Arquitectos de Madrid (COAM) (2010) por el edificio de viviendas en Carabanchel.

Por último, se ha considerado pertinente entrevistar a Mauro Gil-Fournier, doctor arquitecto, investigador y profesor universitario, por su sólida trayectoria profesional situada en la intersección de la arquitectura, el urbanismo y la investigación social. Gil-Fournier ha trabajado en la integración de metodologías participativas que priorizan el diálogo con las comunidades locales y el diseño inclusivo de espacios urbanos. Su enfoque *Arquitecturas Afectivas* (“una comunidad que hace arquitectura con placer, desarrollando los afectos de personas, otros seres y cosas vivas”) ha sido objeto de atención en medios especializados, y ha sido invitado a conferencias y seminarios internacionales, lo que refleja el impacto y la relevancia de su trabajo en la redefinición de la práctica arquitectónica contemporánea. Ha participado en diferentes póodcast como son *Ciudades Pospandemia* o *Diseño y Diáspora*, entre otros. Gil-Fournier es autor del libro *Las casas que me habitan* (2022).

Análisis y resultados

A continuación, se presentan el análisis y los resultados en los que se destacan aquellas ideas que permiten avanzar en la interpretación del fenómeno social abordado.

Los resultados muestran cinco líneas temáticas en torno a la escucha: (1) Escuchar las necesidades de las personas para crear sociedades más inclusivas; (2) Escuchar historias para construir la memoria colectiva; (3) Escuchar las nuevas realidades sociales; (4) Escuchar a la naturaleza; (5) Escuchar desde la empatía y la sensibilidad.

Para configurar estos cinco ejes se ha tomado como base el modelo de Lasswell (1948), que ha permitido estructurar el acto comunicativo de la escucha en seis preguntas concretas: ¿Qué?, ¿A quién?, ¿Cuándo?, ¿Cómo?, ¿Por qué? y ¿Efecto? (Figura 1), facilitando así su interpretación desde un marco relacional y temático.

FIGURA 1. Las seis preguntas planteadas sobre la escucha basadas en el modelo de Lasswell.



Fuente: Elaboración propia.

1. Escuchar las necesidades de las personas para crear sociedades más inclusivas.

La escucha atenta y comprometida hacia las personas con necesidades es fundamental para construir espacios y vivir en entornos en los que se rompan barreras físicas y comunicativas.

Desde esta perspectiva, la inclusión significa atender, aprender y transformarse a partir del diálogo. Conformar comunidades más abiertas, diversas y sensibles. Guzmán señaló que, en el caso de la arquitectura, la escucha es fundamental para poder diseñar para personas con necesidades especiales. Es el escuchar a los otros. A lo que añade que se debe aprender cómo las personas con alguna incapacidad sensorial se relacionan con el espacio y su entorno

Hay que escuchar a los futuros usuarios de tu edificio (Guzmán, 2024).

Guzmán aporta sus reflexiones derivadas de su experiencia en el MUSAC, donde trabajó en la serie “Arte y Arquitectura”, con una marcada raíz social. La comunicadora enfatiza que, en todos sus proyectos de comisariado, siente que debe ser fiel a sus propios valores y creencias, y que siempre le han interesado temas como la sostenibilidad, la colaboración y la inclusión. De esta última señala la necesidad de hacer una arquitectura accesible para todos:

Al haber liderado dos proyectos europeos para el MUSAC sobre inclusión y accesibilidad en museos, he aprendido mucho sobre las diferentes capacidades de las personas (Guzmán, 2024).

Escuchar las nuevas realidades supone atender a los cambios en las formas de habitar y en los vínculos sociales, en la que una red de cuidados es fundamental. La escucha activa de estas transformaciones lleva a repensar cómo diseñamos los espacios y para quién.

Como recalca Amann en la entrevista, se trata de construir comunidad desde modelos más inclusivos con los niños, mujeres y ancianos.

Plantean un nuevo modo de vivir la ciudad en la que los niños juegan unos con otros dentro de un espacio seguro y protegido, que va del barrio a este edificio. Para mí es claramente el futuro [...] (Amann, 2024).

También, Amann reflexiona en torno al lugar que ocupan los cuidados en la organización de la vida cotidiana. Desde esta perspectiva hace énfasis en el modelo de vivienda denominada *coliving*:

Desde el momento en el que la mujer ha salido de casa y ya se dedica, afortunadamente, a trabajar y a estudiar, ya no hay nadie que cuide ni de los niños, de los enfermos, ni de los ancianos. Entonces, este modelo lo que hace situar los cuidados en el medio de todo y plantear que hay otro modelo de vida posible (Amann, 2024).

2. Escuchar historias para construir la memoria colectiva.

El acto de escuchar historias es una forma de encuentro. Cada relato conlleva una carga emocional, simbólica y cultural que permite comprender mejor al otro. La escucha de historias crea lazos entre generaciones y ayuda a la memoria colectiva. En contextos de crisis, como la pandemia, poder escuchar historias personales tuvo un papel reparador. A través de estas narrativas se creó una memoria compartida. También se vincula con el recuerdo y el valor del cuidado.

Como dice Guzmán (2024) en la entrevista realizada: “la memoria es fundamental en la arquitectura”. En este sentido, escuchar no es solo recibir información, sino acoger una experiencia cargada de emociones que desemboca en la expresión de la memoria vivida. En este proceso, la escucha se convierte en un medio para reconocer lo que ha sido significativo en la trayectoria de una persona. Así, como explica la arquitecta y gestora cultural:

La infancia de Frank Lloyd Wright en una zona rural, por ejemplo, tuvo una gran influencia en su diseño orgánico. Zaha Hadid, en una entrevista, dijo que sus recuerdos de la Mezquita de Córdoba le dejaron una gran impresión que influyó en sus diseños modernos. Kengo Kuma recordaba los refugios detrás de su casa, donde jugaba de niño, y por eso su arquitectura pre-

senta huecos y pasillos... Estos recuerdos salen a la superficie con el tiempo como una necesidad de construir la ausencia (Guzmán, 2024).

De la entrevista a Torrijos (2024) se desprenden diversos aspectos clave que permiten comprender cómo, por ejemplo, con el pódcast *Cómo suena un edificio* es un espacio para repensar la arquitectura a través de la escucha y las historias. En este proyecto se narran historias de personas, donde el sonido y la atmósfera desempeñan un papel fundamental. Esta estrategia comunicativa, durante el contexto pospandémico, ha supuesto una herramienta imprescindible para conectar emocionalmente con los oyentes.

La elección de los relatos y su enfoque emocional permite hablar de arquitectura desde lo cotidiano, lo íntimo y lo colectivo, integrando problemáticas sociales como el acceso a la vivienda o la sostenibilidad. El entrevistado enfatiza que toda narrativa arquitectónica parte de las personas, de sus emociones, decisiones, miedos y vínculos con los espacios. Para Torrijos: “somos personas y queremos escuchar historias de personas”. Tal y como lo explica aludiendo al tiempo:

Todas las historias nacen en el momento en que alguien las escucha por primera vez (Torrijos, 2024).

3. Escuchar las nuevas realidades sociales.

Una de las formas de habitar, ya mencionada en el punto anterior, es el *coliving*. A pesar de que es un concepto que ya existía antes de la pandemia, este ha tomado un mayor impulso en España actualmente (Comas, 2020). Este modelo de vivienda compartida ha potenciado el deseo de volver a la comunidad, de vivir en espacios donde prime el cuidado mutuo, la colaboración y la conexión humana. El *coliving* tiene consecuencias tanto a nivel social, económico o urbanístico. Hay que estar abiertos a las transformaciones y demandas que exige la sociedad, porque según la arquitecta Amann:

[...] yo creo que la pandemia lo que ha hecho no es que haya cambiado las cosas, sino que nos ha mostrado realidades de las que no nos habíamos dado cuenta de ellas. [...]. Lo que la pandemia evidenció es que había muchas personas que habitaban solas, de ellas, muchas muy mayores y de algunas con dependencia, que cuando no existía una red de cuidados y no se entendía la ciudad como una red de cuidados, se quedaron abandonadas. Por eso surgieron estas especies como de solidaridades, de barrio convivenciales, en el que le hacías la compra a tu vecino, se la llevabas... En el fondo esta forma de colaboración casi espontánea puede dar lugar a una colaboración no espontánea, a una colaboración acordada, a un compartir tiempos y espacios, y vivencias, y experiencias y es lo que hace el cohousing (Amann, 2024).

En este sentido, la escucha se convierte en una herramienta clave para acompañar y dar forma a estos nuevos imaginarios colectivos. Amann insiste en que lo aural tiene una enorme capacidad de evocación que permite formar un imaginario en el oyente y tomar decisiones en torno a la vida mucho más importante que lo visual.

Se sabe que cuando uno narra una historia, narra una experiencia, narra un modo de vida, la persona que está escuchando no es una persona pasiva, lo está traduciendo inmediatamente en imágenes. [...] la escucha lo que abre es la posibilidad de imaginarios mucho más grandes, porque cada uno va formando esos imaginarios en base a palabras, en base a experiencias, en base a referencias, en base a dónde lo esté escuchando [...] (Amann, 2024).

4. Escuchar a la naturaleza

Esta actitud de escucha no se limita a los vínculos humanos; también, como expresa Gil-Fournier, se extiende a la naturaleza y a todos los seres vivos, al reconocer las necesidades y la fragilidad de las cosas. Escuchar al entorno permite recordar el vínculo con todas las especies, donde prima el cuidado y el respeto. Esta reflexión la comparte Amann al manifestar en la entrevista que:

No analizamos las formas de dependencia que tiene la naturaleza. las especies son eco-dependientes unas de otras y esto es como de una forma natural. Nosotros hemos querido separar a la especie humana y luego, a su vez, al individuo, y, además, diferenciarlo (Amann, 2024).

También se une a este pensamiento Guzmán, para quien la importancia de la ecología y la sostenibilidad consiste en hacer que la arquitectura tenga menos impacto ambiental. La arquitecta, nacida en Manila, resalta el valor de la arquitectura vernácula, cuando explica lo siguiente:

Vengo de una ciudad hiper construida en la que se han perdido los valores de la arquitectura tropical tradicional, por eso me interesa las prácticas que van en otra dirección (Guzmán, 2024).

5. Escuchar desde la empatía y la sensibilidad.

La escucha desde este periodo se configuró como una herramienta para el cuidado emocional, la generación de vínculos y el fortalecimiento comunitario. De modo que es necesario abarcarla desde el terreno afectivo y social.

También es importante detenerse en la escucha desde la sensibilidad y la calma. En un mundo acelerado y saturado de estímulos, este tipo de escucha se vuelve una actitud. Algo que la pandemia nos ha hecho recapacitar es que escuchar se convierte en un gesto de empatía. Se centra en el silencio para poder escuchar al otro. Como expresa Gil-Fournier en la entrevista realizada:

Vamos a decir que si atender y escuchar a la sensibilidad que cada uno tiene puede ser un valor social- que yo creo que sí lo es- pues la respuesta sería sí. Que promovemos, no solo individualmente, sino que colectivamente atendamos a escuchar lo que nos dicen los territorios, lo que nos dice nuestras ciudades, nuestras plazas, nuestras terrazas, nuestros pueblos, lo que necesitamos realmente (Gil-Fournier, 2025).

Desde esta mirada, Gil-Fournier también denuncia que tras la pandemia ha habido una crisis de la sensibilidad, una crisis de la imposibilidad del encuentro con el otro. Uno de los elementos que impiden que se pueda expresar la sensibilidad, como indica, es el miedo.

Creo que la pandemia fue un momento muy duro y bonito en algunas cosas. Creo que la evolución que está teniendo todo cuatro años más tarde es muy loca, muy exagerada. Y bueno, estamos viendo muchas consecuencias, a nivel político, social, económico, etcétera. Entonces yo creo que estamos en un momento donde todas las crisis se reúnen, [...] y lo explica muy bien Morizot- que es como que la crisis que vivimos más fuerte no es la crisis política y la crisis psicológica ni todas, sino parte en todas de una crisis de la sensibilidad (Gil-Fournier, 2025).

En este contexto, la sensibilidad y la escucha están entrelazadas. El sentido de sensibili-

dad amplifica la escucha, convirtiéndola en una herramienta de cuidado y respeto individual y colectivo. De esta forma lo expresa Gil-Fournier:

Todo está relacionado desde ese lugar a nivel personal, pero también a con nivel colectivo como sociedad, por lo menos en el contexto español. [...]. Para mí es una cuestión como de atender a la sensibilidad y para atender a la sensibilidad necesitamos de nuevo una escucha profunda de nosotros y del contexto. Escuchar sin juicios, escuchar sin microjuicios, escuchar en lo que vemos, pero lo que sentimos, cuando cerramos los ojos, lo que escuchamos en una situación, lo que escuchamos solos, pero lo que escuchamos cuando estamos juntos y juntas (Gil-Fournier, 2025).

Asimismo, para el arquitecto y escritor, la escucha tiene que ver con dejar crear el espacio para que una sensibilidad muy particular pueda aparecer:

La escucha es fundamental para poder desarrollar los proyectos, la creatividad para trabajar, para que lo que hagamos tenga un sentido más allá para nosotros. Cuando también escuchar tiene que ver con un escucharse a sí mismo (Gil-Fournier, 2025).

A este respecto, Gil-Fournier, refiriéndose a Foucault, expresa que, en la práctica auditiva tenemos que escuchar muy bien a los actores de cualquier situación que veamos, cuáles son las prácticas discursivas de las prácticas no discursivas, es decir lo que decimos, pero luego lo que hacemos y lo que sucede.

Conclusiones

A través del análisis cualitativo realizado mediante entrevistas a cuatro expertos del ámbito comunicativo, cultural y arquitectónico, se ha podido constatar que el valor de la escucha se ha revalorizado tras la pandemia, no solo como un acto de comunicación, sino como una práctica transformadora de la sociedad. Esta escucha, que abarca lo social, lo personal y lo espacial, se presenta como una herramienta para construir vínculos, activar la memoria y propiciar entornos más inclusivos y sostenibles.

En primer lugar, los resultados obtenidos de la entrevista con Kristine Guzmán muestran que la escucha de las personas con necesidades especiales es fundamental para el diseño de espacios más accesibles en las ciudades. Este hallazgo implica que escuchar significa también comprender cómo se vive el espacio desde la diversidad. Esto exige una arquitectura comprometida con los cuidados, que se guíe por valores como la empatía y la colaboración.

En esta misma línea, las aportaciones de Atxu Amann llevan a concluir que después del COVID-19 es necesario escuchar realidades que ya existían pero que no las habíamos percibido, como es el caso del *coliving*. Esta tendencia en auge ha abierto caminos hacia modos de vida alternativos basados en el cuidado mutuo y la comunidad. La pandemia mostró la fragilidad de las formas tradicionales y la necesidad urgente de rediseñar los modelos de convivencia.

Por otra parte, las percepciones expuestas por Pedro Torrijos evidencian que la escucha de historias cumple un papel esencial en la configuración de la memoria colectiva. Las narrativas se convierten en hilos que tejen un relato común, especialmente en contextos de crisis como el vivido durante la pandemia.

Por último, con la entrevista a Mauro Gil-Fournier se ha confirmado el papel de la escucha desde la sensibilidad y el encuentro con uno mismo, con el otro y con el entorno. Aquí, lo

aural se transforma en una herramienta de creación, imaginación y conexión.

La pandemia puso de manifiesto que los desafíos globales no se pueden afrontar con acciones aisladas, sino que se requiere de un esfuerzo colectivo y un cambio en las prioridades de las personas. En momentos de crisis crece la conciencia y la importancia de actuar con responsabilidad y empatía hacia los demás. Esto puede explicar la primacía de la escucha tras este periodo vivido.

En suma, de las percepciones de los entrevistados se puede concluir que tras el COVID han surgido nuevas formas de habitar y relacionarnos. La acción de escuchar emerge como una práctica ética y participativa que permite construir comunidad, memoria colectiva y nuevas formas de habitar en sociedad.

Referencias bibliográficas

- Apolonio, L. y Garrido-Román, M. (2021). La estética de la escucha: diálogos sensoriales, lúdicos y poéticos con la ciudad. *Anales Del Instituto De Investigaciones Estéticas*, 43(119), 11–48. <https://doi.org/10.22201/iie.18703062e.2021.119.2753>
- Bartolomé, E., Coromina, L. y Dülmer, H. (2021). Valores bajo presión: estudio preliminar sobre el cambio de valores ante la crisis de la COVID-19 en España. *Revista Española de Ciencia Política*, 55, 143-165. <https://doi.org/10.21308/recp.55.06>
- Chion, M. (1994). *Audio-Vision: Sound on Screen*. Columbia University Press.
- Comas, L. (2020). Era post covid-19: coliving, una tendencia que continuará vigente en la nueva normalidad. *Inmueble: Revista del sector inmobiliario*, 202, 25-29.
- Czarniawska, B. (2004). *Narratives in Social Science Research. Introducing Qualitative Methods*. London: Sage Publications.
- Durán Vilches, M.; Carcelén García, S. y Ruiz San Román, J. (2023). La producción de discursos sociales en entornos digitales: La comunidad digital como metodología de investigación social. *Teknokultura. Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales*, 20(2), 183-194. <https://doi.org/10.5209/tekn.83473>
- Feria Avila, H., Matilla González, M., & Mantecón Licea, S. (2020). La entrevista y la encuesta: ¿métodos o técnicas de indagación empírica? *Didáctica y Educación*, 11(3), 62–79.
- Flick, U. (2014). *An Introduction to Qualitative Research*. 5th Edition, Sage Publications, London.
- González-Vega, A. M. del C., Molina Sánchez, R., López Salazar, A. y López Salazar, G.L. (2022). La entrevista cualitativa como técnica de investigación en el estudio de las organizaciones. *New Trends in Qualitative Research*, 14, e571 <https://doi.org/10.36367/ntqr.14.2022.e571>
- Halbwachs, M. (1950): *La mémoire collective*. Paris: Presses Universitaires de France. (2ème éd.: Paris: Presses Universitaires de France, 1968; trad.: La memoria collettiva. Milano: Angeli, 1987).
- Halbwachs, M. (2004). *La memoria colectiva*. Prensas Universitarias de Zaragoza.

- Hervás, M. (2022). *La escucha del ojo. Un recorrido por el sonido y el cine*. Exit Publicaciones.
- Kvale, S. (2011). *Las entrevistas en investigación cualitativa*. Ediciones Morata.
- Kvale, S. (1996). *Interviews: An Introduction to Qualitative Research Interviewing*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Lasswell, H. D. (1948). The structure and function of communication in society. In L. Bryson (Ed.), *The communication of ideas*. New York: Harper and Row.
- León Suárez, J. P. (2019). La escucha en la educación. *Lenguaje*, 47(2), 268–305. <https://doi.org/10.25100/lenguaje.v47i2.6808>
- López Estrada, R. E. y Deslauriers, J.P. (2011). La entrevista cualitativa como técnica para la investigación en Trabajo Social. *Margen. Revista de trabajo social y ciencias sociales*, 61, 2-19.
- Mălureanu, F. y Enachi-Vasluiianu, L. (2016). The importance of elements of active listening in didactic communication: A student's perspective. CBU International Conference Proceedings, *ISE Research Institute*, 4(0), 332-335.
- Márquez-Fernández, Á. B. (2011). La escucha: el valor de la palabra hablada. *Revista Ensayos Pedagógicos*, 6(1), 55-65. <https://doi.org/10.15359/rep.6-1.3>
- Mendoza García, J. (2005). La forma narrativa de la memoria colectiva. *Polis*, 1(1), 9-30.
- Morse, J. (1995). The significance of saturation. *Qualit. Health Res.* 5, 147-149.
- Morse, J. (2015). Data were saturated... *Qualit. Health Res.* 25, 587-588.
- Motta Ávila, J. H. (2017). Listening Attitude as a Foundation for Communication and Democracy in the Classroom. *Cuadernos de Lingüística Hispánica*, (30), 149–169. <https://doi.org/10.19053/0121053X.n30.0.6192>
- Nadal García, I., Balsera, F. y Fernández, C. (2016). Escuchar, sentir y comprender nuevas impresiones sonoras a través de las emociones. *Eufonía didáctica de la música*. 68. 47-52.
- Ortega-Bastidas, J. (2020). ¿Cómo saturamos los datos? Una propuesta analítica “desde” y “para” la investigación cualitativa. *Interciencia*, 45(6), 293-299.
- Palmese, C. y Carles Arribas, J. L. (2020). Historias sonoras del COVID-19. Nueva intimidad, nueva comunidad. *HipoTesis Serie Numerada*, 8, 39–48.
- Perpiñá, C. (2012). *Manual de la entrevista psicológica: saber escuchar, saber preguntar*. Psicología Pirámide
- Puyol, Á. (2022). El papel de la solidaridad en una pandemia. *Revista Española De Salud Pública*, 96.
- Rizo García, M. y Gayà Morlà, C. (2022). Museos, memoria colectiva e imaginarios narrativos. La comunicación participativa como estrategia para construir relatos no hegemónicos en museos con vocación social, *Artnodes*, 29. <https://doi.org/10.7238/artnodes.v0i29.393014>
- Rodero-Antón, E. y Blanco-Hernández, M. (2020). El papel de la radio en situaciones de crisis. Iniciativas en la pandemia del coronavirus. *Index.comunicación*, 10(3), 193-213. <https://doi.org/10.33732/ixc/10/03Elpape>

- Sirman, N. (2015). Constituting Public Emotions through Memory: Interviewing Witnesses. *New Perspectives on Turkey*, 34, 31-46. <https://doi.org/10.1017/S0896634600004362>
- Toledo Araya, L. (2023). Educación en la postpandemia: el desafío de la escucha. *Revista Educación Las Américas*, 12(1). <https://doi.org/10.35811/rea.v12i1.235>



Diversas miradas del artista sobre la vulnerabilidad del mundo del arte contemporáneo

Various views of the artist about the vulnerability of the world of contemporary art

Marina Asenjo Fernández

<https://orcid.org/0009-0009-8833-6070>

marinaas@ucm.es

Universidad Complutense de Madrid (UCM), Madrid, España

Recibido: 04/12/2024

Aceptado: 07/05/2025

Resumen: En este trabajo se pretende mostrar la mirada de diversos artistas contemporáneos sobre el mundo del arte. Para ello, se ha entrevistado a doce artistas contemporáneos mediante entrevistas semiestandarizadas. Además, se ha desarrollado un planteamiento teórico mediante el pensamiento de filósofos como Walter Benjamin, Mark Fisher y Slavoj Žižek.

Como conclusiones se puede extraer que el mercado del arte está totalmente condicionado por la sociedad poscapitalista actual.

Uno de los factores que afectan al mundo del arte es la descontextualización de las obras. La descontextualización se produce principalmente en los museos y, junto a la reproductibilidad técnica, es la responsable de que las obras pierdan su aura. La reproductibilidad técnica también es la responsable de la mercantilización de las obras.

El arte actualmente tiene dos corrientes en su creación. Una en la que el arte se desarrolla desde el conocimiento de una ideología o un discurso, y otra en la que el arte se desarrolla ajeno a la ideología y, por ende, a la realidad de la que se rodea.

Palabras clave: Arte contemporáneo, Mundo del arte, Mercado del arte, Contracultura, Poscapitalismo.

Abstract: In this work we intend to show the insights of several contemporary artists on the current art zeitgeist. In order to do this, we have done semi-standard interviews to twelve contemporary, active artists. Besides, we have developed a theoretical frame using the thesis by philosophers Walter Benjamin, Mark Fisher and Slavoj Žižek.

We reached the conclusion that the art marketplace is entirely conditioned by the current post-capitalist society.

One factor affecting the world of art is the decontextualization of the artwork.

This occurs mainly in museums and, adding mechanical reproduction, it is the reason for the loss of aura of the art piece. Mechanical reproduction is also responsible for the commodification of the work of art.

Currently, there are two schools of thought regarding art production: One stipulates art is created within a discourse, an ideology, aware of its context. The alternative says art is created alienated from ideology and thus the reality in which it is created; art-for-art's-sake.

Keywords: Contemporary art, World of art, Art marketplace, Counterculture, Post-capitalist.

Introducción

El mercado del arte contemporáneo surge dentro del sistema poscapitalista, donde se imposibilita la entrada a nuevos artistas. Aquellos que logran acceder, se encuentran con la imposibilidad de capitalizar su propio arte o de crear un verdadero movimiento contracultural.

Filósofos como Mark Fisher, en su libro “Realismo capitalista ¿No hay alternativa?”, desarrollan la idea de la incapacidad de crear un movimiento contracultural anticapitalista sin la propuesta de un nuevo sistema que pueda enfrentar al capitalismo (2016).

Con este trabajo, me propongo averiguar si esta idea es cierta. Si se puede desarrollar un discurso político desde el arte que pueda enfrentar al sistema poscapitalista, aún siendo participante en la mercantilización. Lo que podríamos llamar una contracultura.

El objetivo de este artículo es explorar la presencia social de las ideas de Fisher (2016) en los círculos artísticos actuales.

Desarrollo

Metodología

Para la realización de este trabajo, he usado una metodología basada en un marco conceptual y en entrevistas semiestandarizadas.

Por un lado, para el desarrollo del marco conceptual, he utilizado fuentes de diversas teorías filosóficas, como el realismo capitalista y como este afecta a la cultura de Mark Fisher, la reproductibilidad técnica y el aura de la obra de Walter Benjamin y la ideología de Slavoj Žižek.

Para desarrollar un acercamiento a la realidad, he utilizado como fuente una serie de entrevistas semiestandarizadas que se halla entre los extremos de la entrevista estructurada y la completamente desestructurada, donde se pregunta sobre los temas que se desean cubrir, pero sin un cuestionario formalizado (de Miguel, 2005, p. 253). Estas entrevistas semiestandarizadas fueron realizadas a artistas contemporáneos, principalmente pintores, que accedieron a realizar la entrevista y cuyos testimonios servirán para apoyar la parte teórica del trabajo. Para elegir a los artistas que fueron entrevistados tuve en cuenta que necesitaba una muestra que tuviera hombres y mujeres de diversas edades y que cubrieran tanto el arte abstracto como el arte figurativo para poder tener una variedad mayor de artistas que trabajasen de formas variadas.

¿Qué es el arte contemporáneo?

El impresionismo es conocido por ser la primera vanguardia y fue desarrollado a finales del siglo XIX. Se caracterizó por la importancia de la luz y el color. Los impresionistas se opusieron al academicismo. Hasta la aparición del impresionismo, la academia separaba los géneros mayores (historia, mitología y religión) de los géneros menores (retrato, paisajes, bodegones, desnudos y escenas).

Tras el desarrollo de las vanguardias del siglo XX, la concepción del arte fue cambiada. Las vanguardias supusieron la invención del espacio con el cubismo, la proliferación del yo con el expresionismo y el arte abstracto, y abrieron el mundo del arte para la cultura de masas con el arte pop (Hughes, 1981).

Los artistas de finales del siglo XX cuestionaron y deconstruyeron estos estilos anteriores. En este contexto es en el que surge el arte contemporáneo (Hughes, 1981).

Según Terry Smith, ha sido muy complicado poder generalizar el arte contemporáneo y darle un significado exclusivo debido al miedo a recaer en el esencialismo y a que, si no se define el arte contemporáneo, se ofrece un campo abierto. Para el autor, esto no es más que una máscara insulsa sobre el arte de nuestra época (2012, p. 15).

La palabra contemporáneo viene del concepto '*con tempus*', que empezó a utilizarse para hacer referencia a una multiplicidad de relaciones entre el ser y el tiempo. También, se originó en contraste con otros términos, en concreto aquellos asociados al concepto de lo moderno. Durante buena parte del siglo XX, lo contemporáneo fue el gran segundón de lo moderno. En los años 50 comienza a gestarse el cambio del arte moderno al arte contemporáneo y se volvió inequívoco desde los años 80 (Smith, 2012, p. 19).

Como conclusión de esto, determinamos que el arte contemporáneo es una subcultura internacional, activa, expansionista y proliferante desde 1980 (Smith, 2012, p. 299).

A diferencia del arte anterior al de la década de los 80, el arte contemporáneo se sitúa en un plano en el que es imposible distinguir entre un estilo gerencial predominante. Esto se debe a la propia realidad del espíritu del arte contemporáneo, donde no hay ningún criterio, a priori, de cómo el arte debe verse (Danto, 2002, p. 28).

Perfiles de los artistas

Artista 1. Doris Araujo, conocida como *@the_naked_lady* en Instagram, es una artista que se define a sí misma como nacida para el arte. Para ella el arte es un don y una capacidad de entender los conceptos y la vida figurativa de otra manera.

Su carrera como artista tomó un rumbo más serio hace unos 15 años, ya entrados sus 30 años, debido a la dificultad de conciliar el arte con su vida familiar. Trabaja los conceptos femeninos, le gusta mostrar conceptos basados en la percepción de la mujer, pero ahora está variando un poco y está tomando la percepción masculina.

Artista 2. Alejandro Carpintero, en Instagram como *@*, es un pintor nato, que lleva toda su vida pintando, por lo que ha pasado por un montón de etapas. Combina su faceta de pintor con su faceta de profesor de pintura. Su formación es de pintor casi impresionista con pinturas al aire libre de paisajes, pero con el tiempo se dio cuenta de que su espacio reside en la figura humana. Para él, con sus 42 años, sigue en busca de su estilo, aunque muy pronto encontró sus temas.

Artista 3. Alexander Grahovsky, en Instagram como *@agrahovsky*, es un artista alicantino de 43 años que lleva tres años dedicado al mundo del arte a tiempo completo. Antes de esto, trabajaba por las mañanas como desarrollador y por las tardes era pintor.

La base de su arte es la pintura, algo que él mismo define como muy clásico, pero la manera de acercarse a la pintura, técnicas, formatos y los temas son más contemporáneos.

Artista 4. Christina Krah, *@krah_art* en Instagram, es una pintora joven que acaba de introducirse en el mercado del arte. Es mitad alemana y mitad española, esto se refleja en su arte en el que mezcla el conceptual alemán con los colores más vivos españoles. Su obra se basa en paisajes abstractos.

Artista 5. Blanca, alias Lil Blanc, conocida en Instagram como @, es un prototipo de artista extraño. Viniendo del mundo de la arquitectura y con la pintura acompañándola toda la vida, dejó el mundo de la arquitectura, al que ella se refiere como “mundo gris”. Dejar atrás la arquitectura para retomar la pintura es lo que la salvó.

Su obra la define como colorista y alienígena, centrada en mundos galácticos. La salvó del mundo gris y del miedo a saltar al vacío cuando tenía 27 años, después de acabar sus estudios y darse cuenta de que era algo que no le gustaba. Su obra es su salvavidas.

Artista 6. Isabela Lleó Castells, conocida como *@isabelalleo_sculpture* en Instagram, es una escultora de 62 años que se dedica principalmente a la escultura en piedra y, en menor medida, bronce o a partir de cosas que encuentra como cartones. También toca la pintura, el grabado y el videoarte, pero de forma más esporádica.

Su formación es de cine y comunicación visual con nuevas tecnologías como la animación 3D, pero ha desarrollado su carrera profesional en disciplinas más clásicas.

Artista 7. Arturo Méndez, conocido en Instagram como *@arturomendez_art*, es un artista murciano que se dedica al mundo del arte, como él dice 'entre otras cosas'. Lo define así debido a las complicaciones que presenta el mundo del arte y a cómo muchas personas lo compaginan con otros trabajos, en su caso lo compagina con la construcción.

Su trabajo como artista plástico y visual se basa en proyectos donde se plantea diálogos sobre dualidades, donde el foco reside en lo oculto y lo misterioso. Trabaja principalmente con la pintura para evidenciar el velo que dificulta nuestro modo de ver el mundo. Representa con su obra un mundo fantasmagórico, enigmático y, en ocasiones, incluso perturbador, con el que define la sociedad contemporánea.

Artista 8. Cristina Mur, en Instagram como *@cristina_mur_artist*, es una pintora abstracta de 57 años del País Vasco, pero que actualmente reside en Madrid. Compagina su vida como artista con su trabajo como diseñadora de aplicaciones web. Su obra se inspira en artistas como Tapies o Cy Twombly.

Artista 9. Judith Peris Gatell, *@judith_art* en Instagram, es una artista de 21 años estudiante de 2º de carrera de Bellas Artes que acaba de incorporarse en el mercado del arte.

Su arte está muy vinculado con la psicología. Desarrolla su proyecto tanto en el arte figurativo como en el arte abstracto con técnica mixta.

Artista 10. Marco Prieto, en Instagram *@sr_gotta*, es un pintor madrileño. Es el típico ejemplo de niño artista que, tras estudiar la carrera, enfocó su proyecto artístico en usar la violencia como parte constructiva en vez de destructiva hacia el formalismo.

Trabaja principalmente desde el retrato, pero últimamente está expandiendo su obra al cuerpo entero.

La inspiración de su trabajo viene tras el 15M y su descubrimiento de que la violencia no es un arma de un solo filo, sino de dos. La violencia es una herramienta que está monopolizada por el poder.

Artista 11. Ana Reynolds, conocida como *@ana_reynolds_* en Instagram, es una pintora abstracta que empezó a pintar tras superar una grave enfermedad que le hizo darse cuenta de que su vida, que siempre había estado enfocada al sector de empresariales, debía dar un giro de 180º y se dedicarse a su pasión. Empezó dedicándose a la fotografía, pero esta solo le transmi-

tía la imagen real, y ella buscaba transmitir lo que tenía dentro, entonces empezó a pintar para plasmar lo que no le daba la fotografía.

Sus pinturas transmiten calma mediante el uso de colores terciarios y se suelen basar en la naturaleza o en recuerdos suyos. Intenta plasmar en sus obras lo que le transmite lo que ella siente.

Artista 12. Pascual Rodríguez, en Instagram como *@paskrod*, es un pintor figurativo murciano de 33 años. Su trayectoria artística se ha establecido desde la duda y la discriminación. Actualmente, seguir sus instintos es lo que le lleva a crear de una manera muy mecánica y visceral desde el autoconocimiento.

El mercado del arte

El mercado del arte, tal y como lo conocemos actualmente, solo puede darse en un sistema poscapitalista con un sector de servicios enormemente crecido y con grandes excedentes de beneficio. Paralelo a este sistema, se desarrollan de una manera simultánea la nueva industria cultural y un sector público capaz de asumir tareas más allá del orden de un cierto bienestar. Hoy en día, la generación de riqueza no depende solamente del desarrollo y la optimización de recursos productivos, sino de la extensión y el asentamiento de potentes mercados de consumo abiertos más allá de los bienes de necesidad (Brea, 2004, p. 16).

El mercado del arte, por ende, se comporta como un mercado elitista en el que solo algunos sujetos son capaces de introducirse y lograr formar su carrera como artista. “Artista 3” dice “El mercado se queda pequeño para el artista, pero porque somos muchos los que intentamos vivir de ello y yo creo que, sobre todo, a nivel nacional lo que no hay es tanto mercado para tanto artista”. Hay opiniones como la de “Artista 4” que lo atribuye a la falta de cultura “Puede parecer inaccesible y muchas obras están sobrevaloradas. [...] También hay falta de cultura porque mucha gente piensa que las obras están sobrevaloradas, pero así funciona el mercado del arte.”

Este nuevo mercado del arte está compuesto por diversos intermediarios, como lo pueden ser las galerías o las ferias, que generan una estructura separada de la producción material y simbólica que le permite al artista separarse de los aparatos de poder que manejan el mercado (Brea, 2004, p. 13).

Para definir el mercado del arte también es importante entender el tipo de bienes que ejercen como mercancías. Los cuadros, por encima de cualquier cosa, son objetos que pueden ser comprados y poseídos. Un mecenas, o un galerista, no puede rodearse de música o poemas de la misma manera que se rodea de cuadros (Berger, 2000, p. 96).

Hay muchos artistas que reconocen que la figura de las galerías es fundamental dentro del mundo del arte cuando su trabajo está bien realizado. “Artista 2” dice “Yo creo que tiene que haber la figura de galerista y la figura de marchante. O sea, creo que es importantísimo para los pintores porque las habilidades para vender un cuadro y para pintar un cuadro son muy diferentes.”

También las galerías son personas que tienen que hacer negocio. Hoy es más fácil lograr clientes por tu cuenta y no depender de galerías. Depende del tipo de artista porque hay artistas que quieren exponer en galerías y hay artistas que quieren vender. (Artista 4)

Yo personalmente antes estaba muy en contra de ir a través de galerías, pero con el tiempo

he llegado a la conclusión de que para mí es prácticamente imposible vender mi propia obra, no estoy capacitada para hacer ese trabajo. (Artista 6)

Para otros artistas, los intermediarios pueden suponer un inconveniente para ciertos artistas por considerar sus tarifas abusivas y porque sigue siendo complicado acceder al mercado del arte contemporáneo sin el apoyo de los galeristas. Artistas que han apoyado esta idea como “Artista 1” diciendo “Existe el negocio del arte. [...] Yo creo que este mercado del arte es completamente erróneo. [...] Somos muchos los artistas que ya nos hemos dado cuenta de que no vale la pena incursionar por intermediarios” o “Artista 11” que dice “Por ejemplo, si tú quieres ir a una feria que al final es currículum tienes que ir con una galería. [...] Entonces me parece que hay demasiados intermediarios y vender tú sola es imposible.”

Sí que es cierto que si quieres ir a una feria de arte te tiene que llevar una galería. Eso significa que al final sigue siendo un mercado del galerista. [...] Creo que no es como antes, por lo que me han contado. Pero al final yo sí que necesito de la galería y gracias a la galería yo he tenido la visibilidad que tengo. (Artista 5)

Otro de los problemas que presentan las galerías es el no cumplir con el trabajo que se supone que deberían realizar. Muchos artistas creen que, pese a que es importante la figura de las galerías, en ocasiones no realizan su trabajo de amplificar el alcance de la obra.

He visto galerías más honestas, galerías que un poco menos y gente que sencillamente te coge una temporada, te explota dentro de sus posibilidades, pero no te hace crecer a nivel de público. Lo que a mí me gustaría en una relación galería-artista es que el artista aportará el público que ya tiene y la galería lo que hiciera fuera amplificar ese público. (Artista 3)

El público general ya no entra a las galerías porque piensan que le van a abordar para venderte obra y no es así. [...] Yo creo que al final para nosotros, para los artistas, el tener o estar en una galería es algo superimportante. Ahora también te digo una cosa, depende de la galería. Te explico, es importante acceder a una galería, pero que muevan tu trabajo. (Artista 7)

La figura del galerista puede suponer un alivio para el artista, pero también ejerce como separación del artista con el mundo real que rodea al arte y le evade de entender cómo funciona el sistema del que forma parte. Hay artistas que se mantienen al margen de la realidad que les rodea respecto al mercado en el que participan como “Artista 2” que dice “Yo vivo un poco al margen de eso porque no se puede saber de todo. Eso es casi ya otro trabajo, ya pintar absorbe demasiado.”

Actualmente, la forma en la que un artista quiera capitalizar su obra ya no solo es mediante los intermediarios.

Lo bueno que tenemos hoy en día es que te lo puedes montar como tú quieras. Mercado para mí es todo lo que implique una transacción entre dos personas [...] Dicho eso, ahora tenemos la posibilidad de hacer una transacción online internacional y por otro lado, siento que se pueden permear muchas más capas y estratos sociales en este momento. (Artista 12)

Los artistas pueden ya no solo capitalizar su obra, sino que pueden capitalizar todo su proyecto artístico. Cada vez se puede vivir más de tu proyecto artístico que de tu obra. [...] De repente las posibilidades de vivir de tu arte no solo están relacionadas intrínsecamente con vender tu obra. (Artista 10)

Dentro de estas nuevas formas para acceder al mercado del arte las redes sociales han

supuesto un gran impacto. Muchos artistas han logrado incursionar en el mundo del arte de la mano de las redes sociales y las han podido utilizar para empezar a capitalizar su obra sin la necesidad de intermediarios.

Se podría equiparar la aparición de Internet con la Revolución Industrial. (Annunziata, 2012) Al igual que en esta, Internet ha cambiado la dimensión económica, social y cultural de la sociedad. Dentro de Internet, las redes sociales han adquirido un gran peso para el arte contemporáneo y ejercen como dispositivos de distribución masivos (Brea, 2004, p. 62). De alguna manera se podría decir que Internet y las redes sociales ejercen un papel democratizador dentro del mundo del arte. Muchos artistas inician sus carreras mediante las redes sociales o comparten su proyecto a través de redes sociales teniendo un alcance internacional. Casi todos los artistas hablan de las redes sociales como un instrumento de ayuda como “Artista 2” que dice “Los artistas, si no tienen una galería, una representación física, si pueden, a través de las redes sociales e Internet hacer muchísimo”, “Artista 5” dice “Tú puedes utilizar tus medios, las redes sociales y demás para darte a conocer y no necesitas encajar tanto en lo que las galerías piden”, “Artista 7” dice “Hoy en día, con todo el tema de las redes sociales y tal, puedes mover tu trabajo por todo el mundo y puedes vender obra a través de las redes sociales sin estar en ninguna galería”, “Artista 11” dice “Las redes sociales ayudan mucho porque te ven personas de diversas partes del mundo” o “Artista 12” que dice “Hoy en día, la oportunidad es mayor. De alguna manera, más democrática. Pero porque tienes una manera muy directa. [...] Cuando yo acabe la facultad las redes sociales ya eran un hecho social.”

Las redes sociales van poco a poco integrándose más en el pequeño y elitista mercado del arte, intentando poco a poco abrir un hueco a nuevos artistas. Esta nueva democratización del mundo del arte va haciendo que algunos de los actores tradicionales del mercado del arte, como las galerías, vayan desapareciendo. “Artista 10” dice que “Los poderes fácticos cambian en el mundo privado, las galerías están siendo cambiadas por grandes marcas y por fundaciones y coleccionistas privados por lo que ya no hace falta pasar por una galería para comprar arte.”

El significado del arte descontextualizado

El museo, criatura de nuestro tiempo, no puede actuar como un cuartel del pasado, como un lugar retrospectivo (Bolaños, 2023). Los museos recogen las obras del pasado y las acercan a las personas del presente, pero en esta colecta y conservación se produce la descontextualización.

El poder del realismo capitalista deriva parcialmente en la forma en la que el capitalismo subsume y consume todas las historias previas. Es este efecto de su “sistema de equivalencia general”, capaz de asignar valor monetario a todos los objetos culturales. [...] Paseando por el Museo Británico, nos encontramos con objetos extraídos de sus mundos vitales y reensamblados como en la cubierta de una nave espacial de la saga Predator. (Fisher, 2016, p. 25)

La descontextualización de las obras es uno de los problemas que se plantean en los museos actualmente. Este problema se liga constantemente al colonialismo, a cómo los imperios europeos se apropiaron de diversas piezas de arte de los territorios colonizados. Algunos ejemplos de esto serían “*La Puerta de Ishtar*”, una de las puertas de la muralla interior de Babilonia, que se encuentra en el Museo de Pérgamo de Berlín, o las esculturas de la cultura Nok, provenientes de Nigeria, expuestas en el Museo Louvre de París.

A parte de esta descontextualización vinculada al colonialismo, la descontextualización de la obra también está vinculada a la creación de los museos como medio de consumo y de entretenimiento para las masas.

Las obras pictóricas desvinculadas de su contexto hacen que estas pierdan su significado. Las obras tienen una datación y una autoría concreta, pero el valor de estos datos es insuficiente. Cuando solo se tiene en cuenta esto, en los museos, se establece el tiempo como una dimensión estable y el momento artístico como una unidad. Pero esto no es así, el tiempo, como experiencia humana, es todo menos una obviedad natural (Bolaños, 2023).

La descontextualización de las obras hace que se diluya su contenido.

Se diluye totalmente el significado de las obras. Porque hay un momento donde dejas de consumir la obra por su significado y lo empiezas a comprar por el recuerdo. La obra sí que pervive, pero la mayoría de la gente que la compra no va más allá del significado. (Artista 3)

Con este consumismo también se llega a la sobreexplotación de ciertos artistas que pasan de tener unos ideales revolucionarios y de proponer nuevas preguntas a convertirse en maquinaria del sistema poscapitalista.

La descontextualización de las obras de arte es el poder del sistema que al final tritura todo. Al igual que Frida Kahlo o el Che Guevara, todas las figuras que en un principio eran revolucionarias se las ha comido el mercado. (Artista 10)

El hecho es que la pintura es incapaz de convertirse en el objeto de una recepción colectiva simultánea. [...] Y aunque de esta circunstancia no se pueden sacar muchas conclusiones respecto al papel social de la pintura, sí que resulta ser un grave impedimento en el momento en que en determinadas circunstancias la pintura se ve confrontada directamente con las masas, por así decir, en contra de su naturaleza. (Benjamin, 2021, pp. 95-96)

Los museos, también, presentan trabas para introducir obra nueva, incluso en las conocidas exposiciones temporales que se organizan con el fin de atraer a gente y conseguir ingresos, por ende, acaban siempre exponiendo a los mismos artistas que el público general conoce y consume. “Artista 8” critica esta práctica de los museos “Voy a hacer una exposición de Dalí porque sé que va a haber mucha gente interesada y, por ende, facturación. Esto hace que los museos buscan atraer a la gran masa de público”. Esto dificulta el acceso a los museos por parte de los artistas contemporáneos y dificulta que el gran público pueda conocer a nuevos artistas.

Los museos ejercen como puerta de entrada del público general al mundo del arte y deberían facilitar el acceso al arte contemporáneo. En la actualidad, el arte moderno se encuentra mucho más aceptado y resulta más comprensible para un público que aún no llega a entender el lenguaje del arte contemporáneo.

Está bien que se reproduzcan las obras maestras y se den a conocer porque eso es cultura, aunque sean siempre las mismas. El arte contemporáneo es muy elitista y ya casi se ha convertido en un idioma y si no hablas ese idioma no te enteras de nada. En cambio, los cuadros que ya están aceptados ejercen como la puerta para las personas que quieren acercarse al mundo del arte contemporáneo. (Artista 2)

¿Cómo afecta la mercantilización en masa del arte y la reproductibilidad técnica de la obra en la forma que consumimos arte?

En el libro “La obra de arte en su era de reproductibilidad técnica” (2021, p. 65), Walter Benjamin explica que la obra de arte siempre se ha podido reproducir. Los humanos siempre han podido copiar lo que producen otros humanos, incluso esto era usado por discípulos de diversos artistas que, en los talleres de sus maestros, copiaban sus obras para ejercitarse el arte. Ante esto, Benjamín lo diferencia de la reproducción técnica de la obra. La reproducción técnica de la obra no es algo nuevo, los griegos podían reproducir en masa obras de arte que utilizaban los procedimientos de fundición y acuñación, como bronces, terracotas o monedas. Estas eran las únicas obras que ellos podían reproducir en masa. Otros medios que se fueron usando a lo largo de la historia para la reproducción en masa de obras fueron el grabado en madera por el que se pudieron realizar por primera vez reproducciones de creaciones gráficas. En la Edad Media, al grabado en madera se le unieron el grabado en cobre y el aguafuerte y, a comienzos del siglo XIX, la litografía. Tras la litografía, la fotografía alcanzó otro nivel de reproducción en masa (Benjamin, 2021, p. 66).

La reproductibilidad técnica del arte hace que este pierda su significado debido a que es la responsable de la descontextualización total de la obra. Esta reproductibilidad también hace que el grueso de la población se aleje del arte actual y se quede estancado en períodos anteriores del arte. “Artista 3” dice “La reproductibilidad masiva está ligada a la explosión de los medios de comunicación y la fotografía y ahora es el momento en el que todo el mundo quiere tener un pedacito de arte” y “Artista 10” dice “Las clases bajas solo pueden acceder a reproducciones de las obras, no al arte como un objeto absoluto, original y originario del artista.”

Creo que el arte debe añadir cosas nuevas que no se han dicho, es lo que deben hacer los artistas porque lo que se ha dicho muchas veces ha perdido el sentido [...] El hecho de reproducir una obra muchas veces le pierde el sentido. (Artista 2)

La reproductibilidad técnica también puede estar ligada con el consumo en masa de souvenirs, camisetas y otros objetos donde se reproducen obras de arte por puro consumismo.

Yo pienso que la gente que compra estas reproducciones, bueno, primero que todo salen al mercado porque hay un comprador. Pero, el normal de la gente no se culturiza ni sabe tanto de historia del arte porque el normal de la gente tiene que salir a trabajar para poder vivir porque nada se le ha dado. (Artista 1)

Hay un momento donde dejas de comprar la obra por su significado y lo empiezas a comprar por el recuerdo. La obra sí que pervive, pero la mayoría de la gente que la compra no va más allá del significado. Es la manera en la que consumimos hace que cada vez el ciclo sea más corto porque desde que sale algo nuevo hasta que llega al mainstream pasa muy poco tiempo y, además, cada vez tenemos una nostalgia más corta. (Artista 3)

Tú estás accediendo a una reproducción de la pieza para decorar tu casa, no para disfrutar de esa obra en su totalidad porque no es ese cuadro. [...] O sea, no podemos asumir que eso significa un acceso de la clase baja al arte por esto mismo, porque la naturaleza de esa obra de arte se pierde y de repente accedemos a un souvenir en vez de a una obra de arte original. (Artista 10)

Luego de eso a llevarlo a souvenirs y ese tipo de cosas, a mí me parece que es como “La Gioconda” que está en todos sitios, ¿realmente la gente sabe cuando compra un imán de “La Gioconda” sabe lo que está comprando? [...] Yo creo que lo compran por comprar. Me parece

que cae un poco la obra. (Artista 11)

Uno de los puntos más importantes que desarrolla Benjamin es el aura de la obra. El aura está ligada con el aquí y el ahora, no se puede copiar el aura de una obra (Benjamin, 2021, 85). Cuando una obra es reproducida en masa, el aura no va en esa copia. El aura de las obras, en el sistema poscapitalista y desde un punto de vista consumista, está totalmente condenada a no existir.

El discurso del arte

“El arte de cualquier época tiende a servir a los intereses ideológicos de la clase dominante” (Berger, 2000, 97).

Ante el tema de si el arte debe o no tener una ideología, o discurso, para justificar su existencia se dan dos corrientes principales. Para algunos artistas no se puede concebir el arte sin ideología. Dentro de esta corriente, hay artistas que desarrollan la ideología dentro de la obra. “Artista 11” dice “Yo conozco artistas que no tienen nada detrás y conozco artistas que tienen discurso detrás, que es mi caso. Me parece que todo vale, pero me gusta más cuando hay un discurso detrás.”

Si tú vas a hacer una obra hay una diferencia entre lo que es arte y artesanía. Son dos cosas diferentes, el buen arte tiene un contexto por detrás, un algo, así sea mínimo. Pero en el momento en el que tu obra no tiene nada detrás es artesanía. (Artista 1)

Yo pensaba que no, que podía ser sencillamente estético, pero últimamente hasta la estética tiene connotaciones políticas detrás aunque uno no las plantee al crear. Porque a nivel estético estás dejando cosas fuera, estás definiendo cosas que te interesan o no. [...] Creo que es inevitable que el arte tenga un fondo político incluso aunque solo sea estético, ya que estás declarando que quieres dejar de lado ciertos temas y que estás reservando un espacio para disfrutar. (Artista 3)

Yo creo que el arte tiene que tener contenido. [...] Entonces creo que el arte por el arte es tirar material a la basura, es gastar de más. Pero también se instrumentaliza para que la maquinaria del sistema no cambie. [...] O sea, un arte que no cuestione el sistema, ya estemos en el momento político que estemos, es un arte que le viene bien al sistema. (Artista 10)

También hay artistas que siendo conscientes de que existe la ideología, la ignoran y desarrollan su obra sin tenerla en cuenta. “Artista 2” dice “No tiene por qué tener ningún discurso. Es más, creo que es un error. Discurso va a ver aunque no lo veas o aunque el artista no sepa explicarlo.”

Yo creo que el arte debe tener un discurso y, además, lo tiene siempre. Yo creo que toda manifestación artística tiene una conceptualización detrás, aunque a veces el propio artista no lo potencie o no se centre tanto en este aspecto. (Artista 7)

Una de las descripciones más básicas de la ideología se resume en la frase “Ellos no lo saben, pero lo hacen” (Marx, 2014, p. 39). Marx habla de esto en relación a cómo las personas no relacionan los productos de trabajo como valores del trabajo humano iguales, sino al contrario. Este punto de la ideología lo retoma Slavoj Žižek, quien establece que la ideología consiste en el hecho de que la gente “no sabe lo que en realidad hace”, ya que tiene una falsa representación de la realidad social a la que pertenece (Žižek, 2022, p. 58). Sin embargo, el mismo Žižek habla

de la fantasía ideológica, donde establece que desde la ilusión inconsciente se pasa por alto la ilusión efectiva y real, es decir, se incurre en el cinismo ideológico donde básicamente se cae en la fórmula “Sé que esto no es verdad, pero sigo actuando como si lo fuera” (Žižek, 2022, p. 61). Con este punto se establece que los artistas que son conscientes de la realidad y deciden ignorarla lo hacen de forma consciente.

La otra corriente desde la que se concibe la ideología de la obra es la de creer que la obra no necesita de una ideología para existir, lo que se conoce como el arte por el arte. Los artistas que desarrollan su obra desde esta ideología, de alguna manera, ignoran la realidad que les rodea, una realidad de la que pueden ser inconscientes. “Artista 5” dice “El arte puede existir solo por ser arte, no tiene necesidad de generar un discurso político-social. [...] De hecho, mi obra tiene un discurso de salir de todo eso que al final nos ocupa mucho de nuestro tiempo”, “Artista 6” dice “El tema del discurso es interesante porque es lo que se le exige al artista, que tenga un discurso y se catalogue. [...] Yo personalmente, como artista, me niego a todo eso”, “Artista 8” dice “A mí me parece que el arte es algo universal y como tal debería ser entendido como algo así, es cultura. [...] Yo no creo que debería tener etiquetas políticas para nada” y “Artista 9” dice “Lo que le gusta a las personas es sentir que tienen una conexión. [...] Yo pienso que hay arte para todo.”

Yo soy bastante de creer que la obra no necesita ningún tipo de razón. [...] Soy muy partidaria a que no tiene que haber ninguna idea detrás, ni un concepto general. Yo creo que el observador es quien tiene que crear su propia conexión, su propia historia con el cuadro. (Artista 4)

Si entramos en el tema político social, no. O sea, para nada. [...] Creo que para el hecho artístico, y esto siempre me gusta decirlo porque no me gusta pontificar, no creo que sea necesario nada más que la necesidad de querer hacer algo. (Artista 12)

Conclusiones

Como conclusión, se puede extraer que el sistema poscapitalista es el que ha definido cómo funciona el mercado del arte contemporáneo.

El mercado del arte actualmente está siendo alterado por nuevos factores derivados de la revolución tecnológica. La presencia de Internet y las redes sociales han podido democratizar el acceso al mundo del arte, pero apenas han podido hacer que los nuevos artistas permanezcan de una manera continua y segura financieramente dentro del mercado del arte. Por lo tanto, se podría decir que el poder del mercado del arte aún sigue estando en las manos de los actores clásicos, principalmente las galerías, los marchantes y las ferias.

Otro de los actores principales del mundo del arte son los museos. Estos ejercen como un lugar retrospectivo donde las obras expuestas sufren una descontextualización. Esta descontextualización es parte del problema de que las obras pierdan su significado.

Las obras de arte pasan por una reproductibilidad que contribuye a la capitalización de ciertas obras donde se llega a una sobreexplotación de la obra en beneficio del sistema poscapitalista. La reproducibilidad, hoy en día, está ligada al consumo en masa de mercancías relacionadas con arte. Estas mercancías alejan el aura de la obra y, por ende, alteran su significado porque el aura es el aquí y ahora, y con las reproducciones en masa el aura está condenada a no existir.

El arte contemporáneo tiene dos corrientes principales, una en la que se precisa de discurso y otra donde el discurso es irrelevante sobre la obra. Hay artistas que conociendo el discurso de su obra lo avalan en esta y otros artistas que prefieren omitir este discurso aunque no niegan su existencia. Cuando las obras no tienen discurso o “el arte por el arte” son obras donde no se desarrolla una ideología y se ignora de manera consciente o inconsciente cierta realidad que les rodea.

Los artistas dentro del mundo del arte no son capaces de desarrollar un discurso desde el que enfrentar al sistema poscapitalista. No se puede crear una contracultura recreando los mismos ejes que mueven a la cultura del capital. Pueden, sin duda, mostrarse desde una posición crítica al funcionamiento del mercado del arte, pero no dejan de ser un eslabón más en la maquinaria. Esto hace que tanto la mercantilización del arte, la pérdida del aura, la descontextualización de las obras e incluso la existencia o no existencia de un discurso dentro del propio arte no tenga mucho sentido porque situándonos desde el sistema poscapitalista no hay mucho que se pueda hacer por el mundo del arte.

Referencias bibliográficas

- Annunziata, M. (2012, diciembre 7). *The next productivity revolution: The industrial internet*. CEPR. <https://cepr.org/voxeu/columns/next-productivity-revolution-industrial-internet>
- Benjamin, W. (2021). *La obra de arte en la era de su reproductibilidad técnica*. Alianza.
- Berger, J. (2000). *Modos de ver*. Gustavo Gili.
- Bolaños, M. (2023). *Sobre el museo y el pasado. Una aproximación*. Museo del Prado. Retrieved May 9, 2024, from <https://www.museodelprado.es/imagenes/proyectos/personalizacion/7317a29a-d846-4c54-9034-6a114c3658fe/ElPrado/interactivos/actas/coordenadas/20-bolanos.html>
- Brea, J. L. (2004). *El tercer umbral: estatuto de las prácticas artísticas en la era del capitalismo cultural*. Cendeac.
- Danto, A. C. (2002). *Después del fin del arte: el arte contemporáneo y el límite de la historia* (R. Molina, Ed.; E. Neerman, Trans.). Paidós.
- de Miguel, R. (2005). La entrevista en profundidad a los emisores y los receptores de los medios. In *Investigar en comunicación: guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación* (pp. 251-263). McGraw-Hill.
- Fisher, M. (2016). *Realismo Capitalista: ¿No hay alternativa?* (C. Iglesias, Trans.). Caja Negra.
- Hughes, R. (1981). *The shock of the new*. Knopf.
- Marx, K. (2014). *El fetichismo de la mercancía: (y su secreto)*. Pepitas de calabaza.
- Mendez, A. (2017). *Taxonomía*. Arturo Mendez. <https://arturomendezart.wixsite.com/site/taxonomia>
- Mendez, A. (2019). *El vuelo de la mosca*. Arturo Mendez. <https://arturomendezart.wixsite.com/site/copia-de-taxonomia-1>
- Smith, T. E. (2012). *¿Qué es el arte contemporáneo?* Siglo Veintiuno Editores.
- Žižek, S. (2022). *El sublime objeto de la ideología* (I. Vericat, Trans.). Clave Intelectual.



El derecho humano al medio ambiente: especial consideración a la crisis climática y los refugiados ambientales

The human right to the environment: special consideration of the climate crisis and environmental refugees

Marta Panyella Mauricio

<https://orcid.org/0009-0000-1314-9873>

martapmauricio@gmail.com

Universidad Europea de Madrid, Madrid, España

Recibido: 03/02/2025

Aceptado: 04/03/2025

Resumen: Existen muchos motivos que obligan a la gente a migrar y abandonar su país. En algunas situaciones, las personas son libres de tomar esa decisión, movidos por causas económicas o laborales. No obstante, cuando el abandono de una región no es por voluntad propia, sino que viene motivado por causas ambientales – ante la imposibilidad de seguir viviendo donde habitaban con una dignidad mínima – no existe una respuesta por parte de la comunidad internacional para dar protección jurídica a estos sujetos. Ello es así por cuanto, en situaciones de desplazamientos ambientales transfronterizos, la Convención de Ginebra de 1951 no otorga el estatuto de refugiado a las personas afectadas, a pesar de haber cruzado la frontera en busca de refugio, ante la imposibilidad de subsistencia en sus territorios.

El presente estudio se centra en estudiar precisamente esta problemática que, debido al cambio climático, será cada vez más frecuente para las personas que habitan en comunidades vulnerables. Esta ausencia de respuesta legal que proteja a los denominados refugiados climáticos se traduce en la vulneración de su derecho a poder disfrutar de un medio ambiente sano y, en consecuencia, también en la vulneración de muchos de sus derechos humanos. De este modo, este trabajo pretende analizar el derecho al medio ambiente en el ámbito internacional, europeo y nacional para, a continuación, determinar el estatus jurídico que tienen los refugiados ambientales y, finalmente, determinar las mejores soluciones ante esta falta de protección jurídica.

Palabras clave: Derechos Humanos, medioambiente, crisis climática, refugiados ambientales, protección legal

Abstract: There are many reasons that force people to migrate and leave their country. In some situations, people are free to make this decision, motivated by economic or labor reasons. However, when the abandonment of a region is not of their own free will, but is motivated by environmental causes - given the impossibility of continuing to live where they used to live with a minimum of dignity - there is no response from the international community to provide legal protection to these subjects. This is so because, in situations of transboundary environmental displacement, the 1951 Geneva Convention does not grant refugee status to the people affected,

despite the fact that they have crossed the border in search of refuge, given the impossibility of subsisting in their territories.

This study focuses on studying precisely this problem which, due to climate change, will be increasingly frequent for people living in vulnerable communities. This lack of legal response to protect the so-called climate refugees results in the violation of their right to enjoy a healthy environment and, consequently, also in the violation of many of their human rights. Thus, this paper aims to analyze the right to the environment at the international, European and national levels in order to determine the legal status of environmental refugees and, finally, to determine the best solutions to this lack of legal protection.

Keywords: Human rights, environment, climate crisis, environmental refugees, legal protection

Introducción

El fenómeno migratorio no es algo nuevo en la historia de la humanidad. De hecho, puede afirmarse que, si bien ha estado motivado por distintas causas, es una constante que permanece desde nuestros orígenes.

En sus inicios más primogénitos el hombre era nómada, desplazándose en busca de alimento y agua, siguiendo las rutas de los animales que cazaban y también movido por los cambios estacionales. Este impulso fue determinante para la expansión de la raza humana por todo el planeta. La migración era usada como una herramienta de supervivencia y adaptación y resultaba ser una verdadera manifestación del instinto humano, en una búsqueda incansable de unas mejores condiciones de vida y de nuevos horizontes donde prosperar. No fue hasta el descubrimiento de la agricultura y la domesticación de los animales, que los humanos decidieron conformar asentamientos permanentes.

Sin embargo, ello no conllevó el cese de la migración. A lo largo de la historia se siguieron produciendo éxodos de poblaciones enteras, que se veían desplazados por guerras o por causas religiosas o políticas. Grandes civilizaciones como los fenicios, los romanos o los vikingos buscaban expandir sus territorios a través de conquistas, lo que implicaba el desplazamiento de muchas personas que huían de conflictos. El máximo exponente de este fenómeno, esto es, de enormes flujos de poblaciones obligados a migrar por causas bélicas, fue durante la Europa del siglo XX, en la que tuvieron lugar la Primera y la Segunda Guerra Mundial. Así, tras la primera de estas guerras, se empezó a formular la protección de los refugiados, mediante la creación de la primera Comisión para los Refugiados, bajo los auspicios de la Liga de las Naciones (Miranda Gonçalves, 2022, p.7).

No fue hasta el fin de la Segunda Guerra Mundial que, ante el desastroso panorama de crisis humanitaria que presentaba Europa, la comunidad internacional decidió regular y otorgar protección jurídica a este colectivo. Así, fue en este contexto, cuando tuvo lugar la aprobación de la Convención de Ginebra sobre el Estatuto de los Refugiados en 1951, conocida como la Carta Magna de los refugiados (Miranda Gonçales; Faleiro e Silva, 2020).

En consecuencia, resulta evidente que, en ese momento histórico, la mayor preocupación a la hora de regular esta figura era la de proteger aquéllos que habían sido desplazados fuera de las fronteras de su país, por situaciones de conflicto. De este modo, la configuración de la tutela legal del refugiado se hizo alrededor de una serie de requisitos que parece dejar sin protección a aquellos desplazados por causas de ambientales.

Ello es así por cuanto la Convención de Ginebra de 1951 exige que, para reconocerse el estatus de refugiado, la persona afectada, además de encontrarse fuera del país de su nacionalidad o residencia habitual; debe estar huyendo de persecución (o tener temor fundado de sufrirla) por motivos de raza, nacionalidad, religión, pertenencia a un grupo social o por opinión política. Es por ello por lo que, parece ser que los denominados “refugiados ambientales” no podrían gozar realmente de ese reconocimiento como refugiados, dejándoles despojados de la protección legal necesaria.

Esta realidad jurídica resulta alarmante, por cuanto la migración debido al estrés medioambiental es muy significativa y ahora, debido al cambio climático, los expertos diagnostican que el número de desplazamientos forzados por causas ambientales va a llegar a cifras sin precedentes, en especial, en aquellos países en los que la vulnerabilidad frente a desastres ambientales es más significativa.

En este sentido, las últimas estadísticas del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados (en lo sucesivo, “ACNUR”) indican que, a mediados de 2024, había un total de 122,6 millones de personas desplazadas forzosamente en todo el mundo, incluyendo refugiados, solicitantes de asilo, desplazados internos, apátridas y otras personas en necesidad de protección internacional (ACNUR, s.f.). De esta impactante cifra¹, 38 millones eran refugiados y 8 millones eran solicitantes de asilo y, según el Informe Global del ACNUR de 2023, el 70% de ellos provenían de países altamente vulnerables al cambio climático, claro indicativo que, si bien quizás no ha sido el único motivo de su migración, habrá tenido un impacto significativo. Esta afirmación va en línea con una de las principales conclusiones a las que llegó el Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático (en lo sucesivo, “IPCC” por sus siglas en inglés) que, ya en 1990, apuntó que la migración humana iba a ser una de las consecuencias más desastrosas del cambio climático. Desde entonces, muchos expertos han intentado establecer predicciones de cómo de significativas iban a ser dichas migraciones.

Así, en un primer momento, el informe de 2008 de la Organización Internacional para las Migraciones (en lo sucesivo, “OIM”) titulado *Migración y cambio climático* afirmó que la cifra mayormente aceptada por la comunidad científica era la establecida por el prestigioso profesor de la Universidad de Oxford, Norman Myers, que estimaba un total de 200 millones de migrantes climáticos de cara al 2050 por causa de “*alteraciones de los sistemas monzónicos y otros tipos de precipitaciones, por sequías de una virulencia y duración sin precedentes, y por la elevación del nivel del mar e inundaciones de las zonas litorales*”². No obstante, la última resolución de la OIM (C/113/12), publicada el 4 de diciembre de 2023, hace ya referencia a las estimaciones expuestas por el Banco Mundial, en su informe *Groundswell Parte 2: Actuar frente a la migración interna provocada por impactos climáticos* publicado el 14 de septiembre de 2021, que afirma que de cara al 2050, hasta un total de 216 millones de personas podrían convertirse en desplazados climáticos internos; lo cual implica que, el número total de personas desplazadas por causas ambientales, incluyendo los migrantes ambientales transfronterizos, será muy superior.

En este sentido, tal y como afirma Teresa Vicente (2020, p.9), cuando mayor es la vulnerabilidad, el riesgo de convertirse en refugiado o desplazado ambiental aumenta sustancialmente, por cuanto las poblaciones afectadas no tienen medios para hacer frente a los efectos destructivos del cambio climático. Esta vulnerabilidad, se encuentra condicionada por aspectos como la geografía, el género, la edad, la inestabilidad política y situaciones de conflictos bélicos, tal y como indica el informe *Los efectos de la evolución lenta del cambio climático y la protección de los migrantes transfronterizos* del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos (en lo sucesivo, “ACNUDH”). Además, la propia Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (en lo sucesivo, “CMNUCC”) reconoce expresamente esta vulnerabilidad ante el cambio climático a: “*los países de baja altitud y otros países insulares pequeños, los países con zonas costeras bajas, zonas áridas y semiáridas, o zonas expuestas a inundaciones, sequía y desertificación, y los países en desarrollo con ecosis-*

1 Según el Informe Global de ACNUR de 2023, a finales de ese año ya se había llegado a la cifra de 122,6 millones, que se ha mantenido hasta mediados de 2024.

2 Nótese que en esta predicción se incluyen tanto a desplazados internos como transfronterizos. Esta estimación se encuentra en el trabajo del profesor Myers de 2005, titulado *Environmental refugees: An emergent security issue* y fue nombrada en diversos informes del IPCC y hasta en el Informe Stern sobre la economía del cambio climático en 2007.

temas montañosos frágiles” (CMNUCC, 1992).

En este sentido, resulta interesante traer a colación un estudio de la Universidad Politécnica de Cataluña de setiembre de 2024, el cual afirma, precisamente, que España pasará de tener un clima mediterráneo, a un clima árido de aquí al 2050. Así pues, si bien muchas personas deciden ignorar esta realidad porque parecen verla como algo lejano, estamos expuestos a una vulnerabilidad importante al cambio climático, que traerá enormes sequías a las que, juntamente con otros desastres naturales, deberemos hacer frente, poniendo en riesgo el disfrute de muchos de nuestros derechos fundamentales.

De este modo, el presente trabajo pretende analizar el estatus jurídico del refugiado para observar si protege al denominado “refugiado ambiental”. A la luz de la clara vulneración de los derechos humanos que sufre este colectivo, en el primer capítulo vamos a analizar el derecho al medio ambiente y a determinar si puede ser conceptualizado como un derecho humano o fundamental en el sistema jurídico internacional, así como en el de la Unión Europea y en el ordenamiento jurídico español. A continuación, en el Capítulo 2, nos centraremos en definir el concepto de refugiado que existe en la actualidad a nivel internacional y a realizar una aproximación al denominado “refugiado ambiental” para ver si puede tener cabida en el concepto de refugiado, analizando la opinión doctrinal al respecto. Finalmente, en el último capítulo veremos cómo el cambio climático afecta los refugiados ambientales y qué medidas y compromisos se están tomando a nivel internacional para abordar este problema.

1. Derechos humanos y Derechos fundamentales: especial mención al derecho al medio ambiente

Tal y como se ha avanzado en las primeras páginas de esta memoria, el cambio climático, ya sea materializado en forma de sequías eternas, inundaciones sin precedentes, en la elevación del nivel del mar, o en otras manifestaciones de desastres naturales; está menguando las posibilidades de muchas personas de seguir viviendo – o, más bien, de poder siquiera sobrevivir – en las regiones donde siempre han habitado. En los países más vulnerables, en los que no existen suficientes recursos para hacer frente a estos desastres ambientales, están teniendo lugar éxodos masivos de poblaciones, que buscan un lugar seguro donde refugiarse y, para ello, se ven obligados a cruzar las fronteras de su país (Miranda Gonçalves et al., 2020).

Irónicamente, el pasado 28 de julio de 2022, la Asamblea General de la Organización de las Naciones Unidas (en lo sucesivo, “ONU” o “Naciones Unidas”, indistintamente) emitió una resolución³ en virtud de la cual declaró que el acceso a un “medio ambiente limpio, saludable y sostenible” es un derecho humano universal. Esta conceptualización del derecho al medio ambiente como un derecho humano supone un paso más desde la comunidad internacional en la protección de la naturaleza y, por ende, en la salvaguarda del resto de nuestros derechos humanos, que están intrínsecamente relacionados con ella, tal y como reconoce la ONU en esa misma resolución.

No obstante, no podemos negar que, precisamente, todas estas personas que tienen que desplazarse debido a las catástrofes ocasionadas por el cambio climático, están viendo muchos

³ Cabe destacar que esta resolución (A/76/L.75) no es jurídicamente vinculante, pero tiene la intención de inspirar e impulsar a los estados a que reconozcan este derecho como fundamental en sus constituciones nacionales.

de sus derechos humanos vulnerados sistemáticamente (Ferro, 2016) y, tras esta declaración de la ONU, especialmente su teórico derecho humano a un medio ambiente sano.

Por ello, en el presente capítulo vamos a analizar si realmente existe este derecho humano a nivel internacional, así como la forma en que se ha positivizado el derecho al medio ambiente en el ordenamiento jurídico europeo y español. Para ello, vamos a analizar previamente la distinción entre los comúnmente confundidos “derecho humano” y “derecho fundamental” y la protección jurídica que reciben en cada uno de los sistemas jurídicos referidos anteriormente (i.e., a nivel internacional, de la Unión Europea y del estado español).

1.1 Concepto y diferencias entre ambos

Para comprender bien la diferencia entre ambos conceptos, resulta útil, en primer lugar, ver qué características comunes presentan con tal de observar, asimismo, el motivo por el cual suelen usarse erróneamente como sinónimos.

El primer elemento que comparten es su categorización como derechos subjetivos. Ello significa que sus titulares los pueden ejercer frente al Estado o el oportuno poder público, otorgándoles a los primeros la facultad de exigir su cumplimiento y la posibilidad de reclamar cuando los mismos sean conculcados (Díez Picazo, 2003). Además, como mantiene Batista Torres (2018) son también indisponibles, inalienables, inviolables, intransmisibles y personalísimos, en tanto que los poseen todos los humanos por el simple hecho de serlo.

En este sentido, la otra característica indistinta de ambos es que los dos derivan de la dignidad humana (Bastida, 2005). De este modo, podemos observar cómo ambos derechos parten del mismo fundamento ético axiológico, en la medida en que están directamente vinculados a las personas que, como tales, gozan de una dignidad que las legitima a ostentar estos derechos – que deben ser respetados en todo caso –, siendo esta (i.e., la dignidad) un “*valor inviolable porque no admite discriminación alguna, ni por raza, sexo, religión, etc.*” (Miranda Gonçalves, 2020, p. 153).

Centrándonos ahora en las diferencias que les distinguen, nos vamos a centrar en las dos más relevantes: su alcance (global o limitado) y la tutela jurídica que les protege.

Así, tal y como se ha adelantado, podemos afirmar que la principal diferencia entre ellos radica en la universalidad que presentan los derechos humanos, aspecto que no se encuentra en los fundamentales (Miranda Gonçalves, 2020). Así, los derechos humanos, consagrados esencialmente en la Declaración Universal de los Derechos Humanos⁴ (en lo sucesivo, DUDH), son intrínsecos a todo ser humano, existen y van a ser aplicables siempre, sin que puedan ser negados por razón de sexo, raza, nacionalidad, país de residencia, etc.

Por el contrario, los derechos fundamentales están ligados a un contexto más bien regional y al ordenamiento jurídico en el que se hallan positivizados. Concretamente, Cámara Villar (2019) sostiene que los derechos humanos son “importantes valores orientadores de la acción política, pero no son Derecho declarado, regulado y tutelado por el ordenamiento positivo hasta que no se convierten en derechos fundamentales” (p. 34).

4 La DUDH conforma, junto con el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos y el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales, la denominada Carta Internacional de los Derechos Humanos.

Con ello pretende decir que los derechos fundamentales no son más que la positivización de los derechos humanos en un ordenamiento jurídico. En este sentido, la propia Unión Europea reconoce que el término “derecho fundamental” es el usado para expresar el concepto de “derecho humano” positivizado en el seno de la Unión, a través de la Carta de Derechos Fundamentales de la UE (Unión Europea, s.f.). Este instrumento, se volvió jurídicamente vinculante con la entrada en vigor del Tratado de Lisboa, en diciembre de 2009. Por su parte, en España los derechos fundamentales se recogen en la Constitución de 1978.

De esta forma, se puede observar el alcance universal que tienen los derechos humanos – relacionados con una tradición dogmática de carácter internacional –, con respecto los derechos fundamentales, que pueden ser distintos en cada estado, en función de cuáles se reconozcan en las respectivas constituciones. Así, por ejemplo, si bien el derecho a la vida es un derecho tanto humano como fundamental; el derecho a la salud no puede conceptualizarse como tal desde la perspectiva del ordenamiento jurídico español, pero sí como un derecho humano, en tanto que se encuentra reconocido en la DUDH (Miranda Gonçalves, 2020).

La otra diferencia capital, entre los derechos humanos y los derechos fundamentales es su protección jurídica que, como es evidente, varía en función del ámbito territorial al que nos referimos, por cuanto los instrumentos que garantizan su debida tutela son distintos.

Así, desde una perspectiva puramente internacional, los derechos humanos encuentran su protección a través de una red de declaraciones, tratados, comités y tribunales que, conjuntamente, conforman el entramado instrumental para su salvaguarda (Alston; Mégret, 2013).

La primera línea de protección que reciben los derechos humanos es mediante su reconocimiento en la Carta Internacional de los Derechos Humanos, siendo la DUDH de 1948 el instrumento más conocido. No obstante, cabe recordar que la tensión y la falta de consenso por parte de los estados respecto a qué derechos debían protegerse y, en especial, sobre cuáles eran las obligaciones que debían asumir, impidió otorgarle un carácter vinculante, sin que pudiera instrumentalizarse como un tratado internacional. Veinte años más tarde, en diciembre de 1966, la Asamblea General de las Naciones Unidas adoptó el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos (en lo sucesivo, PIDCP) y el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales (en lo sucesivo, PIDESC). Nótese que, a diferencia de la DUDH, estos instrumentos sí crean obligaciones vinculantes, por cuanto los estados fueron capaces de superar los desacuerdos que les impidieron hacer lo oportuno con la DUDH. Ello supone que, a pesar de no gozar de la misma notoriedad internacional que la DUDH, estos pactos resultan ser verdaderos instrumentos vinculantes para los estados que lo han ratificado⁵, obligándose al respeto y a la garantía de estos derechos en sus territorios (Sieghart, 1983).

Además, la ONU cuenta con distintos procedimientos y organismos, que realizan una función vital: la supervisión del correcto cumplimiento de los pactos y el respeto a los derechos humanos. Así, el Comité de Derechos Humanos de la ONU, creado en virtud del artículo 28 del PIDCP, es el órgano encargado de vigilar que las disposiciones de este pacto están siendo debidamente aplicadas. Por otro lado, el Comité de Derechos Económicos, Sociales y Culturales fue creado por el Consejo Económico y Social de las Naciones Unidas, mediante la resolución 1985/17, para que supervisara el PIDESC. Ambos Comités, formados por 18 expertos independientes cada uno, celebran varias sesiones anuales para evaluar el cumplimiento de los pac-

5 Actualmente, un total de 173 estados han ratificado el PIDCP, mientras que el PIDESC ha sido ratificado por 171.

tos, tomando de referencia los informes periódicos que los estados están obligados a presentar (Shelton, 2013).

Otro de las principales herramientas que dispone la ONU para asegurar el debido respeto a los derechos humanos es a través del denominado Examen Periódico Universal (EPU). Este procedimiento se creó mediante la resolución 60/251 de la Asamblea General de las Naciones Unidas, para revisar el historial de derechos humanos de todos sus Estados Miembros, basándose tanto en informes nacionales, como en informes de expertos independientes y múltiples ONGs. Los Estados Miembros pueden comunicar las mejores prácticas y políticas en relación los derechos humanos, permitiendo a los estados que presentan mayor retraso en esta materia a poder avanzar y alcanzar una mayor protección (Asamblea General de la ONU, 2006).

El Consejo de Derechos Humanos de la ONU, estableció el Grupo de Trabajo del EPU, compuesto por 47 miembros del Consejo y, mediante la resolución A/HRC/RES/5/1, sentaron las bases del procedimiento EPU (Consejo de Derechos Humanos de la ONU, 2007). Además de los informes nacionales y de expertos independientes y ONGs, el examen también se realiza tomando de referencia una compilación de la Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos, promoviéndose en todo caso el diálogo no solo con el estado objeto de revisión, sino también de este con estados terceros. Una vez realizado el examen se emite un informe con preguntas, recomendaciones y respuestas del estado, para que éste sea posteriormente aprobado en una sesión plenaria del Consejo de Derechos Humanos (Tomuschat, 2017).

Cabe destacar que estos instrumentos y técnicas de revisión implementados por la ONU tienen un carácter meramente de control y vigilancia. En ningún caso disponen de un poder coercitivo en término judiciales, sino que su operatividad se fundamenta en la influencia moral y el ejercicio de presión diplomática (Alston et al., 2013). Sin embargo, la ONU cuenta con un órgano judicial de mucha relevancia a nivel internacional, que puede tener un papel fundamental en la protección de los derechos humanos: la Corte Internacional de Justicia (en lo sucesivo, CIJ), constituida en 1945 por la Carta de las Naciones Unidas.

A esta corte, con sede en el Palacio de la Paz de la Haya, se le atribuye una doble finalidad. Por un lado, tiene competencia para resolver controversias jurídicas entre estados, mediante decisiones jurídicamente vinculantes (ex. artículo 59 del Estatuto de la CIJ) e inapelables, con la evidente limitación de que puede actuar exclusivamente cuando ambos estados involucrados aceptan su jurisdicción. Por el otro, también tiene una función, más bien moral, que consiste en la emisión de opiniones consultivas no vinculantes para organismos de la ONU.

Siguiendo a Shelton (2013), existen tres condicionantes principales en la eficacia de la CIJ en materia de derechos humanos. El primero de ellos es que, si bien no se encuentra sujeta al principio de *última ratio* – pudiendo actuar directamente sin necesidad de agotar la vía judicial interna de cada estado –, precisamente por ello, solamente tiene competencia sobre estados soberanos, nunca pudiendo enjuiciar directamente a individuos o actores no estatales. Ello reduce la operatividad de esta corte en materia de derechos humanos para aquellos casos en que las disputas entre estados se centren en este aspecto. En segundo lugar, como se ha mencionado anteriormente, el ámbito de actuación de la CIJ a la hora de enjuiciar a estados no es pleno, por cuanto es una jurisdicción basada en el consentimiento (i.e., sólo puede actuar cuando los estados implicados han aceptado someterse a su jurisdicción). Por último, el otro gran lastre que presenta la CIJ es que no dispone de medios coercitivos para hacer cumplir sus sentencias,

quedando al libre albedrío y en la esfera de responsabilidad personal de los estados, con la espera de que estos decidan cumplir la sentencia impuesta. En este sentido, si bien es cierto que, en caso de incumplimiento por parte de un estado, el otro puede acudir al Consejo de Seguridad de la ONU (ex art. 94.2 de la Carta de las Naciones Unidas), el Consejo sólo está facultado para hacer recomendaciones o dictar medidas para asegurar la ejecución del fallo. El caso Nicaragua contra Estados Unidos ilustra cómo esta medida no resulta ser prácticamente eficaz, por cuanto los estados que tienen un escaño permanente en el Consejo de Seguridad impiden a este tomar medidas que les puedan perjudicar mediante el voto (Tomuschat, 2013), tal y como hizo Estados Unidos cuando Nicaragua acudió al Consejo.

Por otro lado, en materia de derechos humanos, existe la Corte Penal Internacional (en lo sucesivo, CPI) que, si bien no forma parte de las Naciones Unidas, mantienen una relación de cooperación en los términos previstos en el artículo 2 del Estatuto de Roma de 1998⁶. La competencia de la CPI se centra, en exclusiva, en los crímenes más graves con trascendencia internacional, siendo estos: (i) el crimen del genocidio; (ii) los crímenes de lesa humanidad; (iii) los crímenes de guerra; y (iv) el crimen de agresión – ex art. 5 del Estatuto de Roma. A diferencia de lo que sucede con la CIJ, el artículo 25.1 el referido estatuto establece que esta corte tiene potestad para enjuiciar, única y exclusivamente, a personas físicas – excluyendo expresamente la responsabilidad del Estado en materia internacional en el apartado 4 del mismo artículo. Ello permite depurar la responsabilidad directamente, impidiendo la impunidad del individuo que participa directamente en la vulneración de los derechos humanos. La otra cara de la moneda, y también al contrario que con la CIJ, la CPI sí que actúa como última ratio, siendo en todo caso responsabilidad del Estado en el que se cometan dichos crímenes la de actuar en primer lugar, operando solo la CPI en caso de que el estado en cuestión no pueda o decida no actuar. Asimismo, la CPI no dispone de un cuerpo de seguridad propio ni de un sistema coercitivo directo, debiendo el estado cooperar a la hora de arrestar a los condenados y hacer cumplir las penas. Este hecho, junto a la función claramente complementaria de la CPI en virtud del principio de subsidiariedad, nos lleva a concluir que, al igual que con la CIJ, esta corte también depende en gran medida de la cooperación y la voluntad de los estados en hacer cumplir el derecho internacional en materia de derechos humanos. Si bien estos tribunales y las instituciones que velan por los derechos humanos imponen una clara presión diplomática y moral en sus actuaciones, no debemos olvidar que el límite volitivo del estado siempre está presente (Shelton, 2013).

Finalmente, respecto a la protección jurídica de los derechos humanos en el ámbito internacional, debemos destacar también brevemente el papel de algunos tribunales regionales, centrándonos especialmente en el Tribunal Europeo de Derechos Humanos⁷ (en lo sucesivo, TEDH). Así, por lo que respecta al continente africano, tenemos la Corte Africana de Derecho Humanos y de los Pueblos, que opera bajo la Carta Africana de Derechos Humanos y de los Pueblos. También juega un papel relevante en la protección de los derechos humanos en los estados miembros de la Organización de Estados Americanos, la Corte Interamericana de Derechos Humanos, centrada, sobre todo, en velar por el debido cumplimiento de la Convención Americana sobre Derechos Humanos.

6 El Estatuto de Roma, adoptado el 17 de julio de 1998, es el instrumento constitutivo de la Corte Penal Internacional y sienta las bases de su funcionamiento y sus competencias.

7 Nótese que las funciones del TEDH no se circunscriben exclusivamente al ámbito de la Unión Europea, sino que este tribunal supervisa el debido cumplimiento de los derechos humanos, consagrados en el Convenio Europeo de los Derechos Humanos, por parte de los estados miembros del Consejo de Europa – los cuales pueden ser estados miembros de la Unión Europea, o no.

Respecto al TEDH, es relevante resaltar que es un tribunal internacional de ámbito regional, que actúa para la protección de los derechos humanos en el seno de los estados miembros del Consejo de Europa – actualmente formado por 46 países, incluidos los 27 estados de la Unión Europea (Unión Europea [EUR-Lex], s. f.) –. Tal y como indica su nombre, los derechos que este tribunal pretende proteger son derechos humanos, en la medida en que no estamos hablando de los derechos fundamentales que se hallan positivizados en el ordenamiento jurídico de la Unión Europea (i.e., en la Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea⁸), sino en los derechos establecidos en el Convenio Europeo de los Derechos Humanos (en lo sucesivo, CEDH), que entró en vigor en 1953 bajo los auspicios del Consejo de Europa, así como el de sus protocolos adicionales.

La amalgama de derechos reconocidos en el CEDH se centra, en su mayoría, en los clásicos derechos civiles y políticos a diferencia de la Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea, que incluye, además, derechos sociales económicos y tecnológicos (Lenaerts, 2019). De este modo, podríamos concluir que, desde una perspectiva puramente comparativa entre el CEDH y la Carta de la Unión Europea, existen más derechos fundamentales en ésta, que derechos humanos previstos en la CEDH.

Como comentado anteriormente, el TEDH tiene el objetivo de interpretar y velar por la correcta aplicación del CEDH. Asimismo, tal y como ocurría con la CIJ, únicamente puede condenar a los Estados miembros del convenio, no pudiendo enjuiciar a individuos ni a organizaciones (ex art. 46 CEDH). De ello se puede inferir que no puede resolver disputas entre particulares en materia de derechos fundamentales, por cuanto el objetivo del TEDH es controlar las acciones de los estados miembros de la Convención. Sin embargo, ello no implica que personas físicas u organizaciones puedan presentar demandas ante este tribunal, pues así lo permite expresamente el artículo 34 de la referida convención. Asimismo, para que el TEDH pueda operar, es necesario que el estado involucrado haya ratificado el CEDH. Dicho de otro modo, todo estado que ratifica el convenio acepta implícitamente la jurisdicción de este tribunal, en los asuntos relacionados con los derechos humanos (Greer, 2006). Al igual que con la CPI, el TEDH está sujeto al principio de subsidiariedad (ex art. 35 CEDH), obligando primero a agotar la vía judicial interna, antes de presentar cualquier recurso ante este tribunal.

Finalmente, el último punto a indicar en relación con el TEDH y su función protectora de los derechos humanos es en relación con el carácter vinculante de sus sentencias y los medios de los que dispone para su cumplimiento. En virtud del artículo 46 del CEDH, las sentencias del TEDH son vinculantes. Pese a ello, en este escenario radica el mismo problema con el que nos hemos encontrado anteriormente y es que, por lo que respecta a la efectiva ejecución de sus sentencias, la aplicación de las mismas depende de la cooperación de los estados (Harris, O’boyle, Bates, 2018). Ello es así en la medida en que no dispone de medios coercitivos para hacer cumplir sus sentencias, lo cual implica una traba en la efectividad de este tribunal, por cuanto a pesar de que el estado no cumpla, éste queda impune (Van Dijk, Van Hoof, Van Rijn, 2018).

Siguiendo la distinción entre los derechos humanos y los derechos fundamentales, y tras haber analizado los mecanismos de protección jurídica de los primeros a nivel internacional;

⁸ El tribunal encargado de velar por el respeto de los derechos fundamentales previstos en el marco legal de la Unión Europea (i.e., en la Carta de los Derechos Fundamentales), es el Tribunal de Justicia de la Unión Europea. El TEDH es un tribunal internacional relacionado con el Consejo de Europa, distinto al Tribunal de Justicia de la Unión Europea.

nos centraremos ahora en diferenciar la tutela de los derechos fundamentales, primero en el ámbito de la Unión Europea y, posteriormente, a nivel español.

La protección de los derechos fundamentales en el sistema de la Unión Europea encuentra su origen en la Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europa que, si bien fue proclamada el 7 de diciembre del 2000, no fue hasta la entrada en vigor del Tratado de Lisboa, el 1 de diciembre del 2009, que dicha Carta tuvo efectos jurídicamente vinculantes (Parlamento Europeo, 2019).

Como se puede observar, la positivación de los derechos fundamentales en el seno de la Unión Europea tuvo un origen más bien tardío, pues en los primeros tratados constitutivos, como el Tratado de Roma de 1957⁹, no se incluyó ningún catálogo de derechos. Ello en la medida en que, en ese entonces, lo que ahora denominamos Unión Europea, se centraba sobre todo en cuestiones de índole económico (Figueroelo, 2005). En ese contexto inicial, la protección de los derechos fundamentales se basaba en la jurisprudencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea¹⁰ (TJUE). Para abordar estos temas, dada la ausencia de una norma positiva en materia de derechos fundamentales en la legislación europea, el TJUE debía basarse en las “*tradiciones constitucionales comunes a los Estados Miembros*”, así como en los “*tratados internacionales para la protección de los derechos humanos en los cuales [los estados] han sido parte*” (i.e., el CEDH, entre otros), tal y como dispone en su sentencia de 14 de mayo de 1974, Asunto 4/73 (Caso J. Nold, Kohlen, contra la Comisión de las Comunidades Europeas).

Durante el periodo de nueve años en el que la Carta de los Derechos Fundamentales no fue jurídicamente vinculante, hubo muchas voces críticas, entre ellas la de la catedrática Ángela Figuerelo (2005), que denunciaban la falta de mecanismos jurídicos para proteger efectivamente los derechos proclamados en la Carta, en el seno de las Comunidades Europeas. Así, finalmente, con la entrada en vigor del Tratado de Lisboa, todas estas lagunas fueron colmadas, superándose la inseguridad jurídica denunciada y confiriéndole a la Carta de los Derechos Fundamentales el mismo valor jurídico que los tratados constitutivos (ex. art. 6 Tratado de la Unión Europea).

Ello no es un hecho menor, por cuanto al otorgarle la categoría de Derecho primario, se estaba situando la Carta en la cumbre jerárquica de la normativa de la Unión Europea, junto a los tratados constitutivos y los principios generales del TJUE (Mangas Martín, 2020). Esto implica que tanto las instituciones de la Unión, como sus estados miembros, deben respetar ante todo estas normas (principio de jerarquía) y que, ante un conflicto entre la norma interna de un estado miembro y el derecho de la Unión, prevalecerá siempre el último (principio de primacía) (Mangas Martín, 2020). Sin embargo, es importante destacar que, a pesar de que la Carta vincula a todos los estados miembros cuando aplican el derecho de la Unión, no sustituye los derechos reconocidos en sus respectivas constituciones. Estas pueden ser más ambiciosas en la protección de los derechos humanos si lo desean, pero nunca pueden contradecir ni ofrecer una protección inferior que la del derecho de la Unión (Liñan Nogueras, 2020).

Como se ha avanzado anteriormente, la Carta ofrece una lista de derechos fundamentales,

9 El Tratado de Roma de 1957 es el tratado constitutivo de la Comunidad Económica Europea.

10 El TJUE, denominado Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas hasta la entrada en vigor del Tratado de Lisboa, tiene la principal función de interpretar y aplicar el derecho de la Unión Europea, incluyendo la Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión.

divididos en seis capítulos, que comprenden derechos de índole civil, político, económico y social (Lenaerts, 2019). El TJUE es el principal encargado de la salvaguarda de los derechos consagrados en la Carta, asegurando que la misma se interprete de forma uniforme en toda la Unión. Este tribunal tiene la capacidad de invalidar, indirectamente, normativa nacional de los estados miembros que entren en contradicción con la Carta, bien mediante el control de compatibilidad¹¹; o en virtud del principio de eficacia directa¹² (Liñan Nogueras, 2020).

A grandes rasgos, este tribunal interviene cuando un Estado miembro vulnera los derechos fundamentales al aplicar el derecho de la Unión, pero no es posible que las personas físicas ejercent acciones judiciales directamente ante el TJUE contra otros individuos u organizaciones, pues su función no es la de actuar como un tribunal de instancia ante conflictos entre particulares, sino la de asegurar la correcta aplicación de la normativa europea por parte de sus estados miembros u otras instituciones de la Unión (Liñan Nogueras, 2020).

Los recursos judiciales disponibles en materia de derechos fundamentales en el seno de la Unión Europea son varios. Así, el TJUE tiene competencias para: (i) resolver cuestiones prejudiciales, en virtud del artículo 267 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (en lo sucesivo, TFUE), a petición de los tribunales nacionales que deben elevar dicha cuestión; (ii) resolver procedimientos por incumplimiento cuando los estados no obedezcan sus obligaciones bajo el Derecho de la Unión (ex. art. 258 TFUE), a instancia de la Comisión Europea; (iii) resolver recursos de anulación, como prevé el artículo 263 TFUE, para impugnar la validez de un acto adoptado por la Unión Europea (reglamentos, directivas o decisiones)¹³; (iv) resolver recursos por inactividad u omisión, cuando una institución europea no toma las medidas necesarias (ex. art. 265 TFUE) (Liñan Nogueras, 2020).

Cabe destacar que, al igual que en los tribunales internacionales, las sentencias dictadas por el TJUE son vinculantes (ex. art. 260.1 TFUE). No obstante, a diferencia de lo que sucede en el ámbito internacional, en le que no existen medidas coercitivas efectivas para asegurar el debido cumplimiento de las sentencias (limitación basada en la voluntad de cada estado); en sede de la Unión Europea sí existen mecanismos para imponer su ejecución.

Ello es así por cuanto, además de las repercusiones diplomáticas y reputacionales que se derivan para el estado incumplidor, la Comisión Europea, como “guardiana de los Tratados”, puede iniciar un procedimiento de infracción (ex. art. 260.2 TFUE), denunciando de nuevo ante el TJUE al estado por incumplimiento de la sentencia previa. Así, se articula un sistema mediante el cual, cuando el TJUE conoce de un asunto por primera vez, si bien la sentencia es vinculante, tiene efectos meramente declarativos, sirviendo como una suerte de “primer aviso”

11 Para mayor detalle respecto al control de compatibilidad del que dispone el TJUE, véase la Sentencia del Tribunal de Justicia (Gran Sala), de 26 de febrero de 2013, Asunto C-617/10. Caso *Åklagaren contra Sr. Åkerberg Fransson*. ECLI:EU:C:2013:105. En dicha sentencia se remarca la obligación de los estados miembros de garantizar la compatibilidad de su legislación nacional con los derechos fundamentales de la Carta cuando aplican derecho de la Unión.

12 Véase la Sentencia del Tribunal de Justicia, de 9 de marzo de 1978 (Asunto 106/77, Caso *SpA Simmenthal*, ECLI:EU:C:1978:49), en virtud de la cual, ante una petición de decisión prejudicial, el TJUE ordena la inaplicación por el juez nacional de una ley contraria al Derecho Comunitario.

13 Este recurso puede ser promovido por estados miembros y algunas instituciones europeas, de manera directa, como demandantes privilegiados; pero también pueden interponerlos los particulares que, como demandantes no privilegiados, deberán demostrar un interés (directo e individual) en ejercitar la acción,

para que el estado ponga en marcha las medidas necesarias para su cumplimiento. No obstante, si este persiste en su desobediencia, la Comisión está facultada para interponer un nuevo recurso ante el TJUE, con imposición de multas coercitivas si se verifica que, efectivamente, se ha incumplido la sentencia. Si bien éste es el procedimiento más común para obligar a los estados a cumplir, cabe destacar que, en virtud del artículo 259 del TFUE, un estado miembro puede denunciar a otro ante el TJUE (Liñán Nogueras, 2020).

Adicionalmente, los particulares también disponen de recursos extrajudiciales para defender la vulneración de sus derechos humanos en el marco de la Unión Europea. Así, pueden hacerlo mediante: (i) una reclamación ante el Defensor del Pueblo Europeo (conceptualizado propiamente como un derecho fundamental, en virtud del artículo 44 de la Carta); (ii) una petición al Parlamento Europeo (también establecido como un derecho fundamental en el artículo 44 de la Carta); y (iii) una reclamación ante la Comisión Europea, referente a la transgresión de sus derechos fundamentales por parte de las autoridades nacionales, siempre que estas operen dentro del marco del derecho de la Unión (Comisión Europea, s. f.).

Por último, centrándonos en el ordenamiento jurídico español, previo a definir las vías de protección jurídica que se les otorga a los derechos fundamentales previstos en la Constitución Española (en lo sucesivo, CE), vamos primero a definir brevemente cuáles son estos.

En primer lugar, es necesario destacar que no todos los derechos constitucionales (i.e., los consagrados en la CE) tienen la consideración de derechos fundamentales en el sistema jurídico español. Esto es un hecho característico desde un punto de vista de derecho comparado, pues en la mayoría de los ordenamientos jurídicos estatales, todos los derechos consagrados en una constitución son fundamentales (Cámara Villar, 2019).

No obstante, en España, la consideración de un derecho constitucional como derecho fundamental viene condicionada por la especial protección que se les otorga en virtud del artículo 53.2 CE, esto es, mediante el recurso de amparo. De este modo, siguiendo la clasificación que otorga ese artículo, los derechos fundamentales en España son los reconocidos en la sección I del capítulo II del título I de la CE (i.e., arts. 15 al 29), junto al artículo 14 y la objeción de conciencia del artículo 30.2 CE.

Pasando ahora a analizar la protección jurídica que tienen estos derechos, conviene destacar en primer lugar que, en la medida en que son de aplicación directa, los mismos pueden ejercerse ante cualquier jurisdicción ordinaria, estableciéndose para ello un procedimiento preferente y sumario (ex. art. 53.2). En relación con dicho procedimiento, la jurisprudencia del Tribunal Constitucional destaca que la preferencia implica otorgarle “*prioridad absoluta*” y la summariedad debe interpretarse como sinónimo de “*rapidez*”, para que todos aquellos procedimientos que impliquen la tutela de los derechos fundamentales se tramiten con celeridad, para evitar demoras que comprometan su protección (Sentencia del Tribunal Constitucional núm. 81/1992, de 28 de mayo, ECLI:ES:TC:1992:8, FJ 4).

Una vez agotada la vía judicial ordinaria, el individuo puede acudir al mecanismo de protección de los derechos fundamentales por excelencia en España: el recurso de amparo. En palabras de García de Enterría (2006), el recurso de amparo es “*un procedimiento jurisdiccional de carácter extraordinario y subsidiario que permite a los ciudadanos acudir al Tribunal Constitucional para proteger sus derechos fundamentales y libertades públicas frente a actos de los poderes públicos que los lesionen, siempre que hayan agotado previamente las vías ordinarias de recurso en el orden jurisdiccional correspondiente*”.

Esta definición resulta especialmente acertada por cuanto refleja las limitaciones y principios básicos que operan en el recurso de amparo. Así, como ya sabemos, su objeto es de ámbito limitado, en el sentido de que protege en exclusiva los derechos fundamentales, pero, además, podemos destacar que solo puede interponerse ante actos u omisiones de los poderes públicos (i.e., no cabe la interposición directa contra actos cometidos por particulares o empresas). Destaca también su carácter subsidiario y extraordinario. En este sentido, respecto a lo primero, es necesario que antes de invocarse la vulneración de derechos fundamentales vía recurso de amparo se haya agotado primero la vía judicial en la jurisdicción ordinaria. En cuanto a su excepcionalidad, destacan varios autores como Pérez Tremps (2016) o Figueruelo Burrieza (2003) que, efectivamente, se trata de un recurso extraordinario y que, por tanto, opera como una acción constitucional autónoma, no como una instancia jerárquica superior a la que acudir una vez agotada la vía ordinaria.

Es importante destacar la importancia de que exista un sistema de garantías de los derechos fundamentales que sea sólido y robusto. Ello por cuanto de poco sirve que se consagren como fundamentales si no hay mecanismos eficaces en cuanto a su protección. A pesar de lo evidente que pueda resultar esta afirmación, es necesario poner de relieve esta necesidad de contar con un sistema eficaz de garantías puesto que, en la práctica, el 99% de los recursos que se presentan ante el Tribunal Constitucional, son recursos de amparo¹⁴ (Tribunal Constitucional, 2023). Ello supuso una excesiva saturación por parte del referido tribunal, convirtiéndose, el recurso de amparo, en un sistema ineficaz de protección. En consecuencia, en el año 2007 se modificó la Ley Orgánica 2/1979, de 3 de octubre, del Tribunal Constitucional, incluyéndose como requisito esencial para la admisión del recurso la “especial trascendencia constitucional”¹⁵ (ex. art. 50.1.b de la referida ley).

Asimismo, otro mecanismo de protección de los derechos fundamentales que el sistema jurídico español ofrece a los particulares es a través de la figura del defensor del pueblo (ex. art. 54 CE). Si bien, esta alternativa no es única de los derechos fundamentales, pues el referido precepto lo reconoce a todos los derechos constitucionales previstos en el Título I de la CE (i.e., derechos comprendidos entre los artículos 10 a 55 CE). La propia Constitución lo define como un alto comisionado de las Cortes Generales e indica que esta institución se regulará por ley orgánica (actualmente, a través de la Ley Orgánica 3/1981, de 6 de abril del Defensor del Pueblo). En virtud de dicha regulación, los individuos pueden acudir a esta institución para la salvaguarda de sus derechos fundamentales, pero, además, el Defensor del Pueblo está facultado para actuar de oficio y para interponer tanto el famoso recurso de amparo, como el recurso de inconstitucionalidad. En este sentido, afirma Tajadura Tejada (2015) que el Defensor del Pueblo no ha hecho un uso abusivo de los recursos de inconstitucionalidad, en la medida en que menos del 5% de los recursos resueltos por el Tribunal Constitucional son interpuestos por esta institución. Además, España, como estado descentralizado que es, cuenta con equivalentes

14 En concreto, según la memoria del 2023 del Tribunal Constitucional, en ese año ingresaron un total de 8.120 nuevos asuntos, de los cuales 8.059 eran recursos de amparo (i.e., un 99,25%) (Tribunal Constitucional, 2023, p. 266)

15 En aras a preservar la seguridad jurídica presentada por este concepto jurídico indeterminado, el Tribunal Constitucional definió una serie de parámetros para determinar cuándo una situación presentaba esa especial trascendencia constitucional en su famosa Sentencia 155/2009, de 25 de junio, ECLI:ES:TC:2009:155 – véase el FJ2 para mayor detalle sobre los siete casos en los que se entiende que existe una especial trascendencia constitucional.

autonómicos a la figura del defensor del pueblo en muchas de sus comunidades autónomas. Así, por ejemplo, en Cataluña, encontramos el denominado “Síndic de Greuges” o el “Arateko” en el País Vasco.

Por último, como apunte final respecto a los recursos de protección de los derechos fundamentales en el ordenamiento jurídico español, debemos señalar que uno de estos métodos de protección es el sistema agravado que impuso el poder constitutivo a la hora de reformar la Constitución (Tajadura Tejada, 2015). Por razones obvias, no se van a abordar los complejos procedimientos de reforma de nuestra Carta Magna, dado que exceden el alcance de este trabajo, pero sí es importante apuntar su existencia, como medida de protección de los derechos fundamentales.

De este modo, vista la elevada protección que se les confiere a los derechos fundamentales y a los derechos humanos, queda por analizar si el derecho al medio ambiente se encuentra recogido como uno de estos derechos puesto que, de ser así, las personas que se ven forzadas a desplazarse por cuestiones ambientales tendrían la posibilidad de oponer directamente la vulneración de un derecho humano o fundamental que, como acabamos de exponer, se ven dotados – al menos, teóricamente – de las máximas garantías legales.

1.2. *El derecho al medio ambiente en la Declaración Universal de los Derechos Humanos*

Como se ha adelantado al principio de este capítulo, el 28 de julio de 2022, la Asamblea General de la ONU declaró que el derecho a un medio ambiente limpio, saludable y sostenible es un derecho humano (ONU, 2022, p.4). Esta resolución es el resultado directo de una resolución previa emitida por el Consejo de Derechos Humanos de la ONU, que elevaba el examen de este asunto (i.e., de si el derecho al medio ambiente debería conceptualizarse como un derecho humano) a la Asamblea General de la ONU. No obstante, ninguna de estas resoluciones es vinculante, sirviendo como meros instrumentos para ejercer cierta influencia y presión política a los estados, para que positivicen este tipo de derechos en sus respectivos ordenamientos jurídicos.

Si bien estas resoluciones tienen fuerza en el plano diplomático, el derecho al medio ambiente no se encuentra reconocido como tal en la DUDH. Ello es así por cuanto esta declaración surgió a raíz de una de las guerras más devastadoras de la historia: la Segunda Guerra Mundial. Así, la formulación de esta Declaración tuvo lugar en diciembre de 1948, tres meses más tarde del fin de este conflicto bélico (Ballesteros Sánchez, et al., 2019). Este contexto histórico nos permite observar que, en ese momento, la comunidad internacional no tenía presente la protección del medio ambiente como algo sustancial en el prisma de los derechos humanos.

A pesar de que la DUDH tampoco tiene efectos jurídicamente vinculantes, habría sido deseable la incorporación del derecho al medio ambiente como un derecho humano, en la medida en que de esta declaración beben muchos tratados internacionales, como el PIDCP, el PIDESC o la CEDH (todos ellos vinculantes), así como diversas leyes nacionales, que se inspiraron en la DUDH para la positivización de los derechos fundamentales en sus constituciones. De este modo, es posible que dicha inclusión se hubiera traducido en el reconocimiento y la integración, en instrumentos jurídicos internacionales regionales y/o nacionales, de un derecho humano al medio ambiente *per se*.

No obstante, como se ha indicado, la preocupación internacional en el momento de creación de la DUDH no se centraba en la defensa del medio ambiente; sino en la salvaguarda de (otros) derechos humanos, vistas las atrocidades cometidas durante la Segunda Guerra Mundial. Asimismo, ni el PIDCP ni el PIDESC, de 1966, contemplaron tampoco, de forma directa, la protección al medio ambiente como un derecho humano¹⁶. Así, la protección al medio ambiente no alcanzó sustantividad propia hasta la década de los setenta, que es cuando la conciencia ambiental a nivel internacional eclosiona.

En este sentido, el primer gran hito que tuvo lugar a nivel internacional en relación con el medio ambiente fue la Conferencia de Estocolmo de 1972, popularmente conocida como la Primera Cumbre de la Tierra, convocada por la ONU. De ella surgió la Declaración de las Naciones Unidas sobre le Medio Humano que establece, en su primer principio, el disfrute de “*condiciones de vida satisfactorias en un medio ambiente cuya calidad le permita vivir con dignidad y bienestar*”. Este principio empieza a reflejar la relación existente entre el medio ambiente y el pleno disfrute de los derechos humanos inherentes a toda persona (Borràs Pentinat, 2011, p. 32). Asimismo, Borràs Pentinat (2011, p.33) también apunta lo que indica la Carta Mundial de la Naturaleza de 1982, en virtud de la cual “*la humanidad es una parte de la naturaleza y la vida depende del funcionamiento ininterrumpido de los sistemas naturales*”.

Finalmente, otro momento histórico clave tuvo lugar en 1987 con el denominado Informe Brundtland, en el cual se acuñó el concepto de *desarrollo sostenible*, que implica satisfacer las necesidades del presente, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer las suyas. Es evidente que se hacía referencia a la necesidad de proteger el medio ambiente para que las futuras generaciones puedan tener una vida plena acorde con el disfrute de sus derechos humanos.

Como puede observarse, si bien el derecho humano al medio ambiente no se encuentra recogido de forma expresa en la DUDH, es a través de todas estas disposiciones – que hacen obvia la relación entre el medio ambiente y el correcto desarrollo de la persona – que se consigue perfilar el derecho humano a un medio ambiente sano (Borràs Pentinat, 2006, p.6).

A mayor abundamiento, la ACNUDH emitió en 2009 un informe en el que estudió las migraciones debidas al cambio climático, junto a los impactos que ello tenía en materia de derechos humanos. Así pues, incluso antes de las resoluciones del Consejo de Derechos Humanos de la ONU (2021) y de la Asamblea General de la ONU (2022), este organismo ya había puesto de relieve la conexión existente entre el medio ambiente y la vulneración de derechos humanos (ACNUDH, 2018).

Este reconocimiento a la interseccionalidad entre derecho humano y medio ambiente ha tenido efectos también en sede judicial. Así, las primeras voces que pusieron el grito al cielo condenando la vulneración de sus derechos humanos, derivados directamente de la falta de protección al medio ambiente, en relación con el cambio climático, fueron los pueblos indígenas del Ártico que, en palabras del profesor Miranda Gonçalves, “proteger sus derechos territoriales

16 Sin embargo, resulta fundamental destacar el contenido del artículo 1.2 del PIDESC, en virtud del cual: “*En ningún caso podrá privarse a un pueblo de sus propios medios de subsistencia*”; así como al artículo 25 de este mismo Pacto, que vela por el “*derecho inherente de todos los pueblos a disfrutar y utilizar plena y libremente sus riquezas y recursos naturales*”. Algunos autores, entre ellos Borràs Pentinat (2011, p.32) y Vernet Doncel (2016, p.31), abogan por una interpretación extensiva de este artículo, que permita interpretar la configuración de un derecho al medio ambiente.

y culturales ha sido muy relevante para poder preservar su riqueza cultural y así poder enfrentar desafíos globales como, por ejemplo, el cambio climático” (MIRANDA 2024, p. 44). El caso se inició el 7 de diciembre de 2005, cuando Sheila Watt-Cloutier, junto con la Conferencia Circumpolar Inuit, presentó una demanda contra Estados Unidos ante la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, invocando la vulneración de los derechos humanos de los Inuits, como consecuencia del cambio climático. Concretamente, se acusaba a los Estados Unidos de ser el mayor responsable del calentamiento global (aproximadamente un 25% del total mundial), atentando contra los derechos humanos de los Inuits por no haber tomado medidas de mitigación contra el cambio climático y de reducción de emisiones. Si bien el caso no fue admitido, pudieron declarar en audiencia pública en 2007, donde manifestaron que el progreso económico de los países desarrollados y, por ende, la contaminación que sufría el medio ambiente fruto de sus actividades industriales “necesarias” para su desarrollo, había provocado su desplazamiento forzoso y la vulneración de sus derechos humanos.

Este caso paradigmático, a pesar de ser inadmitido, inspiró a otras personas a luchar por las sistemáticas vulneraciones de sus derechos humanos, derivados del cambio climático y la pobre protección del medio ambiente (Solà Pardell, 2012, p. 60). Así pues, en el plano legal existen otros procedimientos en materia de derechos humanos y medio ambiente que, a diferencia del caso de los Inuit, sí tuvieron éxito, entre los cuales cabe destacar: (i) la Sentencia del TEDH, de 20 de marzo de 2008, en el caso Budayeva *et al.* contra Rusia (demandas nº 15339/02, 21166/02, 20058/02, 11673/02 y 15343/02); y (ii) la reciente sentencia de la Gran Sala del mismo tribunal, de 9 de abril de 2024, en el caso *Verein KlimaSeniorinnen Schweiz et al.* contra Suiza¹⁷.

1.3. El derecho al medio ambiente en la Unión Europea

En 1972, tras la Primera Cumbre de la Tierra, los estados miembros de la Unión Europea (en ese entonces, todavía la Comunidad Económica Europea – en lo sucesivo, CEE –) fueron conscientes de las graves consecuencias que podía tener para el medio ambiente un desarrollo económico descontrolado. Es por ello por lo que, en el seno del Consejo Europeo, se decidió poner en marcha los denominados Programas de Acción en materia de medio ambiente, para establecer una política comunitaria al respecto.

Este fue el origen de la concienciación ambiental a nivel europeo, mediante la implementación de estos programas que, si bien carecían de fuerza vinculante, se conformaron como guías programáticas – instrumentos de soft law – para orientar las políticas de la Unión en el marco de la protección ambiental. Estos programas se han ido celebrando periódicamente desde ese entonces y, actualmente, estamos en el marco del Octavo Programa de Acción (establecido en el horizonte temporal 2021-2030) cuyo objetivo primordial es asegurar el triunfo de la Agenda 2030, así como lograr la neutralidad climática de la Unión en 2050 (Unión Europea, 2022).

No obstante, cabe destacar que, en sus inicios, la CEE, fundada con el Tratado de Roma en 1957, no tenía atribuidas competencias en materia de protección medioambiental, motivo por el cual solamente podía actuar mediante instrumentos de *soft law* (i.e., con los referidos

17 El Tribunal sentenció que se habían vulnerado el derecho a un juicio justo (ex. art. 6.1 CEDH) y el derecho a la vida privada y familiar (ex. art. 8 CEDH), en la medida en que el gobierno suizo no había hecho lo suficiente para prevenir el cambio climático.

Programas de Acción, entre otros). Todo ello cambió en 1987, mediante la aprobación del Acta Única Europea (en lo sucesivo, AUE), en virtud de la cual se confirieron competencias ambientales a la CEE y se eliminó la regla de la unanimidad en favor de la de mayoría cualificada, relajándose de este modo la rigidez existente para regular en ese ámbito (Muñiz Pérez, 2023). Ello permitió que, desde ese momento, se pudieran dar grandes avances en materia de medio ambiente en el seno de lo que ahora denominado Unión Europea.

Así pues, cabe destacar el redactado del artículo 3 del Tratado de la Unión Europea, que establece como uno de sus objetivos el instaurar un mercado interior que obre “*en pro del desarrollo sostenible*” y garantizar un “*nivel elevado de protección y mejora de la calidad del medio ambiente*”. Igual de significativo es lo dispuesto en el artículo 11 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (en lo sucesivo, TFUE), el cual consagra el principio de las exigencias ambientales en todas las políticas y acciones de la Unión; así como los objetivos fijados en el artículo 191 del TFUE, entre los cuales se sitúa, además de la conservación del medio ambiente y la “*utilización prudente y racional de los recursos naturales*”, la lucha contra el cambio climático (García Lupiola, 2009).

Finalmente, otra norma de gran importancia en el marco de la Unión es la ya reseñada Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea, la cual contempla el derecho al medio ambiente en su artículo 37 al disponer lo siguiente:

“*En las políticas de la Unión se integrarán y garantizarán, conforme al principio de desarrollo sostenible, un nivel elevado de protección del medio ambiente y la mejora de su calidad*”.

Pese a ello, nótese que el modo en que se ha configurado este derecho no es como un derecho fundamental subjetivo, sino como un derecho colectivo ligado a la calidad de vida de los individuos y al bienestar general de la sociedad.

Así pues, al igual que en el plano internacional, podemos concluir que tampoco existe un derecho fundamental al medio ambiente en el seno de la Unión Europea, constituyéndose su protección a través de políticas y normas exigentes, pero nunca otorgándosele ese carácter de derecho fundamental que le conferiría protección jurídica directa.

De todas formas, no debemos olvidar que la Unión Europea es pionera en el mundo por lo que respecta a políticas y legislación ambiental, así como en los ambiciosos objetivos medioambientales planteados. Así, en 2019 se aprobó el denominado Pacto Verde Europeo, una iniciativa que establecía una serie de políticas destinadas a la consecución de la neutralidad climática para el 2050 en la Unión (Muñiz Pérez, 2023). A pesar de no tener carácter vinculante, siendo un instrumento de *soft law*, debemos agradecer que el AUE le confiriera competencias a la (ahora) Unión Europea en materia de medio ambiente, por cuanto gracias a ese momento histórico, es ahora que en 2021 la Unión Europea pudo aprobar la denominada “*Ley del Clima*”, mediante el Reglamento (UE) 2021/1119 (*hard law*), que sirve como instrumento vinculante para cumplir los objetivos fijados en el Pacto Verde Europeo y tener una Unión neutra en carbono para el 2050.

1.4. El derecho al medio ambiente en España

De igual forma que la configuración del derecho al medio ambiente en el ordenamiento jurídico de la Unión Europea estuvo claramente influenciada por la sensibilización internacio-

nal al respecto, lo mismo sucedió con el reconocimiento de este derecho en la legislación española. Así, los redactores de nuestra Carta Magna también fueron inspirados por la Conferencia de Estocolmo de 1972, consagrando el derecho al medio ambiente en el artículo 45 de la CE.

En la medida en que se encuentra reconocido en la Constitución es, por tanto, un derecho constitucional. No obstante, tal y como se ha adelantado anteriormente, solamente son derechos fundamentales aquellos que son susceptibles de amparo constitucional vía recurso de amparo (i.e., los comprendidos entre los artículos 14 y 29, junto con la objeción de conciencia del artículo 30.2 CE). Por lo tanto, en la medida en que el derecho al medio ambiente se encuentra recogido en el artículo 45 CE, el poder constituyente decidió configurarlo como un principio rector (al situarlo en el capítulo III del título I) y no como un derecho fundamental. En consecuencia, tal y como prevé el artículo 53.3 CE, su protección estará encomendada a los poderes públicos y, en tanto que principio rector, informará la “*legislación positiva, la práctica judicial y la actuación de los poderes públicos*”.

De la lectura del primer apartado del artículo 45 CE, se puede observar que los titulares de este derecho son todas las personas. Así pues, la tutela de este derecho será individual y, a su vez, colectiva (Loperena Rota, 1996, pp. 65-66). Resulta reseñable destacar, asimismo, que el artículo 45 no solo reconoce el disfrute de un derecho subjetivo – y, por tanto, su protección jurídica – sino que, a su vez, impone una obligación colectiva a proteger y conservar el medio ambiente.

Además, tal y como mantiene Arlucea Ruiz (2008, p. 217), con el redactado del artículo en nuestro texto constitucional, es posible apreciar una dicotomía no excluyente del derecho al medio ambiente, en primer lugar, desde la vertiente de un derecho subjetivo atendiendo la literalidad del párrafo primero del artículo 45 CE: “*Todos tienen el derecho a disfrutar de un medio ambiente adecuado [...]*”. En segundo lugar, se puede apreciar su naturaleza de principio rector en el segundo párrafo, al indicar que “*los poderes públicos velarán por la utilización racional de todos los recursos naturales [...]*”.

Finalmente, es oportuno remarcar que el párrafo tercero prevé expresamente la imposición de sanciones penales o administrativas, siendo el único artículo del texto constitucional que contempla sanciones de índole penal para un sector específico. Asimismo, junto a este régimen sancionador, se establece también la obligación de reparar el daño causado sin que ello suponga, bajo ningún concepto, la infracción al principio *non bis in idem*.

2. La figura del refugiado y su protección jurídica

En el anterior capítulo hemos podido analizar el derecho al medio ambiente y su estatus jurídico en el marco legal internacional, europeo y español, concluyendo que, si bien no estamos propiamente ante un derecho humano o fundamental, la conexión que guarda con este tipo de derechos es clara. Ello implica que la protección del medio ambiente se puede establecer de forma indirecta, alegando ante las autoridades pertinentes la vulneración de derechos humanos y fundamentales, como podría ser el derecho a la vida, derivado de una pobre protección al medio natural.

No obstante, es evidente que no siempre es posible emprender esta vía, siendo lo más deseable que se reconozca jurídicamente el derecho al medio ambiente como un derecho humano o fundamental, para poder ejercitarse directamente las acciones legales pertinentes en vía

judicial. Este sería un régimen importante del que podrían beneficiarse aquellas personas que se ven obligadas a desplazarse por causas ambientales. Especialmente, en lo que a nosotros nos interesa, para aquellas que terminan cruzando las fronteras de sus países, por cuanto, a la luz de la regulación actual, todo parece apuntar que estos sujetos no gozarían del estatus de refugiado, aspecto que vamos a examinar en este capítulo.

2.1. Concepto de refugiado

La Convención de Ginebra de 1951 sobre el Estatuto del Refugiado (en lo sucesivo “la Convención de Ginebra”) es considerada la Carta Magna de esta figura, sentando las bases de su protección a nivel internacional.

Esta convención fue creada tras la Segunda Guerra Mundial, principalmente para hacer frente a la enorme crisis migratoria que azotó el continente europeo a raíz de esta guerra. Así, durante su formulación, en aras a determinar el alcance de las obligaciones de los estados firmantes, se estableció un límite temporal al concepto de refugiado (Miranda Gonçalves et al., 2020). Asimismo, en relación con la necesidad de proteger las víctimas de la Segunda Guerra Mundial, también se estableció un límite geográfico, vinculando el concepto de refugiado únicamente al territorio europeo.

De este modo, la Convención de Ginebra definió el concepto de refugiado en su artículo 1 como toda persona que:

“Como resultado de acontecimientos ocurridos antes del 1 de enero de 1951 en Europa y debido a fundados temores de ser perseguida por motivos de raza, religión, nacionalidad, pertenencia a determinado grupo social y u opiniones políticas, se encuentre fuera del país de su nacionalidad y no pueda o, a causa de dichos temores, no quiera acogerse a la protección de tal país; o que, careciendo de nacionalidad y hallándose, a consecuencia de tales acontecimientos fuera del país donde antes tuviera su residencia habitual, no pueda o, a causa de dichos temores, no quiera regresar a él”.

No obstante, con el tiempo se evidenció que esta definición resultaba insuficiente, por cuanto tras su entrada en vigor en 1954, se dieron nuevas oleadas de desplazados forzados en otros continentes (Solà Pardell, 2012). Por ello, para hacer frente a los movimientos de estos “refugiados contemporáneos”, el 31 de enero de 1967 se adoptó el Protocolo sobre el Estatuto de los Refugiados (en lo sucesivo, “Protocolo de 1967”), eliminándose el límite temporal y geográfico, ampliándose de esta forma el concepto de refugiado a refugiados no europeos¹⁸.

En consecuencia, tras el Protocolo de 1967, el marco jurídico internacional actual condiciona el estatus de refugiado a cuatro elementos clave: (i) que la persona esté fuera de su país de origen (nacionalidad o residencia habitual); (ii) que exista un temor a ser perseguido; (iii) que los temores de persecución que motivan el desplazamiento sean por razón de raza, nacionalidad, religión, pertenencia a un grupo social concreto o por opiniones políticas; y (iv) que el temor sea fundado (Albert Márquez, 2022, p. 12).

Finalmente, merecen especial mención dos instrumentos regionales que prevén un con-

18 Nótese que la Convención de Ginebra y el Protocolo de 1967 son instrumentos independientes, permitiéndose que los estados se adhieran al protocolo sin ser parte de la Convención, aunque eso raramente sucede (ACNUR, 2006, p. 27)

cepto de refugiado todavía más amplio: la Convención de la Organización de la Unidad Africana (en lo sucesivo, “Convención de la OUA”); y la Declaración de Cartagena de 1984 sobre los Refugiados (en lo sucesivo, “Declaración de Cartagena”). Estos instrumentos se desmarcan del concepto internacional del refugiado que se acaba de definir, debido a los particulares movimientos migratorios que estaban teniendo lugar en sus respectivos territorios (Vernet Doncel, 2016, pp. 29-30).

Por un lado, fruto de las guerras que tuvieron lugar durante la descolonización de los países africanos, en 1969 se creó la Convención de la OUA que extendía el concepto de refugiado a todo aquel que se vea forzado a abandonar su país de origen en buscar refugio por motivo de “*una agresión exterior; una ocupación o una o una dominación extranjera, o de acontecimientos que perturben gravemente el orden público*”.

Por otro lado, en América Central, debido al auge de conflictos armados por guerrillas que pretendían derrocar las existentes dictaduras militares (Miranda Gonçalves, 2020), se optó por ampliar el concepto de refugiado, a través de la Declaración de Cartagena, para aquellos desplazamientos transfronterizos que fueran fruto de la amenaza a la vida, seguridad o libertad debido a “*la violencia generalizada, la agresión extranjera, los conflictos internos, la violación masiva de los derechos humanos u otras circunstancias que hayan perturbado gravemente el orden público*”.

Vista la definición de refugiado que existe en los principales instrumentos internacionales y regionales, resulta necesario realizar una breve distinción de este concepto con respecto a otros fenómenos migratorios, para evitar caer en la confusión de la figura que necesita especial protección (i.e., el desplazado ambiental transfronterizo). Así, el siguiente apartado expondrá de forma concisa la distinción entre los términos refugiado, migrante económico y desplazado interno, en base al documento de estudio publicado por el ACNUR el 1 de agosto de 2005, titulado “*An Introduction to International Protection: Protecting persons of concern to UNHCR (Self-study module 1)*”.

2.2. Diferencias del concepto de refugiado con otras figuras: el migrante económico y el desplazado interno

Previo a observar las diferencias entre estos conceptos, es relevante apuntar la definición de migración que hace la OIM. Así, en el glosario sobre migración publicado por esta organización en 2011, se define este término como “*El movimiento de una persona o grupo de personas a través de una frontera internacional o dentro de un país. Es un movimiento de población que abarca todo tipo de movimientos de personas, sea cual fuere su duración, su composición o sus causas; incluye migración de refugiados, personas desplazadas, migrantes económicos y personas que se desplazan con otros propósitos, incluida la reunificación familiar.*” (OIM, 2011)

Así pues, es posible observar que el término migración es el concepto genérico que engloba todo tipo de movimientos humanos. Entre ellos, se encuentra el de migrante económico, que la ACNUR (2005) indica que, a diferencia del refugiado, es aquel que voluntariamente decide abandonar su país (generalmente en vías de desarrollo, aunque puede tratarse de cualquier estado del mundo) en busca de oportunidades laborales. Queda claro que las principales diferencias son, por un lado, la motivación económica del desplazamiento y, por otro, el elemento volitivo sobre la decisión de emigrar a otra región. Estos aspectos no se encuentran en la figura del refugiado,

que se ve obligado a trasladarse a otro estado por razones que van más allá de las económicas. Así pues, la necesidad de protección jurídica que este trabajo busca visibilizar no corresponde a la del migrante económico, ni tampoco a la de quien decide emigrar voluntariamente en busca de mejores condiciones climáticas; sino a la de aquellos que se ven forzados a hacerlo.

Pasando a la distinción entre refugiado y desplazado interno, la ACNUR (2005) define a estos últimos como personas que “*se han visto obligadas a huir de sus hogares como resultado de un conflicto armado, disturbios internos, violaciones sistemáticas de los derechos humanos o desastres naturales o provocados por el hombre, y que se encuentran dentro del territorio de su propio país*” (traducción propia). De este modo, el principal distintivo entre refugiado y desplazado interno no es el elemento volitivo – inexistente en ambos casos –, sino el ámbito territorial en el que el desplazamiento ocurre. Así pues, mientras en ambos casos el desplazamiento es forzado, los desplazados internos permanecen bajo la protección del mismo estado desde una perspectiva estrictamente jurídica, tal y como señalan Abimael Reyes e Isis Verónica Lara (2021, p. 5). Por ello, si bien este tipo de migrantes pueden ser movidos también por causas ambientales, su tutela jurídica no se ve afectada, motivo por el cual tampoco es la figura migratoria clave en este trabajo.

Habiendo realizado lo que podríamos calificar como una definición negativa de refugiado ambiental, en el siguiente apartado vamos a terminar de precisar brevemente este concepto y a exponer los debates doctrinales existentes frente al reconocimiento de los refugiados ambientales como tales.

2.3. Refugiado ambiental

El concepto de refugiado ambiental fue acuñado en 1985, cuando en un informe del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (en lo sucesivo, PNUMA), el profesor Essam El-Hinnawi, definió este término como aquellas personas que, de forma temporal o permanente, se han visto obligadas a abandonar su país con motivo de una evidente disruptión ambiental (natural y/o provocada por el ser humano) que pone en peligro su existencia y/o afecta de forma gravosa su calidad de vida. Asimismo, los autores Bonnie Docherty y Tyler Giannini (2009) destacan la necesidad de que se proponga una definición clara y consensuada de refugiados ambientales, para poder observar de forma precisa cuántas personas están afectadas por esta situación. Afirman también que, dicho concepto debería incluir: (i) migración forzada; (ii) reubicación temporal o permanente; (iii) desplazamiento transfronterizo; y (iv) disruptión ocasionada por el cambio climático o eventos ambientales repentinos o graduales.

Asimismo, Teresa Vicente (2020), destaca que el factor determinante que obliga a los refugiados ambientales a desplazarse y a dejar su país atrás es su vulnerabilidad ante el cambio climático y los desastres naturales. Así, cuando mayor es la vulnerabilidad, el riesgo de convertirse en refugiado ambiental aumenta significativamente, estando especialmente expuestos y mayormente impactados por el cambio climático y los desastres ambientales los países del sur global. De todos modos, Susana Borràs (2011) nos recuerda que, incluso estando en países desarrollados, los efectos del cambio climático pueden tener efectos desastrosos en cualquier país, por muy desarrollado que sea, estando todos, en un futuro más o menos cercano, expuestos a convertirnos en refugiados climáticos¹⁹.

19 La autora ejemplifica este hecho con el huracán Katrina, que azotó Estados Unidos en agosto de 2005,

Habiendo realizado una aproximación a lo que la doctrina considera la definición de refugiado ambiental, puede observarse que, realmente, los desplazados transfronterizos por causas ambientales están en una suerte de limbo jurídico, por cuanto no cumplen con los requisitos de elegibilidad establecidos en la Convención de Ginebra y el Protocolo de 1967. Ello es así en la medida en que les falta ese elemento de persecución o temor bien fundado que recoge el estatuto internacional del refugiado (Miranda Gonçalves, 2020) y porque dentro de la lista de motivos tasados de los que se deriva esa persecución, no se encuentran las causas ambientales.

A pesar de que este vacío legal causa verdaderas vulneraciones de derechos humanos, e independientemente de que gran parte de la doctrina considere necesario adoptar un nuevo régimen de protección específico para estas personas, su creación presenta tres dificultades, tal y como exponen Santiago Vernet (2016) y Susana Borràs (2011):

- La ACNUR y la OIM mantienen que el término de refugiado ambiental no es deseable, por cuanto se estaría modificando el concepto de refugiado previsto en la Convención de Ginebra y en el Protocolo de 1967. Concretamente, en junio de 2019, Dina Ionesco, miembro de la División de la OIM de Migración, Medio Ambiente y Cambio Climático (MECC, por sus siglas en inglés), justificó esta negativa en que el término refugiado se vería inevitablemente debilitado y, a su vez, se estaría excluyendo de protección a aquellas personas que, a pesar de ser desplazadas por causas ambientales, no fueran capaces de probar suficientemente que su migración es debido al clima.
- En la medida en que la gran mayoría de desplazamientos por causas ambientales tienen lugar dentro de las fronteras de un país (i.e., son desplazados ambientales internos), la creación de un régimen jurídico *ex novo* para la figura de los refugiados ambientales seguiría dejando sin protección a muchos de los individuos afectados por este problema.
- Las migraciones por causas ambientales provocan éxodos masivos de poblaciones. En consecuencia, la respuesta jurídica a este asunto debería ser global. Sin embargo, la mayoría de los estados desarrollados ven con recelo esta opción, posicionándose a favor de un reconocimiento individual del estatuto de refugiado – postura que se ve reflejada en la redacción de la Convención de Ginebra, que otorga la condición de refugiado individualmente y nunca a un colectivo –.

A pesar de las adversidades que proclaman estos autores, es evidente que debe encontrarse una vía que remedie esta problemática. Claro está que es menos deseable seguir ignorándola, que proponer una alternativa jurídica que les dé a estas personas – despojadas de sus derechos más fundamentales – un mínimo de garantías y protección.

En este sentido, resulta interesante traer a colación los conceptos de refugiado vigentes en la Convención de la OUA y en la Declaración de Cartagena, por cuanto, tal y como se ha expuesto al inicio de este capítulo, ofrecen definiciones más amplias de refugiado. Así, parece ser que los refugiados ambientales sí podrían tener cabida en estos regímenes jurídicos. Ello es así en la medida en que, por un lado, la Convención de la OUA hace referencia a “*acontecimientos que perturben gravemente el orden público*” como causante del desplazamiento y; por otro lado, la Declaración de Cartagena alude a “*otras circunstancias que hayan perturbado gravemente el orden público*”. Como es evidente, en esta apertura conceptual pueden tener

dejando cientos de miles de muertos y causando el desplazamiento de alrededor de un millón de personas.

cabida las causas ambientales y los desastres naturales, ofreciéndose así una respuesta jurídica a los refugiados ambientales. Si bien estos instrumentos son de carácter regional, muchos académicos y expertos en derechos humanos argumentan que esta conceptualización podría sentar precedentes o, cuanto menos, inspirar una futura protección internacional encaminada a proteger estos colectivos.

3. La crisis climática y su afectación a los refugiados: especial mención a la Agenda 2030 y a los Objetivos para el Desarrollo Sostenible

Como se ha podido apreciar en el anterior capítulo, el concepto de refugiado en el marco jurídico internacional no cubre la situación de los denominados “refugiados ambientales”, por cuanto, por un lado, estos carecen del elemento de persecución requerido en la Convención de Ginebra; y, por otro, porque no se contempla como una de las causas del desplazamiento el estrés ambiental o los desastres naturales.

Esta laguna jurídica es sorprendente por cuanto la comunidad científica y numerosos cuerpos de la ONU llevan años exponiendo la existente relación entre el cambio climático y los desplazamientos migratorios trasfronterizos de las poblaciones que habitan en las regiones más vulnerables²⁰.

De hecho, el cambio climático es una realidad innegable que ha llevado a la comunidad internacional a adoptar planes y compromisos internacionales, para intentar mitigar sus efectos. Por ello, en este breve capítulo vamos a observar cuáles son estos objetivos, para determinar la relación que guardan con los refugiados ambientales y valorar si pueden solventar la problemática de los refugiados ambientales.

3.1. La Agenda 2030 y el ODS número 13: La acción por el clima

Tras la agitada Guerra Fría, la ONU decidió implementar una iniciativa que asegurara paz y armonía en el planeta, que permitiera la consecución de una vida plena y sostenible para todo el mundo. Así, el año 2000 en Nueva York, se celebró la denominada Cumbre del Milenio, en el cual la ONU expuso los denominados Objetivos de Desarrollo del Milenio (en lo sucesivo, “ODM”). Había un total de 8 ODM, que giraban en torno a tres cuestiones clave: una dimensión social, otra económica y una última ambiental. El horizonte temporal para la consecución de estos objetivos era 2015 y 2020.

Ante la falta de consecución de los ODM en el espectro temporal previsto, en 2015 la Asamblea General de la ONU adopta la Resolución 70/1, titulada *“Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible”*. Como indica su título, se lanzó una Agenda para conseguir los denominados Objetivos de Desarrollo Sostenible (en lo sucesivo, “ODS”), que consistían en un total de 17 objetivos, con 169 metas. Estos ODS se sitúan en el marco del

20 Véase el documento técnico emitido el 31 de octubre de 2008 por el grupo de Migración Desplazamiento y Cambio Climático del IASC (por sus siglas en inglés “*International Agency Standing Committee*”) titulado: *Climate Change, Migration and Displacement: Who will be affected?* Disponible en: <http://unfccc.int/resource/docs/2008/smsn/igo/022.pdf>; y el informe del ACNUDH, publicado en 2018, titulado: *Los efectos de evolución lenta del cambio climático y la protección de los migrantes transfronterizos*. Disponible en: https://www.ohchr.org/sites/default/files/Documents/Issues/Migration/OHCHR_slow_onset_of_Climate_Change_SPweb.pdf

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (en lo sucesivo, “PNUD”), que juega un papel importante en el apoyo a gobiernos estatales para que adopten las medidas necesarias para la consecución de los ODS.

Así, tal y como manifiesta José Julio Fernández (2018), los ODS se constituyen como normas de *soft law* que, a pesar de carecer de métodos coercitivos para garantizar su cumplimiento, inspiran los ordenamientos jurídicos positivos, pudiendo ayudar en esta tarea de influenciar las políticas públicas y la legislación, especialmente a través del PNUD.

En el ámbito de los refugiados ambientales, el ODS que más relación guarda con esta problemática es el ODS 13: Acción por el Clima. Así, a pesar de que ninguna de las metas de este objetivo fija expresamente el propósito de regular esta figura, sí que busca la implementación de acciones que ayuden a mitigar los efectos del cambio climático (meta 13.2), así como medidas para adaptarse a este fenómeno y a los desastres ambientales (meta 13.1).

Como se ha expuesto en el capítulo anterior, los países en vías de desarrollo presentan dificultades claramente más grandes para hacer frente y adaptarse a los desastrosos efectos del cambio climático, debido a su vulnerabilidad. De este modo, con el establecimiento de estas metas se puede vislumbrar esa intención de ofrecer las ayudas necesarias para evitar que desastres ambientales – tales como el aumento del nivel del mar, sequías prolongadas, desertificación, inundaciones, etc. – terminen conllevando el desplazamiento forzado de las personas fuera de su país (Fernández Liesa; Manero Salvador, 2017).

Si bien estas dos primeras metas podrían categorizarse como más generales, la cuarta meta (13.4) es más concreta. Esta meta se divide en dos subapartados:

- Meta 13.a: trata sobre el establecimiento de un Fondo Verde para el Clima, en virtud del cual los países desarrollados que sean miembros de la CMNUCC aportarían un total de 100.000 millones de dólares para el año 2020, con el fin de ayudar a los países en vías de desarrollo a paliar los efectos del cambio climático, así como su adaptación al mismo y proveerles de fondos para desarrollarse de manera sostenible.
- Meta 13.b: que busca la promoción de herramientas que faciliten la adaptación, mitigación y resiliencia frente al cambio climático, haciendo énfasis en las comunidades más vulnerables, como los Pequeños Estados Insulares en Desarrollo (en lo sucesivo, PEID).

Respecto al primer subapartado, cabe destacar que, a pesar de no haber logrado la recaudación prevista en el año 2020 para el Fondo Verde para el Clima, el Informe Anual de 2023 del Fondo reflejan que el total de recursos movilizados hasta la fecha ha sido de 51,8 mil millones de dólares, invirtiéndose en 243 proyectos en más de 129 países. Por ello, es posible concluir que, si bien la meta se fijó de modo demasiado optimista en cuanto al momento de conseguirlo, el Fondo Verde para el Clima se está implementando debidamente, teniendo verdaderos efectos positivos para la adaptación al cambio climático para los países en vías de desarrollo.

Por lo que respecta a la meta 13.b, en la medida en que está estrechamente relacionada con la 13.a, puede afirmarse que el Fondo está contribuyendo a que los PEID tengan acceso a parte de los fondos para el financiamiento climático. No obstante, el éxito es parcial, por cuanto existen barreras significativas en términos monetarios para poder subvencionar tanto las infraestructuras que se deberían crear, como la investigación y desarrollo tecnológico para estudiar cómo hacer frente a la casi segura desaparición de muchos de estos PEID, ante el aumento del nivel del mar.

3.2. El impacto de la crisis climática en los refugiados ambientales

Tal y como se ha reiterado en múltiples ocasiones, es evidente que el cambio climático tiene un efecto directo en los refugiados ambientales, en la medida en que algunos estados se ven incapaces de hacer frente a los catastróficos efectos que este tiene en sus regiones, obligando a sus habitantes a abandonar su país y convertirse, por ende, en el controvertido refugiado ambiental, cuya terminología no se acepta.

Esta relación ha sido admitida tanto por la comunidad científica, como por diversos organismos de la ONU, siendo el informe más reciente que trata la interseccionalidad entre vulnerabilidad, cambio climático y fenómenos migratorios, el ya referido informe del ACNUDH, publicado en 2018, titulado “*Los efectos de evolución lenta del cambio climático y la protección de los migrantes transfronterizos*”. Entre otras cosas, este documento explica cómo la subida del nivel del mar, la desertificación, las eternas sequías, las abrumadoras inundaciones y muchos otros desastres ambientales en los países menos desarrollados, tienen un impacto significativo que motiva los desplazamientos transfronterizos una vez la hostilidad en el país llega a tal entidad, que resulta imposible seguir viviendo en él (ACNUDH, 2018).

Concretamente, el informe estudia el caso del Sahel²¹, una de las regiones más vulnerables del mundo al cambio climático, donde, desde hace años, sus habitantes recurren a movimientos migratorios, tanto internos como transfronterizos, para adaptarse a las interminables sequías y la desertificación que dificultan el acceso a los medios básicos para la subsistencia, como el agua y los alimentos. Asimismo, destaca que la distancia recorrida en estas migraciones depende de la gravedad del estrés hídrico, siendo desplazamientos más cercanos pero prolongados en situaciones de sequía extrema. Cabe destacar que, a pesar de que el término de refugiado climático no se acuñara hasta 1985, la tremenda sequía que azotó Burkina Faso entre 1968 y 1973, ya resultó en la migración forzada de un millón de personas a países vecinos.

Asimismo, el estudio referido también examina los casos de Asia Meridional, América Central y el de los PEID. Sobre este último, en el que los ODS prevén una meta concreta, resulta preocupante los datos que revela el informe, que afirman que la elevación medio mundial del nivel del mar que sufren los PEID, ha sido cuatro veces más que la media mundial entre 1993 y 2009 (ACNUDH, 2018, p. 43). Además, en algunos de estos estados insulares, el aumento del nivel del mar ha ocasionado ya la infiltración de agua salada y la erosión costera, con los devastadores efectos ambientales que ello supone. Como se ha mencionado en el anterior apartado, la financiación para ayudar a los PEID a mitigar los efectos del cambio climático resulta clave para tratar de evitar que los habitantes de estas islas se conviertan en refugiados ambientales.

No obstante, parece que este hecho devendrá inevitable, por cuanto un reciente informe de la NASA, emitido en septiembre de 2024²², asegura que los PEID como Kiribati, Tuvalu y Fiji, sufrirán un aumento irreversible del nivel del mar en los próximos treinta años, situándolos en situación de riesgo extremo de desaparecer en un futuro próximo.

Todo lo anterior nos lleva a concluir que el cambio climático desempeña – y continuará desempeñando – un papel crucial en los fenómenos migratorios debidos a causas ambientales,

21 Véase las páginas 37 y ss. del referido informe.

22 Véase la noticia publicada en la página oficial de la NASA el 25 de setiembre de 2024 titulado *NASA Analysis Shows Irreversible Sea Level Rise for Pacific Islands*. Disponible en: <https://www.nasa.gov/earth/climate-change/nasa-analysis-shows-irreversible-sea-level-rise-for-pacific-islands/>

generando desplazamientos masivos de poblaciones enteras. A pesar de que la comunidad internacional ha empezado a movilizar fondos para mitigar los demoledores efectos del cambio climático, especialmente en las regiones más vulnerables, la realidad es que existe un vacío legal respecto a la protección de los refugiados ambientales. Estos individuos, cuya terminología no es aceptada en el marco de la Convención de Ginebra, se encuentran desprotegidos en el plano jurídico internacional, lo que supone una violación sistemática de sus derechos humanos.

Dado que se prevén éxodos sin precedentes a medida que las condiciones climáticas empeoren, es urgente que la comunidad internacional adopte medidas para regular esta situación. De no hacerlo, los países desarrollados y las instituciones internacionales se arriesgan a ser cómplices de una crisis humanitaria sin precedentes, marcada por enormes violaciones de derechos humanos. Ignorar las advertencias de la comunidad científica sobre el impacto del cambio climático y la necesidad de ofrecer protección jurídica a los más vulnerables, sería una flagrante negligencia de las responsabilidades globales en la defensa de los derechos humanos. Por tanto, es imprescindible avanzar hacia un marco normativo que garantice la protección y asistencia necesaria a los refugiados climáticos.

Conclusiones

Tras la investigación realizada en este estudio, las conclusiones extraídas pueden resumirse en los siguientes puntos:

- Se confirma la hipótesis planteada respecto la falta de reconocimiento y la inexistente protección jurídica internacional de los refugiados ambientales. Como se ha observado en el segundo capítulo, este controvertido concepto no es aceptado por instituciones como la OIM o el ACNUR, en la medida en que no se ajusta al concepto actual de refugiado definido en la Convención de Ginebra. Por cuanto antecede, se ha hecho evidente el defecto estructural grave del que adolece el actual marco jurídico entorno al estatuto de refugiado, por cuanto deja sin protección aquellos desplazados transfronterizos por causas ambientales.
- Ante el inevitable cambio climático y sus consecuencias en los estados más vulnerables, se observa la imperiosa necesidad de regular la figura del refugiado ambiental, en aras de dotar a las personas afectadas de las necesarias garantías legales que aseguren la salvaguarda de sus derechos humanos y fundamentales. Muchos autores defienden bien la creación de un marco jurídico *ex novo* para esta figura, bien la ampliación del concepto actual de refugiado que versa en la Convención de Ginebra y el Protocolo de 1967, basándose en la Convención de la OUA y en la Declaración de Cartagena.
- Mientras esta labor legislativa no tenga lugar en el plano internacional, los derechos de los refugiados ambientales se podrán proteger en vía judicial, invocando la vulneración de sus derechos humanos y fundamentales. Esta conclusión no se sustenta únicamente en base a las propuestas de reputados autores como Susana Borràs, Santiago Vernet u Oriol Solà, sino que ha sido respaldada por la jurisprudencia del TEDH, en asuntos como el caso Budayeva *et al.* contra Rusia o el caso *Verein KlimaSeniorinnen Schweiz et al.* contra Suiza.

Referencias bibliográficas

- ACNUR – La Agencia de la ONU para los Refugiados. (s. f.). | Refugee Data Finder. UNHCR. <https://www.unhcr.org/refugee-statistics>
- ACNUR. (2024). Informe Global de ACNUR 2023: Resumen ejecutivo. Recuperado 2 de octubre de 2024. <https://reporting.unhcr.org/global-report-2023-executive-summary-spanish>
- Albert Márquez, J. J. (2022). Desplazados ambientales: incertidumbres y respuestas jurídicas frente a un eventual conflicto humanitario. *Cuadernos Electrónicos de Filosofía del Derecho*, 46, 1-29. <https://doi.org/10.7203/cefd.46.21389>
- Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados. (2006). An Introduction to International Protection. Protecting persons of concern to UNHCR: Self-study Module 1, Vol. I. <http://www.unhcr.org>. Office of the United Nations High Commissioner for Refugees. <https://www.unhcr.org/media/self-study-module-1-introduction-international-protection-protecting-persons-concern-unhcr>
- Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados. (2006). Human Rights and Refugee Protection: Self-study Module 5, Vol. I. <http://www.unhcr.org>. Office of the United Nations High Commissioner for Refugees. <https://www.refworld.org/reference/manuals/unhcr/2006/en/40698>
- Ballesteros Sánchez, J., Carrizo González Castell, A., Biderbos, t P., Durán Ayago, A., Sanz Mulas, N., González Salinero, D., Fernández Nieto, A., Guzmán Ordaz, R., Belén Ríos Hilario, A., Carrera Garrosa, V., Ángeles Guervós Maíllo, M., Jiménez Tello, P., Pascual Matellán, L., Carmen López Esteban, M., Álvarez Cuartero, I., Castellar Granados, M., Concepción Gorjón Barranco, M., Belén Nieto Librero, A., Myers Gallardo, A., Enrique Boscán Carrasquero, G. (2019). Los Derechos Humanos 70 años después de la Declaración Universal. Tirant lo Blanch. <https://biblioteca.tirant.com/cloudLibrary/ebook/info/9788413133232>
- Banco Mundial, Clement, V., Rigaud, K. K., De Sherbinin, A., Jones, B., Adamo, S., Schewe, J., Sadiq, N., Shabahat, E. (2021). Groundswell Parte 2: Actuar frente a la migración interna provocada por impactos climáticos. En Banco Mundial. Banco Mundial. Recuperado 20 de septiembre de 2024. <https://openknowledge.worldbank.org/server/api/core/bitstreams/fc2c02ad-81fe-517e-86e3-13a851a682f5/content>
- Bastida, F. J. (2005). El fundamento de los derechos fundamentales, en Revista Electrónica del Departamento de Derecho de la Universidad de La Rioja Redur, No. 3, La Rioja, pp. 41- 56.
- Batista Torres, J. (2018). Derechos humanos y derechos fundamentales. Algunos comentarios doctrinales. IUSLABOR, no. 2, pp. 186-13, doi:10.31009/IUSLabor.2018.i02.05. <https://www.raco.cat/index.php/IUSLabor/article/view/10.31009-IUSLabor.2018.i02.05>
- Bonnie, D.; Giannini, T. (2009). Symposium: Confronting a Rising Tide: A Proposal for a Climate Refugee Treaty, 33 Harvard EVITL L. Rev. 349, 372, 385.
- Borràs Pentinat, S. (2011). El estatuto jurídico de protección internacional de los refugiados ambientales. *Remhu - Revista Interdisciplinar Da Mobilidade Humana*, 19(36), 11-48. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=407042013002>

- Comisión Europea. (s. f.). La protección de los derechos fundamentales en la Unión Europea. Portal Europeo de e-Justicia. https://e-justice.europa.eu/563/ES/part_i_protecting_fundamental_rights_within_the_european_union#:~:text=El%20art%C3%ADculo%206,%20apartado%203,%20del%20Tratado%20UE,%20en%20su
- Consejo de Europa (1950). Convenio Europeo de los Derechos Humanos. https://www.echr.coe.int/documents/d/echr/Convention_SPA#:~:text=Convenio%20para%20la%20Protecci%C3%B3n%20de%20los%20Derechos%20Humanos%20y%20de
- Consejo de Europa. (2021). Tribunal Europeo de Derechos Humanos: el TEDH en 50 preguntas. https://www.echr.coe.int/documents/d/echr/50Questions_SPA#:~:text=El%20TEDH%20en%2050%20preguntas.%20Este%20documento,%20preparado%20por%20la
- Convención de la Organización para la Unidad Africana. Por la que se regulan los Aspectos Específicos de Problemas de los Refugiados en África. 10 de septiembre de 1969. 1001 U.N.T.S. 45. <https://www.refworld.org.es/docid/50ac934b2.html>
- Convención sobre el Estatuto de los Refugiados. Adoptada en Ginebra, Suiza por la Conferencia de Plenipotenciarios sobre el Estatuto de los Refugiados y de los Apátridas (Naciones Unidas), convocada por la Asamblea General en su resolución 429 (V), del 14 de diciembre de 1950. 28 de julio de 1951. No. 2545. Disponible en: <https://www.acnur.org/5b0766944.pdf>
- Convención sobre el Estatuto de los Refugiados. Adoptada en Ginebra, Suiza por la Conferencia de Plenipotenciarios sobre el Estatuto de los Refugiados y de los Apátridas (Naciones Unidas), convocada por la Asamblea General en su resolución 429 (V), del 14 de diciembre de 1950. 28 de julio de 1951. No. 2545. <https://www.acnur.org/5b0766944.pdf>
- Decisión (UE) 2022/591 del Parlamento Europeo y del Consejo de 6 de abril de 2022 relativa al Programa General de Acción de la Unión en materia de Medio Ambiente hasta 2030. Diario Oficial de la Unión Europea L nº 114 de 12 de abril de 2022.
- Declaración de Cartagena sobre Refugiados. (1984). Conclusiones adoptadas por el Coloquio sobre la protección internacional de los refugiados en América Central, México y Panamá: problemas jurídicos y humanitarios. Cartagena de Indias, Colombia. Recuperado de ACNUR: <https://www.acnur.org/media/declaracion-de-cartagena-sobre-los-refugiados>
- Díez Picazo, L.M: Sistema de derechos fundamentales, Editorial Thomson / Civitas, p. 35. <http://www.redalyc/html/885/88500603>
- European Convention on Human Rights (ECHR) - EUR-Lex. (s. f.). https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=LEGISSUM:eu_human_rights_convention
- Fernández Liesa, C. R.; Manero Salvador, A. (2017). Análisis y comentarios de los objetivos de desarrollo sostenible de las Naciones Unidas. Cizur Menor: Aranzadi Thomson Reuters.
- Fernández Rodríguez, J. J. (2018). ODS 16: paz, justicia e instituciones fuertes. Bie3: Boletín IEEE, (11), 970-1001. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6715661>
- Ferro, M. (2016). El reconocimiento del Estatuto de Refugiado por la afectación a Derechos Fundamentales como consecuencia del Cambio Climático. Observatorio Medioambiental, 19, 71-89.

- Figueruelo Burrieza, Á (2005). La Protección De Los Derechos Fundamentales En El Marco De La Unión Europea. Vol. 1, Nº. 3, pp. 55-82. Revista Ratio Juris. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8653700>
- Figueruelo Burrieza, Á. (2003). Veintitrés años de recurso de amparo. Revista de Derecho Político, 58-59.
- García de Enterría, E. (2006). La Constitución como norma y el Tribunal Constitucional (4.a ed.). Editorial Civitas.
- GONÇALVES, R. M.; SILVA, L. M. F. Desplazamientos forzados en el desarrollo de desastres ambientales: la violación de los derechos humanos como requisito previo para el reconocimiento del refugio ambiental en Brasil. Veredas do Direito, Belo Horizonte, v. 17, n. 37, p. 11-34, ene.-abr. 2020. <http://revista.domholder.edu.br/index.php/veredas/article/view/1606>.
- Greer, S. (2006). The European Convention on Human Rights: Achievements, Problems, and Prospects. Cambridge University Press.
- Greicius, A. (2024, 27 septiembre). NASA Analysis Shows Irreversible Sea Level Rise for Pacific Islands - NASA. NASA. <https://www.nasa.gov/earth/climate-change/nasa-analysis-shows-irreversible-sea-level-rise-for-pacific-islands/>
- Harris, D. J., O'Boyle, M., Bates, E., Buckley, C. M. (2018). Law of the European Convention on Human Rights (4ª ed.). Oxford University Press.
- Hinnawi, E. (1985). Environmental refugees. Biblioteca digital de las Naciones Unidas. <https://digitallibrary.un.org/record/121267?ln=es>
- Human rights - EUR-Lex. (s. f.). https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=LEGIS-SUM:human_rights
- Lenaerts, K. (2019). Limits on Limitations: The Essence of Fundamental Rights in the EU. German Law Journal, 20(6), 779–793. doi:10.1017/glj.2019.62
- Lupiola García, A. (2009). La política medioambiental de la Unión Europea ante el cambio climático. Medio Ambiente & Derecho: Revista Electrónica de Derecho Ambiental, 18, 1. <http://repositori.uji.es/xmlui/handle/10234/117602>
- Martín, A. M., Nogueras, D. J. L. (2020). Instituciones y Derecho de la Unión Europea. Comercial Grupo ANAYA, S.A. Décima Edición. Editorial Tecnos
- Mégret, F.; Alston, P. (2020). The United Nations and Human Rights: A Critical Appraisal. OUP Oxford.
- Miranda Gonçalves, R. (2024). La intersección entre los derechos humanos, el derecho a la propiedad y la tierra de los pueblos indígenas, *Desafíos jurídicos contemporáneos en la defensa de los derechos humanos*, (Director Manuel Palomares Herrera), Tirant lo Blanch, Valencia.
- Miranda Gonçalves, R. (2020). La protección de la dignidad de la persona humana en el contexto de la pandemia del Covid-19. Justiça do Direito, v. 34, nº 2, pp. 148-172.

- Miranda Gonçalves, R. (2020). Derechos humanos versus derechos fundamentales. [www.unir.net. https://www.unir.net/revista/derecho/derechos-humanos-derechos-fundamentales/#:~:text=Mientras%20los%20derechos%20humanos%20tienen%20un%20alcance%20universal,%20pues%20se](http://www.unir.net/revista/derecho/derechos-humanos-derechos-fundamentales/#:~:text=Mientras%20los%20derechos%20humanos%20tienen%20un%20alcance%20universal,%20pues%20se)
- Miranda Gonçalves, R. (2022). The legal institute of refuge: a study on contemporary forced migration flows and the international responsibility of the state in the protection of refugees. *Revista Jurídica Unicuritiba*, v. 05, n. 72, pp. 1-27.
- Miranda Gonçalves, R.; Faleiro e Silva, L. M. (2020). Desplazamientos forzados en el desarrollo de desastres ambientales: la violación de los derechos humanos como requisito previo para el reconocimiento del refugio ambiental en Brasil. *Veredas do Direito*, Belo Horizonte, v. 17, n. 37, p. 11-34, ene.-abr. 2020. <http://revista.domhelder.edu.br/index.php/veredas/article/view/1606>.
- Muñiz Pérez, J. C. (2023). Unión Europea y medio ambiente: la construcción de un valor jurídico. *Cuadernos de RES PUBLICA en derecho y criminología*, (2), 122–134. <https://doi.org/10.46661/respublica.8048>
- Naciones Unidas. (1992). Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático. <https://unfccc.int/resource/docs/convkp/convsp.pdf>
- OIM, Brown, O. (2008). Migración y cambio climático: Serie de estudios de la OIM sobre la migración: No. 31 (ISSN 1998-7587). Organización Internacional para las Migraciones. https://publications.iom.int/system/files/pdf/mrs-31_sp.pdf
- ONU (1998). Estatuto de Roma. Conferencia Diplomática Conferencia Diplomática de Plenipotenciarios de Plenipotenciarios de las Naciones Unidas sobre Unidas sobre el establecimiento de una corte penal corte penal internacional. A/CONF.183/9, de 17 de julio. <https://documents.un.org/doc/undoc/gen/n98/234/15/pdf/n9823415.pdf>
- ONU (2024) ¿Qué es la Corte Internacional de Justicia y por qué es importante? (2024, 11 enero). Noticias ONU. [https://news.un.org/es/story/2024/01/1527007#:~:text=La%20Corte%20Internacional%20de%20Justicia%20\(CIJ\)%20dicta%20sentencia%20sobre%20las](https://news.un.org/es/story/2024/01/1527007#:~:text=La%20Corte%20Internacional%20de%20Justicia%20(CIJ)%20dicta%20sentencia%20sobre%20las)
- Organización Internacional para las Migraciones (OIM). (2011). Glosario de la OIM sobre Migración: Derecho internacional sobre migración. En www.oim.int (ISBN 978-92-9068-840-2). <https://publications.iom.int/system/files/pdf/iml-34-glossary-es.pdf>
- Parlamento Europeo, 1 de diciembre del 2019, Cinco claves sobre la Carta Europea de los Derechos Fundamentales. <https://www.europarl.europa.eu/topics/es/article/20191115-ST-066607/cinco-claves-sobre-la-carta-europea-de-los-derechos-fundamentales#:~:text=La%20Carta%20contiene%2054%20art%C3%ADculos%20que%20garantizan%20los%20derechos%20y>
- Pérez Tremps, P. (2016). Sistema de Justicia Constitucional. Thomson Reuters.
- Resolución de LA asamblea General de las Naciones Unidas (2021). A/RES/60/251, de 15 de marzo de 2006. <https://documents.un.org/doc/undoc/gen/n05/502/69/pdf/n0550269.pdf>

- Resolución de la Asamblea General de las Naciones Unidas, 76 (2022). A/76/L.75, de 28 de julio de 2022. El derecho humano a un medio ambiente limpio, saludable y sostenible. file:///C:/Users/QV536GV/AppData/Local/Temp/MicrosoftEdgeDownloads/98f5c589-6d59-47fc-9dc0-f0154eff465/A_76_L.75-ES.pdf
- Resolución del Consejo de Derechos Humanos de las Naciones Unidas, 48 (2021). A/HRC/RES/48/13, de 8 de octubre de 2021. El derecho humano a un medio ambiente limpio, saludable y sostenible. file:///C:/Users/QV536GV/AppData/Local/Temp/MicrosoftEdgeDownloads/16374ac7-d6bd-4851-a529-e033d64a9f73/A_HRC_RES_48_13-ES.pdf
- Reyes Torres, A.; Lara Andrade, I. V. (2021). Desplazados y refugiados ambientales. Publicaciones E Investigación, 15(2). <https://doi.org/10.22490/25394088.5550>
- Sentencia del Tribunal Constitucional nº 155/2009, de 25 de junio, ECLI:ES:TC:2009:155
- Sentencia del Tribunal Constitucional núm. 81/1992, de 28 de mayo, ECLI:ES:TC:1992:8
- Sentencia del Tribunal de Justicia (Gran Sala), de 26 de febrero de 2013, Asunto C-617/10. Caso Åklagaren contra Sr. Åkerberg Fransson. ECLI:EU:C:2013:105
- Sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea (14 de mayo de 1974), Asunto 4-73. Caso J. Nold, Kohlen- und Baustoffgroßhandlung contra Comisión de las Comunidades Europeas. ECLI:EU:C:1974:51.
- Sentencia del Tribunal de Justicia, de 9 de marzo de 1978. Asunto 106/77. Caso SpA Simmenthal. ECLI:EU:C:1978:49
- Shelton, D. (2013). THE OXFORD HANDBOOK OF INTERNATIONAL HUMAN RIGHTS LAW. ISBN 978-0-19-964013-3. Oxford University Press.
- Sieghart, P. (1983). The International Law of Human Rights. Oxford University Press, USA. pp 25 - 26.
- SOLÀ PARDELL, O. (2012). Desplazados medioambientales. Una nueva realidad. Universidad de Deusto, Cuadernos Deusto de Derechos Humanos no 66, Bilbao, 2012, 116p. Revista Catalana de Dret Ambiental, 3(2).
- Tajadura Tejada, J. (2015). Los derechos fundamentales y sus garantías (1.a ed.). Tirant lo Blanch.
- Tomuschat, C. (2017). Protection of human rights under universal international law (Vol. 53). UN Chronicle. <https://doi.org/10.18356/57d2ebc0-en>
- Tratado de la Unión Europea y Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea. Versiones consolidadas. DOUE. núm. 83, de 30 de marzo de 2010, pp. 1 a 388 (388 págs.). Unión Europea. DOUE-Z-2010-70002
- Tribunal Constitucional, Conde-Pumpido Tourón, C. (2023). Tribunal Constitucional: Memoria 2023. En Tribunal Constitucional (NIPO AEBOE PDF: 144-24-165-0). <https://www.tribunalconstitucional.es/es/memorias/Documents/Memoria%202023.pdf>
- UN Office of the High Commissioner for Human Rights (OHCHR). (2018). Los efectos de evolución lenta del cambio climático y la protección de los migrantes transfronterizos. En www.ohchr.org. https://www.ohchr.org/sites/default/files/Documents/Issues/Migration/OHCHR_slow_onset_of_Climate_Change_SPweb.pdf

Unión Europea. (s. f. -a). Derechos fundamentales en la Unión Europea: Los organismos y los documentos jurídicos que protegen sus derechos en la UE. Portal Europeo de e-Justicia. https://e-justice.europa.eu/582/ES/fundamental_rights_in_the_european_union#:~:text=En%20la%20UE%2C%20sus%20derechos%20fundamentales%20est%C3%A1n%20protegidos%3A,Carta%20de%20los%20Derechos%20Fundamentales%20de%20la%20UE

Unión Europea. (s. f.). La protección de los derechos fundamentales en la Unión Europea. Portal Europeo de e-Justicia. https://e-justice.europa.eu/563/ES/part_i_protecting_fundamental_rights_within_the_european_union#:~:text=El%20art%C3%ADculo%206,%20apartado%203,%20del%20Tratado%20UE,%20en%20su

United Nations. (s. f.). Estatuto de la Corte Internacional de Justicia | Naciones Unidas. <https://www.un.org/es/about-us/un-charter/statute-of-the-international-court-of-justice>

Universidad Politécnica de Cataluña, Arellano, B., Roca, J., Zheng, Q. (2024). Spain: Towards a drier and warmer climate?: Analysis of climate change effects on precipitation and temperature trends in Spain. https://www.upc.edu/ca/sala-de-premsa/pdfs/arellano_roca_zheng_towards_drier_warmer_climate_spain.pdf

van Dijk, P., van Hoof, F., van Rijn, A., Zwaak, L. (2018). Theory and Practice of the European Convention on Human Rights (5^a ed.). Intersentia.

Vernet Doncel, S. (2016). Los refugiados climáticos: una cuestión a resolver por el derecho internacional [Trabajo de Fin de Grado]. Universitat Rovira i Virgili.

Vicente Giménez, T. (2020). REFUGIADOS CLIMÁTICOS, VULNERABILIDAD y PROTECCIÓN INTERNACIONAL. SCIO. Revista de Filosofía, 19, 63-99. https://doi.org/10.46583/scio_2020.19.694

Villar, G. C., Callejón, F. B., Aguilar, J. F. L., Callejon, M. L. B., & Martos, J. A. M. (2015). Manual de derecho constitucional: Derechos y libertades fundamentales, deberes constitucionales y principios rectores, instituciones y órganos constitucionales. Volumen II. Tecnos Editorial



RECENSIÓN

Mukherji, P., & Albon, D. (2022). Research methods in early childhood: An introductory guide.

Autoras: Penny Mukherji & Deborah Albon

Editor: SAGE Publications

Paula Martínez Enríquez

paula.martinez@edu.uned.es

<https://orcid.org/0009-0001-7339-9425>

Universidad Nacional de Educación a Distancia (España)

La investigación en el campo de la Educación Infantil es un área vital y en constante evolución que demanda herramientas efectivas y accesibles para los investigadores en formación. Precisamente a ello es a lo que contribuye la obra que tenemos entre manos, *Research Methods in Early Childhood: An Introductory Guide*, de Penny Mukherji y Deborah Albon, profesores vinculados a las universidades Metropolitana de Londres y de Roehampton, respectivamente. En efecto, estamos ante una obra con enfoque estructurado y metodológico para guiar a los lectores en el proceso de investigación en Educación Infantil, desde la conceptualización hasta el análisis de datos. En este sentido, ya la introducción a la obra establece una base sólida al definir conceptos como la investigación básica, aplicada, de evaluación, de acción y orientada.

A través de ejemplos prácticos, un estilo de escritura accesible y un enfoque en consideraciones éticas, el libro facilita la comprensión de conceptos complejos y fomenta una investigación ética y reflexiva. Además, proporciona recursos complementarios, como videos y glosarios, que enriquecen su valor como texto fundamental para estudiantes y profesionales del campo. Cabe destacar que esta edición incluye dos nuevos capítulos sobre el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, actualizando el contenido para reflejar los últimos avances metodológicos.

A continuación, sintetizaremos los núcleos temáticos que se abordan. Así, el libro está dividido en cinco partes que abordan los aspectos esenciales del proceso de investigación en la primera infancia. La primera de ellas detalla las etapas de planificación de un proyecto de investigación, desde el desarrollo de un área de investigación hasta la formulación de preguntas e hipótesis, la elección del diseño y métodos apropiados, y la selección de la muestra. Se aborda la importancia de la fiabilidad y validez, así como las técnicas de muestreo probabilístico y no probabilístico. Asimismo, se explica qué es una propuesta de investigación, la importancia de mantener un diario de investigación y la colaboración con un supervisor. Por último, esta sección describe la importancia de realizar una revisión de la literatura, los elementos que constituyen una correcta revisión, y cómo llevarla a cabo tanto en investigaciones cuantitativas como cualitativas. Además, se proporcionan estrategias para identificar, evaluar y sintetizar la literatura existente.

En la segunda parte, se exploran los distintos paradigmas y principios que sustentan la investigación en educación infantil. Empezando por la investigación positivista donde se discuten los orígenes y significados del positivismo, el método científico, y las metodologías cuantitativas, incluyendo métodos experimentales y correlacionales. El texto examina tanto las oportunidades como las restricciones de la investigación positivista, poniendo énfasis en la necesidad de validez y fiabilidad. Más allá del positivismo, se analizan teorías interpretativas, críticas, post-estructuralistas y post-humanistas, proporcionando una perspectiva amplia sobre los enfoques cualitativos. Esta sección invita a los lectores a considerar múltiples perspectivas y enfoques teóricos. Por otro lado, se subraya la importancia de mantener prácticas éticas a lo largo de todo el proceso de investigación, incluyendo investigaciones inclusivas.

En la tercera parte, se detallan varios enfoques de investigación aplicables a la educación infantil: se describe cómo diseñar y utilizar encuestas, proporcionando directrices para la elaboración de cuestionarios y la interpretación de resultados; se explican los pasos para llevar a cabo trabajo de campo etnográfico y se discuten sus posibilidades y limitaciones; se revisa la historia, diseño y métodos de los estudios de caso, destacando sus ventajas y desventajas; y se presenta el rol del investigador en la investigación-acción, describiendo el ciclo de esta metodología, los métodos utilizados y la importancia de la reflexividad y la mejora continua en la práctica educativa.

La cuarta parte profundiza en las técnicas específicas de recopilación de datos. Se proporciona una visión histórica de la observación, discutiendo situaciones apropiadas, tipos y métodos para registrar información, destacándose como fundamental en la investigación educativa; se describen las entrevistas, cuándo usarlas, tipos existentes y cómo llevarlas a cabo y registrarlas, ofreciendo herramientas para obtener datos cualitativos ricos; se analiza la utilidad de los cuestionarios, tipos de preguntas, diseño y administración; se discute el uso de documentos, textos escritos, recursos visuales y comunicación digital en la investigación, enfatizando la evaluación de fuentes documentales; se explora el *journaling* como herramienta para el estudio del yo y la auto-reflexión; y se describen métodos creativos para escuchar a la primera infancia, como fotografía, juego, narración de historias y el enfoque del mosaico. Esta última parte es, sin duda, una aportación relevante de la obra con respecto a otros manuales sobre investigación educativa. Además, en cada una de las técnicas se discuten las posibilidades y limitaciones, además de ofrecer ejemplos prácticos.

La última parte del libro se centra en cómo analizar y presentar los datos recogidos, relacionados con el tipo de datos y su método de recogida. Es por esto por lo que se explican tanto los métodos cuantitativos para el análisis de datos, y cómo presentar los resultados, como los métodos cualitativos donde describen diferentes enfoques para el análisis cualitativo, incluyendo el análisis del discurso y la teoría fundamentada, y el uso de paquetes informáticos. El texto incluye estrategias detalladas para el análisis estadístico y la creación de representaciones visuales efectivas, junto con herramientas diseñadas para facilitar la interpretación de datos cualitativos complejos. Por último, la obra hace hincapié en la importancia de comunicar los hallazgos de manera clara y efectiva a diversas audiencias.

Por lo anteriormente mencionado, además de su indudable utilidad para los investigadores principiantes, *Research Methods in Early Childhood: An Introductory Guide* tiene una importancia significativa para los académicos experimentados en el campo. Más que una simple guía, el libro funciona como una referencia fundamental a la que los investigadores pueden recurrir a lo largo de sus trayectorias académicas. Su enfoque estructurado no solo ayuda a los investigadores a navegar por las complejidades metodológicas, sino que también proporciona a los académicos experimentados un marco para perfeccionar sus metodologías de investigación y abordar desafíos emergentes.

Conjuntamente, el libro proporciona una bibliografía sólida que enriquece la comprensión del lector y sirve como recurso para una mayor exploración. Especialmente notable es la sección que discute los estudios de caso, donde el libro hace referencia a obras seminales de autores como Greig et al. (2013), Arnold (2003), junto con contribuciones recientes de Denscombe (2021) y Schwandt y Gates (2017). Esta exhaustiva compilación de referencias aumenta la credibilidad del texto y alienta a los lectores a profundizar en temas específicos, fomentando la indagación crítica y el rigor académico.

En conclusión, *Research Methods in Early Childhood: An Introductory Guide* ofrece una visión clara y completa de las metodologías de investigación en estudios de la primera infancia. Su enfoque estructurado lo convierten en un recurso indispensable para estudiantes, educadores, profesionales e investigadores, fomentando la excelencia académica y la conducta ética en la investigación en educación infantil.

