



EDITORIAL número 26 Communication Papers

Carmen Echazarreta Soler

Editora Communication Papers

El número 26 de Communication Papers acoge un total de seis artículos de investigación, cinco temáticos y uno de contenido general, que incluyen valiosas investigaciones teóricas y empíricas del ámbito de la comunicación, de los medios y de los estudios de género. Como saben, el tema principal de este número es “Plataformas digitales y género como espacios potenciadores y desafiantes”.

Las plataformas digitales están surgiendo como espacios a la vez potenciadores y desafiantes para las representaciones y relaciones de género. Si bien estas plataformas dan voz a las mujeres, a las personas LGBTQ+ y a otros grupos marginados, también pueden allanar el camino para la reproducción y el refuerzo de los estereotipos de género. Este impacto bidireccional de las plataformas digitales es fundamental para la igualdad de género y su representación. En este contexto, el presente número de Communication Papers, el 26 ya, pretende analizar, en profundidad, estas dinámicas y desarrollar nuevas perspectivas en los estudios de género. Creemos que el trabajo de los investigadores ayudará a explorar el impacto de las plataformas digitales en el género y a aumentar el corpus de conocimientos en este campo.

En este número, presentamos interesantes estudios de investigación de España, Turquía, Rumanía, Alemania, Uzbekistán y Méjico. El artículo que abre el número 26 es: Uso del lenguaje emocional de Donald Trump como estrategia comunicativa eficaz, del que son coautoras, Silvia Espinosa-Mirabet y Mónica Puntí-Brun. En su estudio, las autoras analizan las emociones utilizadas por Donald Trump en sus discursos para determinar su eficacia comunicativa. Para ello, analizan las palabras (y las asociaciones emocionales) de 185 citas directas del expresidente estadounidense publicadas por The Wall Street Journal.

La obra de Azamjon Oltmishevich Dadakhonov, titulada Exploration of Foreign Aid Forms and Impact on Media and Information Literacy Initiatives in Central Asian context examina el papel, las formas y la sostenibilidad de la ayuda exterior en la alfabetización mediática e informacional (MIL), en la región de la Asia Central. La alfabetización mediática e informacional es vital en una época de sobrecarga de información y desinformación. Sin embargo, los países de Asia Central se enfrentan a retos únicos a la hora de desarrollar e implementar programas de alfabetización mediática e informacional, dados los limitados recursos, la presión política y los diferentes contextos culturales. Para explorar la sostenibilidad de estas iniciativas, este estudio examina el impacto de la ayuda exterior en la creación de marcos sólidos de MIL en los distintos contextos socioculturales de Kazajstán, Kirguistán y Uzbekistán.

El tercer estudio de este número es de Ayşegül Akaydın-Aydın y Nur Emine Koç. Las autoras de The Empowerment Of Female Tv Series Characters On Digital Platforms: An Analysis Of The 2023 Blu Tv Series, se centran en las series turcas originales emitidas en Blu TV, la plataforma digital más vista en Turquía en 2023. El estudio se basa en el argumento de que el contenido de las series de las plataformas digitales es más independiente y las ficciones de los personajes están basadas en el conflicto.

Analizando los personajes femeninos de estas series bajo los epígrafes de actuación, los equipos, comportamientos territoriales, coerción de roles, fuera de personaje y el arte de la gestión de la impresión a través de la teoría de la autopresentación, de Erving Goffman, las autoras afirman que los personajes femeninos emergen en el entorno libre de lo digital, su desarrollo de carácter y los conflictos sobre sus identidades debidos a sus experiencias pueden ser fácilmente sentidos por la audiencia.

El cuarto estudio del número es el trabajo de investigación del que son coautores Cansu Arısoy-Gedik e İlkey Ceyhan, y se titula *The Gender Gap In The Digital Era: Reaching Algorithmic Fairness And Technological Inclusivity In Network Society*. En su estudio, los autores examinan la persistente brecha de género en las competencias y alfabetización digitales, poniendo el foco en el sesgo en tecnología que sufren las mujeres. El estudio concluye proponiendo esfuerzos concentrados para eliminar la brecha de género en las competencias digitales, para reducir los sesgos en los algoritmos y promover la inclusión en la era digital. Asimismo, subraya el imperativo de empoderar a las mujeres en la tecnología para capitalizar sus talentos y perspectivas con el fin de promover la innovación y el desarrollo socioeconómico equitativo.

El quinto estudio del número es de Diego Corpus y Miguel Sánchez Maldonado. En *Discursos transfóbicos en redes sociodigitales: un análisis de comentarios en grupos de Facebook*, los autores, a través de una etnografía digital y un análisis multimodal del discurso, identifican las formas en que los discursos transfóbicos, en los grupos latinoamericanos de Facebook, se expresan en las modalidades verbales y no verbales de los posts y memes de las redes sociodigitales; lo que sirve para explicar la regularidad temática presente en el lenguaje despectivo. El estudio muestra la presencia de discursos transfóbicos en comentarios y memes, organizados como estereotipos y prejuicios basados en la posición de los interlocutores.

El sexto trabajo del número es *Publicidad, logotipo, diseño de marca, imagen y otras pluralidades. Muestra de Rumanía*, de Carmen Neamțu. En su estudio, la autora se centra en conceptos, tales como lenguaje publicitario, logotipo y marca, y los presenta teóricamente bajo el paraguas más amplio del discurso publicitario.

Queremos dar las gracias de nuevo al conjunto de autores y autoras y revisores y revisoras que han hecho posible esta publicación, y esperamos que este número sea un recurso útil para toda la comunidad científica.