



## EDITORIAL

### La importancia de lo representado

Como confirmó en su clásico estudio Walter Lippmann (1922), gran parte de lo que conocemos del mundo es a través de los medios de comunicación. Por tanto, si tenemos en cuenta que nuestra percepción del mundo se construye, en buena medida, gracias a los contenidos mediáticos, se hace imprescindible analizar cuál es la imagen de la realidad que nos ofrecen (Van Dijk, 1997; 2003). El cine, la televisión, la radio, la literatura, etc. tienen el enorme poder de transmitir cuestiones relevantes que atañen profundamente a la vida, con la gran responsabilidad que eso conlleva, por lo que no se debe obviar el enorme poder social que poseen, pues, entre otras cosas, son capaces de crear imágenes que perviven en nosotras y nosotros construyendo retratos, ideas, juicios, reflexiones o creencias que perduran más de lo que podemos imaginar.

Las personas con diversidad funcional, LGBT+, racializadas o migrantes, las minorías religiosas, culturales, nacionales o étnicas carecen de los privilegios de los grupos sociales dominantes con respecto a su acceso y control de los contenidos de los medios de comunicación. El artículo 2.2 de la “Declaración sobre los derechos de las personas pertenecientes a minorías nacionales o étnicas, religiosas y lingüísticas” de la Organización de Naciones Unidas dispone que “las personas pertenecientes a minorías tendrán el derecho de participar efectivamente en la vida cultural, religiosa, social, económica y pública” (s. p). Tal y como menciona Hartley (2012), los grupos minoritarios señalan las dificultades de acceso a los medios de comunicación que sufren y que, como resultado, son incapaces de establecer su punto de vista en la opinión pública, incluso cuando se consigue el acceso suelen decepcionarse por la cobertura que reciben.

No se debe olvidar el papel que los medios de comunicación tienen no solo como informadores sino como creadores de marcos interpretativos, de modelizadores de conciencia. El análisis de estos marcos, además de pertinente, es necesario para comprender la representación que se está haciendo de los grupos minoritarios en ellos, pero también para demandar la representación que estos grupos pueden hacer de sí mismos y de su entorno a través de una práctica mediática autónoma. Resulta, por tanto, fundamental analizar el modo en que una sociedad es representada en los medios para poder comprender, como si de un documento histórico se tratase, el contexto al que hace referencia.

Desde una perspectiva interseccional estas categorías sociales están interrelacionadas y sus respectivos sistemas de opresión, dominación o discriminación se combinan y retroalimentan para contribuir a la desigualdad social. Son muchos los interrogantes que se plantean. ¿Cuál es la imagen que se da de estos grupos minoritarios



en los medios de comunicación?, ¿quiénes y cómo se están haciendo cargo de esta representación?, ¿cómo reciben los contenidos estos grupos minoritarios y estigmatizados?, ¿es diferente la representación en formatos de ficción y de no ficción tradicionales y en los nuevos formatos híbridos transmedia? El presente monográfico tiene como objetivo principal dar respuesta a estas cuestiones y profundizar en si la representación de las minorías en el nuevo sistema mediático acerca de estos grupos, va más allá del consabido círculo vicioso que retroalimenta la infrarrepresentación y la estigmatización. Con esto, el presente número se compone de nueve artículos, además de los dos artículos incluidos en la sección abierta de *Avances*, a los que regresaremos al final de este editorial.

Comenzamos con la obra de Labrador, del Observatorio Obladic Latinoamérica y un artículo titulado “El lugar de la lengua de señas como lengua minoritaria en la Accesibilidad Comunicativa Universal”, el cual analiza 22 guías publicadas en español para identificar el lugar que ocupa la lengua de señas como lengua minoritaria en la comunicación inclusiva. Gracias al análisis realizado, la investigadora ha podido configurar el modelo de Accesibilidad Comunicativa Universal que, además de garantizar la preservación de formas alternativas de comunicación de las personas con discapacidad como la lengua de señas, promueve la participación plena de esta población y la autoinclusión.

En una línea temática similar Viviane Borelli, Luan Moraes Romero, Pablo Furlanetto y Rafael Marcelino Bald en su texto “Comunicación inclusiva: desarrollo de la accesibilidad en el ciclo de producción de una revista de laboratorio”, estudian la accesibilidad dentro de la rutina de la producción periodística en una revista de laboratorio y concluyen que esta sigue siendo un desafío al que se enfrentan los agentes implicados por lo que se deben buscar alternativas para desarrollar productos accesibles para personas con discapacidad.

“La identidad mediática de Francisco de Asís de Borbón” es el título del artículo escrito por Félix Colás Loricera, en el que se examinan 36 imágenes de la participación de Francisco de Asís de Borbón en la publicación periodística *Los Borbones en pelota*. Colás Loricera concluye aplicando un marco metodológico-teórico *queer* sobre las viñetas que fomentaron estereotipos asociados a las masculinidades disidentes que marcaron la biografía de Francisco, incluso en publicaciones recientes. A pesar de los cambiantes contextos y voluntades, se mantienen ideas contradictorias y cierto desconocimiento general como marcadores de la identidad mediática del rey consorte, lo que hace necesario y enriquecedor traer estos perfiles al centro del análisis.

Javier Acevedo, por su parte, se sumerge en el estudio de la representación de las minorías en la red social Instagram en su artículo “Representación de minorías e Instagram. Análisis del espacio digital de protesta del Procés”. Para el investigador esta red social se ha convertido en un espacio que prolonga las acciones de protestas de la vida real, y a partir de un estudio de caso, analiza la representación que se hace de las minorías en estos contextos de protesta. También es objeto de observación la red social Instagram en el artículo realizado por Teresa Martín García y Beatriz Chaves Vázquez, “La influencia de Instagram en la creación y reproducción del ideal de belleza femenino”. Las investigadoras utilizaron una metodología mixta, compuesta por un análisis de contenido cualitativo de las publicaciones y una encuesta en línea (n = 509) con el objetivo de analizar la influencia del fenómeno de los *influencer* en la reproducción del ideal de belleza femenino.

En el texto “Dispositivo pedagógico de los medios y representaciones de género y sexualidad en *She-ra and the Princesses of Power*” de Cecília Almeida Rodrigues Lima, Marcela Costa, Soraya Maria Bernardino Barreto Januário, Gêsa Karla Maia Cavalcanti, Diego Moreira Gouveia y Talitta Oliveira Cancio dos Santos se exploran, mediante la utilización de análisis de contenido, las representaciones de género y sexualidad en la serie animada *She-ra and*



*The Princesses of Power* (2018-2020). Los y las investigadoras destacan el papel que cumple la serie como instrumento pedagógico capaz de desencadenar procesos de subjetivación en su audiencia, al proponer representaciones de género y sexualidad que subvierten lógicas heteronormativas.

“Rompiendo esquemas LGBTQ+: el caso de Netflix. Análisis de los discursos LGBTQ+ de Élite, *La maldición de Hill House* y *Las escalofriantes aventuras de Sabrina*” es el trabajo realizado por Sara Luna Florit. Tras el análisis del discurso realizado a los seis personajes que conforman la muestra, la investigadora concluye que en estas tres ficciones la representación que se hace del colectivo LGBTQ+ es positiva y comprometida al no adoptar una mirada hegemónica. También son objeto de estudio las series de ficción en la investigación realizada por Natalia Martínez y Nerea Cuenca Orellana titulada “Adolescencia y homosexualidad en las series de ficción: análisis narrativo de *Esta mierda me supera* y *A Million Little Things*”. Siguiendo una metodología de análisis discursivo desde el punto de vista de la dimensión psicológica, las autoras concluyen que las dos ficciones ofrecen nuevos y positivos retratos de la homosexualidad alejados de estereotipos, que dan mayor visibilidad al colectivo LGBTQ+ y brindan personajes que la audiencia adolescente busca para identificarse y desarrollar su identidad.

En el texto del investigador Pablo Calvo de Castro, de la Universidad de Medellín, se analiza la relación entre el mundo indígena, la cinematografía documental y el audiovisual como artefactos de representación en Colombia. El artículo “Resistencia y desigualdad. Cine documental etnográfico en Colombia” recoge el análisis realizado a una muestra de películas documentales e incide en el papel desempeñado por este cine para la representación de las poblaciones indígenas, habitualmente relegadas en las cinematografías más comerciales.

Finalmente, como se anticipaba, estas investigaciones se complementan con dos artículos más de materias diversas, realizados por Fernando Restrepo Betancur y Florence Marie Dravet, respectivamente. En el primero, “Preferencia por los colores en universitarios de la ciudad de Medellín Colombia” se realiza una investigación para medir la aceptación de los colores por parte de estudiantes universitarios de la ciudad de Medellín, Colombia, concluyendo que hay diferencias en la aceptación del color en función del género, asimismo el color rojo lo asocian con la sangre, el amarillo con el astro sol, el azul con el cielo, el blanco con la paz, el negro con la elegancia y el verde con la naturaleza. En cuanto al segundo de los artículos de la sección *Avance*, “O mito e o digital na ciência da comunicação: revisão de escopo”, se revisa cómo se refleja el mito en la producción científica más reciente en comunicación, a través del análisis de las principales bases de datos, y qué relaciones se establecen entre el conocimiento del mito y las características de la comunicación digital.

Confiamos en que este monográfico y los artículos que lo componen den más visibilidad a los que habitualmente se quedan relegados en un segundo plano por no pertenecer al grupo dominante.

María Marcos Ramos, Universidad de Salamanca (España)  
mariamarcos@usal.es

Beatriz González de Garay, Universidad de Salamanca (España)  
bgonzalezgaray@usal.es  
Editoras invitadas



## Referencias

1. Hartley, J. (2012). *Communication, cultural and media studies: The key concepts*. Routledge.
2. Lippmann, W. (1922). *Public opinion*. Harcourt.
3. Van Dijk, T. A. (1997). *Racismo y análisis crítico de los medios*. Paidós.
4. Van Dijk, T. A. (2003). *Ideología y discurso*. Gedisa.