

Educomunicación e Igualdad: Un Análisis Bibliométrico

Media Education and Equality: A Bibliometric Analysis

doi: [10.34623/2184-8661.2025.alfamed.387](https://doi.org/10.34623/2184-8661.2025.alfamed.387)

Fátima Martín Gómez de Carvalho
fatimamartincarvalho@gmail.com
Universidad de Valladolid
Valladolid, España
 [0000-0002-1607-8246](https://orcid.org/0000-0002-1607-8246)

Rocío Collado Alonso
rocio.collado@uva.es
Universidad de Valladolid
Valladolid, España
 [0000-0003-1009-0014](https://orcid.org/0000-0003-1009-0014)

Roberta Marília Bezerra Moraes
robertambmoraes@gmail.com
Universidad de Valladolid
Valladolid, España
 [0000-0002-0532-9142](https://orcid.org/0000-0002-0532-9142)

Susana de Andrés del Campo
susana.andres@uva.es
Universidad de Valladolid
Valladolid, España
 [0000-0003-3015-9971](https://orcid.org/0000-0003-3015-9971)

Resumen

La educomunicación siempre ha fomentado el pensamiento crítico para promover sociedades más justas, pero ¿cuánto se ha enfocado en la igualdad? El objetivo principal de esta investigación es mapear la producción científica que ha unido educación, comunicación e igualdad en los últimos 20 años. Dos décadas marcadas por una emergencia tecnológica acelerada que conlleva enormes oportunidades y retos para la educación en medios. Para alcanzarlo, se ha realizado un análisis de indicadores bibliométricos y se han extraído mapas de visualización a partir de la base de datos Scopus con el software VOSviewer. El estudio se ha completado con un análisis con palabras clave en español en la red de revistas científicas Redalyc, realizado con ATLAS.

Artigo recebido em 2025-01-27
Artigo aceite em 2025-04-30
Artigo publicado em 2025-04-30

© Fátima Martín Gómez de Carvalho, Susana de Andrés del Campo, Rocío Collado Alonso, Roberta Marília Bezerra Moraes

 This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)

Martín Gómez de Carvalho, F., de Andrés del Campo, S., Collado Alonso, R., & Bezerra Moraes, R. M. (2025). Media education and equality: a bibliometric analysis. *Rotura – Revista de Comunicação, Cultura e Artes*, 41-55. <https://doi.org/10.34623/2184-8661.2025.alfamed.387>

ti, extrayendo un mapa de red semántica que contiene algunos de los principales códigos y vínculos del objeto de estudio. Como resultados, se observa que ni la igualdad en general ni de género en particular son los temas más investigados en el ámbito de la educomunicación, frente a los relacionados con la tecnología. Se detecta la importancia cada vez mayor que los distintos medios digitales están adquiriendo en este campo y la necesidad de abordar crítica y éticamente la igualdad, la inclusión y los derechos humanos en una educación en medios tecnológicamente compleja. Analizando específicamente la igualdad de género en educomunicación, se pone de manifiesto, en línea con la idea de la pedagogía freireana, la existencia no solo de investigaciones-diagnóstico (que analizan la cuestión), sino también de investigaciones-antídoto (que realizan propuestas para mejorar la realidad). Entre las primeras, se detectan carencias de igualdad de género en el ámbito de la educomunicación. Y entre las segundas, se aportan y analizan casos prácticos para superarlas. Todas ellas tienen en común la necesidad y el potencial de la educación mediática para construir sociedades más igualitarias.

Palabras clave

Educomunicación • Igualdad de género • AMI • Derechos humanos • Indicadores

Abstract

Media education has always encouraged critical thinking to promote more just societies, but how much has it focused on equality? The main objective of this research is to map the scientific production that has united education, communication and equality in the last 20 years. Two decades marked by an accelerated technological emergency that brings enormous opportunities and challenges for media education. To achieve this, an analysis of bibliometric indicators has been carried out and visualization maps have been extracted from the Scopus database with the VOSviewer software. The study has been completed with an analysis with keywords in Spanish in the Redalyc scientific journal network, carried out with ATLAS.ti, extracting a semantic network map that contains some of the main codes and links of the object of study. As a result, it is observed that, neither equality in general nor gender equality in particular are the most researched topics in the field of media literacy, compared to those related to

technology. The growing importance of different digital media in the field of study in question is also detected, as is the need to critically and ethically address gender equality, inclusion and human rights in a technologically complex media education. Specifically analyzing gender equality in media literacy, in line with the idea of freirean pedagogy, the existence of not only diagnostic research (which analyses the issue) but also antidote research (which makes proposals to improve reality) is evident. Among the former, gender equality deficiencies are detected in the field of educommunication. And among the latter, practical cases are provided and analysed to overcome them. All of them have in common the need and potential of media education to build more egalitarian societies.

Keywords

Media education • Gender equality • MIL • Human rights • Indicators

1. Introducción

La educomunicación siempre ha promovido el enfoque crítico de los medios y la participación activa. De hecho, se ha definido como herramienta para identificar estructuras de poder y discriminación mediática (García-Matilla, 2010; Civila *et al.*, 2024). Este enfoque aspira al empoderamiento de la ciudadanía y la soberanía mediática. Asimismo, busca articular la dimensión social, ética y política de la educomunicación, promoviendo la participación cívica, la libertad como desarrollo y la autonomía crítica. Estos objetivos son esenciales para los sistemas educativos en sociedades democráticas y pluralistas (Gozálvez & Contreras, 2014).

Otra de las características de la educomunicación es la transformación constante de la realidad a través de una acción dialógica que no invade, no manipula ni impone consignas, pero sí cuestiona el conocimiento preestablecido y promueve un cambio de concepciones. Introducir la perspectiva de género en la práctica y teoría de la educomunicación es imprescindible para que esta trabaje desde parámetros democráticos en sus transformaciones. El propio Paulo Freire subrayó su trascendencia:

La seriedad y la complejidad de la cuestión del género exigen una reflexión conjunta con un riguroso análisis del fenómeno de la opresión [...] Eso también requiere nuevas prácticas pedagógicas para alcanzar ese sueño de lucha por la liberación y por la derrota de todas las formas de opresión (Freire & Araújo, 2015, p. 141)

La educación mediática juega un papel crucial en la promoción de la igualdad de género al fomentar ciudadanías activas y críticas en su relación con los medios y cuestionar los estereotipos sociales. A través de la colaboración entre instituciones educativas, organizaciones de medios y grupos de la sociedad civil, se pueden lograr cambios significativos en las políticas y prácticas que promueven la igualdad de género (Lourenço, 2016). La integración de la educomunicación con las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) también es crucial para fomentar actitudes críticas y promover el desarrollo humano (de Oro *et al.*, 2024). Se ha comprobado el potencial de la educomunicación para la igualdad en relación con la recepción crítica de las redes sociales (Tornay & Civila, 2021) y para el empoderamiento en mujeres víctimas de violencia de género (Forero *et al.*, 2021).

No solo para promover la igualdad, sino también para evitar el reduccionismo y el sesgo tecnológico, se recomienda recuperar para el desarrollo de la alfabetización mediática y de la competencia digital los enfoques más críticos de la educación para los medios (Gutiérrez & Tyner, 2012). De

hecho, para desarrollar la competencia digital y mediática y lograr una inclusión plena es necesario desarrollar acciones educativas que disminuyan las situaciones de exclusión y que garanticen la justicia social y la igualdad de oportunidades de todas las personas (Bonilla *et al.*, 2018).

Esto se hace especialmente relevante en el actual contexto de aceleración tecnológica. Con motivo de la reciente celebración de la Semana Mundial de la Alfabetización Mediática e Informativa (AMI) de 2024, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) subrayaba que la AMI ofrece una serie de habilidades esenciales para hacer frente a los desafíos del siglo XXI, incluyendo la desinformación y el odio, la disminución de la confianza en los medios y las innovaciones digitales, en particular la Inteligencia Artificial y animaba a “trabajar por un futuro digital más informado e inclusivo” (UNESCO, 2024).

Es precisamente la inclusión uno de los principios transversales de la versión 3 del Marco de competencias docentes en materia de Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) de la UNESCO (2019). Para que esta inclusión sea posible, es preciso respetar los principios de no discriminación, acceso equitativo y abierto a la información e igualdad de género en la impartición de educación con el apoyo de la tecnología. También es importante que las medidas tomadas se basen en los derechos humanos y las libertades fundamentales.

Los desafíos para una comunicación con perspectiva de género necesitan interdisciplinariedad y transversalidad en su abordaje y actuación, tanto en la incidencia en políticas públicas de los medios y formación de audiencias críticas (Bustos, 2004) como en el papel de las tecnologías de la información y la comunicación en la prevención de la violencia de género (Rodríguez-Rodríguez, 2021). La eliminación de sesgos (Muñoz, 2024) infrarrepresentación en los medios (Asr *et al.*, 2021) y brechas de género (Alario & Anguita, 2004), o el análisis de nuevos marcos (Nos, 2019) pueden ayudar a cambiar desde, en y con la comunicación. La eliminación de las desigualdades mediáticas y digitales de género requiere intervenciones políticas efectivas, cambios en las normas socioculturales, y la promoción de la educomunicación digital y de la ética en el tratamiento de imágenes y contenido, especialmente en relación con la infancia (Collado *et al.*, 2024).

La educomunicación se ha identificado como un enfoque apropiado para comprender la educación en derechos humanos (Fernández-Vela *et al.*, 2023). En concreto, se han explorado las posibilidades de la alfabetización mediática como proceso para la transformación social de la comunicación para la igualdad (Nos & Farné, 2021). Naciones Unidas y otras organizaciones como la COGDE promueven una comunicación y educación con enfoque de derechos humanos (EDH). La Agenda 2030 subraya que la igualdad de género no solo es un

derecho humano fundamental, sino también uno de los fundamentos esenciales para construir un mundo pacífico, próspero y sostenible. Es un objetivo transversal que se relaciona con todos los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). La igualdad es un fundamento democrático que necesita la implicación de la educación y de los medios de comunicación (Jorge-Alonso, 2012), pero ¿cómo se ha investigado esta relación?

La educación mediática con perspectiva feminista ha sido abordada por diferentes autoras (Martín-Jiménez *et al.*, 2016; Navarro, 2016; Fueyo & de Andrés, 2017) y definida como aquella que favorece una recepción crítica de los contenidos de los medios y que incluye herramientas para empoderar a las educandas a través de espacios de creación y reflexión (Tornay & Civila, 2021). La cuestión se amplía a los estereotipos (García-Ruiz *et al.* 2014), la tecnología educativa (Fueyo & Belver, 2015), la educomunicación sexoafectiva (Estéfano & Iranzo, 2024), el compromiso ecofeminista (Barrena, 2024) o contra las violencias de género (Armas, 2018).

Los estudios feministas llevan décadas analizando el papel de los medios de comunicación en la construcción de sociedades igualitarias (Balaguer, 1985; Vera *et al.*, 2023). El mapa reciente de la mujer como objeto y sujeto de la investigación en comunicación en España ha sido analizado en el proyecto MAP-COM (Izquierdo, *et al.*, 2020) y muestra que, a pesar de ser la igualdad un principio jurídico universal, la investigación de género en comunicación solo parece haberles preocupado a las investigadoras.

El objetivo general (OG) de este estudio es encontrar las investigaciones sobre educación y comunicación que hagan también mención a la igualdad en las últimas dos décadas. Y representar los hallazgos en mapas de visualización que permitan visibilizar este peso relativo de la igualdad en la investigación educomunicativa. Los objetivos específicos (OE) marcados son los siguientes:

- OE1. Organizar la producción científica en función del año de edición, autoría, instituciones, países y revistas más productivas.
- OE2. Reconocer los principales temas y conceptos abordados por la comunidad científica en este ámbito.
- OE4. Estudiar la relevancia de los distintos tipos de medios analizados en la producción científica sobre el objeto de estudio.
- OE3. Detectar y analizar específicamente la importancia de la igualdad de género en la investigación científica sobre la educomunicación.
- OE5. Analizar los propósitos de la producción científica sobre igualdad de género en educomunicación para determinar las investigaciones-diagnóstico y las investigaciones-antídoto.

2. Metodología

Para alcanzar estos objetivos, se ha realizado un análisis bibliométrico siguiendo la lista de verificación Prisma 2020 a la hora de determinar los criterios de elegibilidad, las fuentes de información, la estrategia de búsqueda, la selección y la recopilación de datos.

Para la selección de fuentes de información y recopilación de datos, se ha utilizado la base de datos Scopus (Elsevier). La búsqueda de documentos se ha realizado en el mes de agosto de 2024, centrando la búsqueda en Título, Palabras clave y Resumen. En un principio, se intentó buscar las palabras clave “educomunicación” e “igualdad” en español, sin obtener resultados en Scopus. Así que se tradujeron las palabras clave al inglés, de modo que la estrategia de búsqueda fue la siguiente: *TITLE-ABS-KEY (media AND literacy AND equality)*. Se obtuvo una muestra de 102 documentos. Con objeto de tener una base de datos representativa pero manejable para su estudio, se decidió acotar la búsqueda con los siguientes criterios de inclusión de documentos:

1. publicados entre los años 2002 y 2023;
2. limitados a las áreas de Ciencias Sociales y Artes y Humanidades;
3. publicados como artículos en revistas científicas;
4. idiomas español e inglés.

Se obtuvo una muestra de 77 documentos que cumplen esos criterios. En aras a la transparencia, se ha incluido en la bibliografía la referencia al enlace del repositorio de *open data* Figshare con el *dataset* de la búsqueda en Scopus (Martín, 2025).

La determinación de indicadores y procesamiento de las unidades de análisis se basa en la propuesta de Barboza-Palomino (2021), utilizando el análisis de los aspectos:

1. análisis descriptivo y de la productividad, que nos permite describir las características de las publicaciones, centrándose en la distribución de las publicaciones por año y la identificación de revistas más productivas;
2. análisis temático-conceptual, que facilita la identificación de las principales tendencias temáticas o áreas de investigación; y
3. análisis de las citaciones y co-citaciones para determinar las publicaciones, fuentes y firmantes más influyentes.

Finalmente, la visualización y demostración de los resultados se ha llevado a cabo utilizando las propias herramientas de análisis descriptivo de Scopus con las que se elaboran tablas y figuras para mapear los siguientes

indicadores bibliométricos: evolución de la producción científica en el periodo de tiempo estudiado, principales revistas en el campo de estudio, países con mayor producción, firmantes con mayor número de publicaciones y su afiliación institucional. El criterio de inclusión de la horquilla temporal entre los años 2002 y 2023 se ha establecido así para no distorsionar la contabilidad del análisis cronológico. La búsqueda y posterior análisis se realizó en agosto de 2024, de modo que no era posible recoger la totalidad de la producción de ese año.

Tras la realización de la consulta en Scopus Metrics, se han descargado los registros en formato .csv para poder exportar los metadatos al *software* VOSviewer [versión 1.6.20] y así construir y visualizar redes bibliométricas.

VOSviewer ya ha sido utilizada para realizar mapeos bibliográficos científicos. Este software se utiliza para los análisis de colaboración, temático-conceptual, de citas y co-citas. Con él se construyen mapas de visualización usando el método *full counting*, tradicionalmente usado en investigación para construir redes bibliométricas. Esta herramienta también permite realizar los análisis visualizando los *clusters* (o agrupaciones) dentro de una red, dividiéndola en grupos de ítems similares o fuertemente relacionados entre sí.

Para la triangulación de la investigación se ha realizado además un análisis cualitativo sobre un objeto de estudio similar, pero en español, con palabras clave, una base de datos y una herramienta de análisis distintas. Se ha escogido realizar la investigación sobre la base de datos de la Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal (Redalyc) a través del *software* ATLAS.ti.

Redalyc fue fundada para potenciar la calidad editorial de las revistas de Ciencias Sociales y Humanidades de la región latinoamericana. A partir de 2006, se abrió a todas las áreas del conocimiento e incluyó revistas de la península ibérica. Es por esto, que se ha considerado una base de datos apropiada para analizar el objeto de estudio. El motivo de la triangulación sobre la base de datos de Redalyc se debe a la necesidad de analizar la igualdad en relación con la palabra concreta “educación” en castellano, con toda la carga semántica que entraña. La Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal ofrece un corpus de producción muy rico en este sentido. El Informe Mundial sobre las Ciencias Sociales 2010, publicado por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) y el Consejo Internacional de Ciencias Sociales (CICS), reconoció la contribución de Redalyc en la democratización del acceso al conocimiento y posicionó a la red como modelo para el impulso de las ciencias sociales en Iberoamérica (CICS, 2010).

Para depurar este análisis, se han utilizado las palabras en español “educación”, “igualdad” e “indi-

adores”, al objeto de obtener resultados mesurables y orientadores y aportar a la búsqueda el enfoque de evaluación y medición, más allá de la sola disertación (Olmedo *et al.* 2024).

Con la estrategia de búsqueda señalada, en una primera exploración aparecieron 508.277 artículos en la base Redalyc. Tras utilizar el operador booleano básico “AND”, el corpus de la investigación se redujo a 150 artículos, que es una cantidad que se ha considerado representativa y manejable para el análisis cualitativo llevado a cabo. Los datos se pueden consultar en abierto con actualización de la muestra en el enlace de Figshare (Martín, 2025)¹.

Por último, se utilizó ATLAS.ti para analizar el contenido de los artículos. Es una herramienta de las llamadas CAQDAS (*Computer Assisted/Aided Qualitative Data Analysis*), que permite realizar análisis de datos cualitativos asistidos por ordenador. A medida que los conjuntos de datos aumentan, estos *softwares* ACD (análisis cualitativo de datos), son más útiles para la investigación. Con esta herramienta ha podido generarse el mapa semántico de los conceptos que concurren en este campo transdisciplinar, construido por decenas de trabajos científicos.

3. Resultados

3.1. Análisis con VOSviewer a partir de los datos de Scopus

La base de datos internacional de artículos científicos Scopus arroja 18.334 *papers* sobre alfabetización mediática (*media literacy*). De ellos, solo un 0,5% se enfoca en la igualdad (*equality*).

Aplicando un análisis longitudinal descriptivo, la figura 1 muestra el número de artículos que han sido publicados entre los años 2002 y 2023. El gráfico muestra una producción reducida desde inicios del siglo XXI, con un máximo de tres documentos en 2009, hasta llegar a 2012, con un aumento a cinco documentos. A partir de ese año se observa una ligera e irregular alza que alcanza su pico en el año 2020, cuando se producen 12 resultados. Pese a bajar a la mitad al año siguiente, se vuelve a observar un aumento hasta los nueve documentos en 2022 y los 11 en 2023. Para no distorsionar el análisis comparativo, no se ha contabilizado el año 2024, al estar aún en curso en el momento de la investigación.

En cuanto a las fuentes, destacan cinco revistas con mayor actividad de publicaciones científicas sobre el objeto de estudio:

¹ Martín, F. (2025). Redalyc. Figshare. [Online resource]. <https://doi.org/10.6084/m9.figshare.28517978.v1>

Documents by year

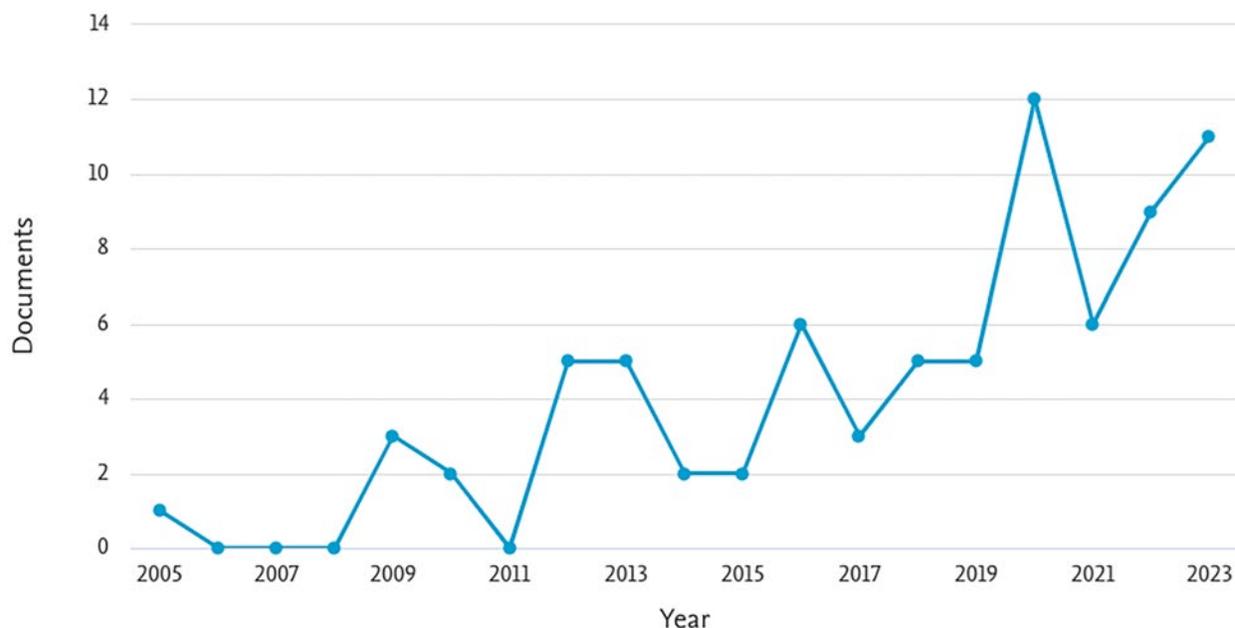


Figura 1. Evolución cronológica de la investigación. Elaboración propia con datos de Scopus

- *Revista Latina de Comunicación Social*: cuatro documentos y 23 citas
- *Reference Services Review*: dos documentos y 15 citas
- *Comunicar*: dos documentos y 12 citas
- *International Journal of Scientific and Research Publications*: dos documentos y 11 citas
- *Language, Culture and Curriculum*: dos documentos y 11 citas

Para cada una de las fuentes, VOSviewer ha calculado la fuerza total de los enlaces de citas con otros valores. Se han seleccionado las fuentes con la mayor fuerza total de enlace. Se identifican las revistas que más artículos han publicado sobre el objeto de estudio indexadas en Scopus. En el caso de las cinco primeras, se trata de revistas que versan sobre comunicación social, educación, ciencias sociales y cultura editadas en España (dos), Reino Unido (dos), e India (una).

Para el análisis temático-conceptual se ha llevado a cabo un mapa de co-ocurrencia de palabras y términos que identifica las principales tendencias. El gráfico se ha realizado con VOSviewer, teniendo en cuenta todas las palabras clave introducidas por las personas investigadoras y por Scopus en la indexación y con un mínimo de ocurrencia de términos de dos. De las 593 palabras encontradas, 79 han alcanzado el umbral.

Para cada una de estas 79 palabras clave se ha calculado la fuerza total de los vínculos de co-ocurrencia con otras

palabras clave, de forma que se seleccionan las *keywords* con la mayor fuerza total de vínculos y se determinan así cuáles son más relevantes en ese conjunto.

La figura 2 presenta el mapa de co-ocurrencia de palabras y términos que se agrupan por *clusters* (grupos). Se han identificado cuatro grupos significativos diferenciados por colores (rojo, verde, amarillo y azul), que configuran los principales temas de investigación en el campo objeto de estudio analizado:

- *Cluster rojo, “media literacy”*: agrupa un total de 12 ítems y las tres palabras clave más relevantes y pertinentes son: “*social media*”, “*gender equality*” y “*critical pedagogy*”.
- *Cluster verde, “education”*: agrupa un total de ocho ítems con palabras clave como “*digital literacy*”, “*women*” y “*literacy*”.
- *Cluster amarillo, “female”*: agrupa un total de siete ítems con palabras clave como “*human*”, “*male*” y “*young adult*”.
- *Cluster azul, “women’s empowerment”*: agrupa un total de cinco ítems con palabras clave como “*socioeconomics*”, “*socioeconomic factors*” y “*human relation*”.

El análisis de citas nos permite medir el impacto de los artículos publicados en un campo de conocimiento. Es el indicador más utilizado en la evaluación de las actividades científicas, no solo como indicador del

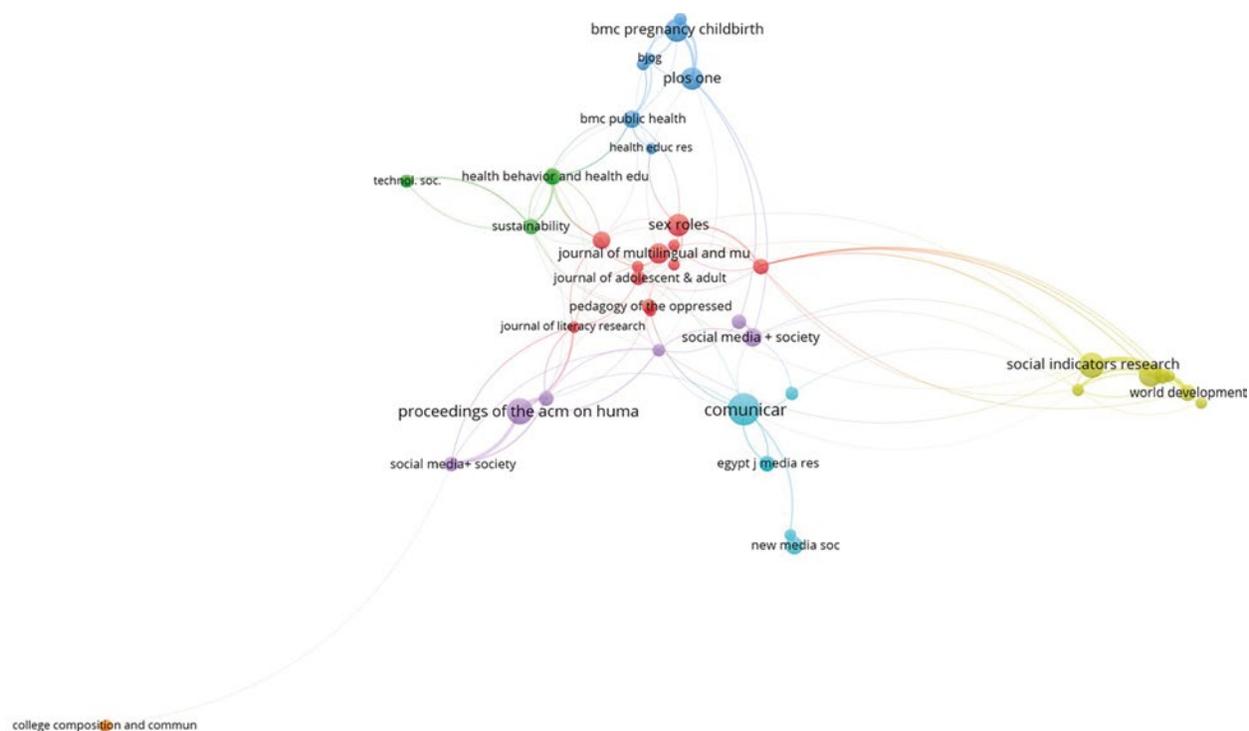


Figura 3. Mapa de co-citación de fuentes. VOSviewer con datos de Scopus

Respecto a los temas, la mayoría de los *papers* analizados aborda aspectos tecnológicos y de competencia mediática digital, por delante de los que se centran fundamentalmente en la violencia de género, la imagen de la mujer o la propia educación con perspectiva de género. En cuanto al propósito, el 75% de los artículos estudiados que abordan específicamente la igualdad de género en relación con la educomunicación, y analiza la situación, lo que el presente estudio ha denominado investigaciones-diagnóstico. Mientras que el 25% de los trabajos hacen propuestas de cambio, lo que aquí se ha denominado investigaciones-antídoto. Entre las primeras, se detectan carencias de igualdad de género en el ámbito de la educomunicación, la existencia de violencia simbólica estructural en los medios de comunicación y el potencial de los medios, utilizados crítica y éticamente, para empoderar a las mujeres, como el uso de las redes sociales y la alfabetización digital para alentar a emprendedoras rurales y urbanas. Y entre las segundas, casos prácticos para superarlas. Por ejemplo, propuestas educativas basadas en las teorías feministas en el ámbito tecnológico que fomenten una educación cívica fundamentada en la igualdad de género en el entorno digital.

La co-citación es una relación de co-ocurrencia que se produce cuando dos documentos de la literatura científica son citados juntos por un tercero, lo que evidencia una afinidad temática de tal forma que, cuanto

mayor sea la frecuencia de co-citación, mayor será la conexión entre ellos.

Para llevar a cabo este análisis se ha seguido utilizando VOSviewer, con el que se han extraído los mapas de co-citaciones. Estos ofrecen una representación visual para el análisis de las relaciones entre documentos científicos basadas en las citas que comparten. Las unidades de análisis de co-citación han sido fuentes citadas y autores/as citados/as.

La co-citación de fuentes se utiliza para explorar conexiones, identificar patrones y evaluar la influencia y relevancia de fuentes específicas en la comunidad científica. Para el análisis de co-citación se ha establecido un punto de corte de cinco (número mínimo de citas de una fuente) en las 3.086 fuentes detectadas. Se ha obtenido un resultado de 47 fuentes que cumplen el umbral.

En el mapa de la red de co-citación de fuentes citadas basado en el peso de la cita, se identifican cinco *clusters* significativos. El *cluster azul* oscuro se ha descartado, al estar especializado en medicina. (figura 3).

El *cluster rojo* está constituido por 12 enlaces (*links*) con una fortaleza total de los enlaces de 73. Su temática son los estudios de género, la educación y el feminismo. Destacan las fuentes *Sex Roles* (ocho citas), *Journal of Multilingual and Multicultural Development* y *Pedagogy of the oppressed*.

El *cluster morado* está constituido por siete enlaces con una fortaleza total de 70. Su temática es la información, la

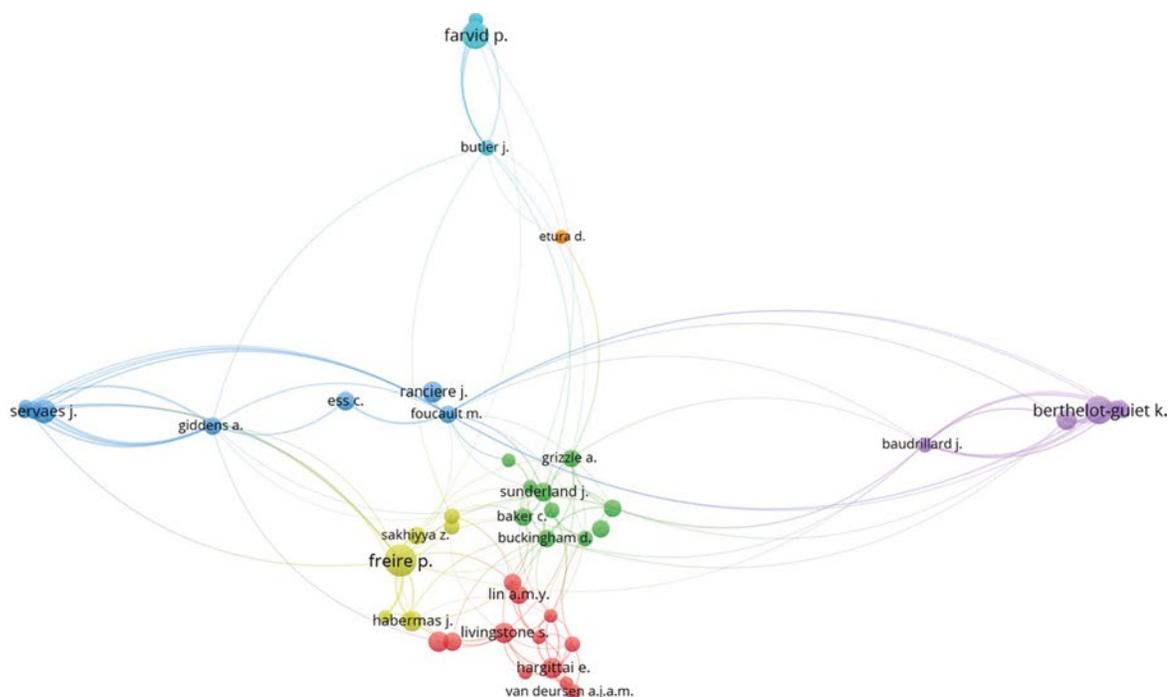


Figura 4. Mapa de co-citación de autorías. VOSviewer con datos de Scopus

comunicación y la sociedad, así como las redes sociales. Destacan las fuentes *Social Media + Society* (10 citas), *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction* y *Information, Communication & Society*.

El *cluster* turquesa está constituido por 11 *links* con una fortaleza total de los enlaces de 66. Su temática es la educomunicación, la pedagogía, la comunicación social o los nuevos medios. Destacan las fuentes *Comunicar* (21 citas), *Revista Latina de Comunicación Social* y *New Media & Society*.

El *cluster* amarillo está constituido por 11 *links* con una fortaleza total de los enlaces de 284. Su temática es el desarrollo económico y la calidad de vida. Destacan las fuentes *Social Indicators Research* (15 citas), *Journal of Human Development and Capabilities* y *World Development*.

El *cluster* verde está constituido por cinco enlaces y una fortaleza total de enlaces de 112. Su temática es la educación para la salud, la sostenibilidad y la tecnología educativa. Destacan las fuentes *Health Behavior and Health Education*, con ocho citas, *Sustainability* y *Educational Technology & Society*.

La co-citación de autorías facilita la identificación de comunidades de investigación, líderes de opinión y tendencias emergentes en un campo científico. Para su análisis se ha establecido un punto de corte de cinco (número mínimo de citas de un/a autor/a = cinco) en 6.541 personas firmantes detectadas, obteniéndose un

resultado de 52 investigadores/as que cumplen el umbral. En el mapa de la red de co-citación basado en el peso de la cita se resaltan los cuatro *clusters* más significativos para el objeto de estudio, identificados por los colores turquesa, amarillo, morado y verde (figura 4):

En el *cluster* turquesa, constituido por 10 *links*, destaca la psicóloga Pantea Farvid, con 13 citas y una fuerza total de alcance o enlace de 78, que publica sobre psicología del género. Integran este grupo también Judith Butler, con seis citas y una fuerza de 38. Su investigación gira en torno al feminismo, la teoría del género, la filosofía política y la ética; y Dunia Etura, con cinco citas y una fuerza de 19, cuyas líneas de investigación versan sobre comunicación, estudios de género y políticas de igualdad.

En el *cluster* amarillo, constituido por 19 *links*, destaca Paulo Freire, con 17 citas y una fuerza total de alcance o enlace de 127.

En el *cluster* morado, constituido por 10 *links*, destaca la investigadora Karine Berthelot-Guiet, con 14 citas y una fuerza total de alcance o enlace de 218. Su investigación gira en torno a las ciencias de la información y la comunicación.

En el *cluster* verde, constituido por 10 *links*, resalta la investigadora Jane Sunderland, con ocho citas y una fuerza total de alcance o enlace de 29. Su investigación gira en torno al lenguaje y el género. Integra este grupo también la escritora feminista bell hooks, con seis citas y una fuerza de 19.

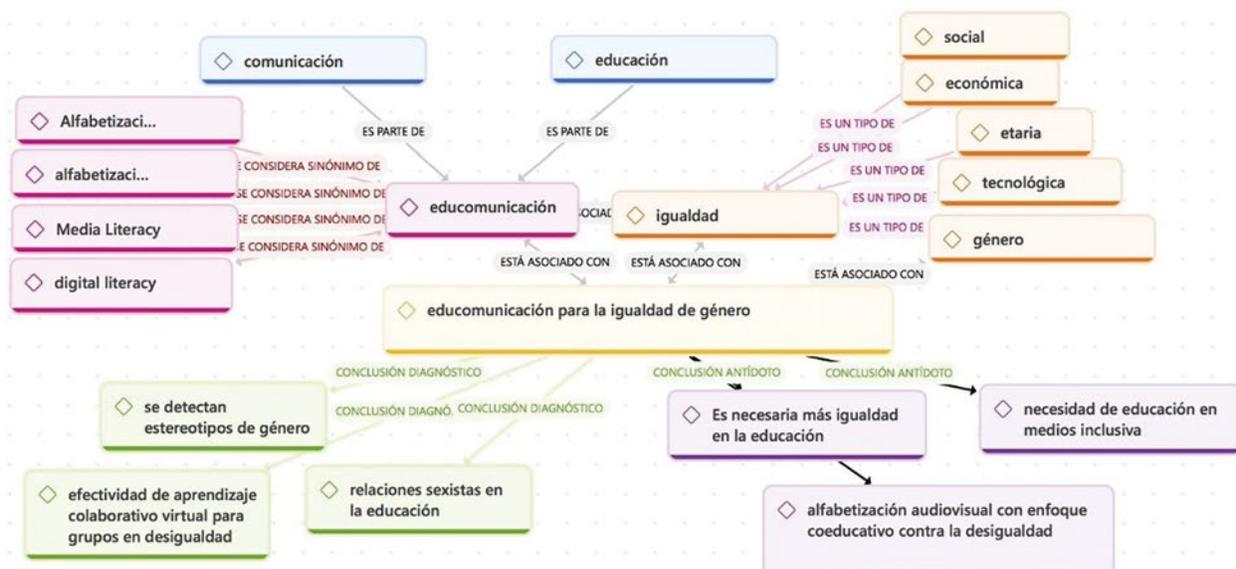


Figura 6. Mapa de red semántica. ATLAS.ti con datos de Redalyc

como son la social, la económica, la etaria o la tecnológica, que interseccionan con la de género.

En el análisis específico de los artículos que abordan la igualdad género en relación con la educomunicación, entre las investigaciones-diagnóstico, las que analizan el objeto de estudio, se detectan estereotipos de género en la comunicación, relaciones sexistas en la educación, la necesidad de educación mediática para la competencia digital en jóvenes o la diferencia de género en el uso de nuevos medios en la infancia en áreas rurales.

Por su parte, las investigaciones-antídoto, las que formulan propuestas para cambiar la realidad, tras detectar las necesidades, muestran casos para dotar de más igualdad la educación, para realizar una educación de medios más inclusiva, o para acometer un enfoque coeducativo contra la desigualdad. Es el caso de la propuesta de alfabetización mediática ante los estereotipos sexistas que aparecen en diferentes medios mediante la ludoteca virtual 'Rostros de mujer', o la acción formativa de e-learning sobre igualdad de oportunidades y liderazgo social desde el aprendizaje colaborativo en entornos virtuales con mujeres gitanas.

4. Discusión y conclusiones

Ni la igualdad en general ni de género en particular son los temas más investigados en el ámbito de la educomunicación, frente a los relacionados con la tecnología. Conclusión en línea con análisis que plantean que el enfoque "tecnicista" comporta que no se haya prestado suficiente atención a la desigualdad, especialmente

de género (Aránguez, 2023), en el campo de estudio analizado.

En el análisis temático-conceptual realizado a partir de la base de datos de Scopus, la igualdad tiene un escaso peso dentro de los artículos analizados sobre "media AND literacy" (solo un 0,5%). En cambio, llama la atención que, en el análisis realizado a partir de la base de datos de Redalyc, de los 150 artículos analizados sobre "Educomunicación", el 14% sí hacen referencia explícita a la igualdad. Este dato muestra un mayor interés en lengua hispana por el tema de la igualdad en relación con la comunicación y la educación. También parece indicar que el marco teórico del término "educomunicación" propicia un enfoque sobre las desigualdades mayor que el que se propicia desde el concepto "media literacy". Obviamente, tanto educación como comunicación son conceptos más globales o menos reductivos e instrumentales que los de medios y alfabetización.

Extraña, en la extracción de las palabras clave en la base Redalyc, que no aparezca la palabra derecho, ni la palabra ética. Esto nos lleva a reflexionar sobre los marcos desde los que se aborda un tema como la igualdad. No son claramente un marco ético ni un marco de derechos humanos.

El 33% de los documentos analizados en Scopus aborda aspectos tecnológicos y de competencia mediática y digital; el 23% se fija en la imagen de la mujer, especialmente en los medios; el 19% se preocupa por la violencia de género; y el 9,5% se centra en los estereotipos y en la propia educación con perspectiva de género.

Tanto en Scopus como en Redalyc se observa que, de la totalidad de los documentos, los medios más investigados

son los digitales, entre los que se incluyen *new media*, *emerging media* y *social media*. El uso de estos medios online sobrepasa por encima de otros más usados en el pasado, como la radio o la televisión. Esto da idea de la evolución mediática y la importancia cada vez mayor que los distintos medios online están adquiriendo en el campo de estudio que nos ocupa y la necesidad de abordar crítica y éticamente la igualdad, la inclusión y los derechos humanos en una educación en medios tecnológicamente compleja.

A pesar de que la igualdad no es un tema prioritario en los estudios sobre alfabetización mediática, se observa una tendencia creciente en estudios científicos que relacionan la alfabetización mediática o la educomunicación con la igualdad. Un dato de transición positiva hacia la igualdad es la paridad en la autoría encontrada en los artículos, algo que marca un punto de inflexión respecto de estadísticas anteriores que indicaban que casi solo las mujeres publicaban sobre igualdad y comunicación (Izquierdo *et al.*, 2020).

En cuanto a las fuentes, se ha detectado una coincidencia entre los dos análisis realizados, el de Scopus y el de Redalyc, y es la importancia de revistas en español como *Comunicar* y *Revista Latina de Comunicación Social* en el objeto de estudio analizado. No obstante, se observa la brecha geolingüística con el sesgo hacia producciones en inglés en el caso de Scopus y un sesgo hacia producciones en español en el caso de Redalyc. Precisamente, los países que destacan en Scopus son EEUU, Reino Unido, España, Indonesia y Canadá, mientras que, en Redalyc, los más activos son: España (48%), Colombia (14%), México (9%), Perú (8%), y Ecuador (6%).

Sobre el propósito, en ambos análisis realizados, la gran mayoría, entre el 80% y el 75% de los documentos estudiados, analizan la situación con balances, miradas críticas, análisis bibliométricos, etc. Algo que el presente estudio ha caracterizado como investigaciones-diagnóstico. Mientras que entre el 20% y el 25% de los trabajos hacen propuestas de cambio en el ámbito de

la educomunicación para la igualdad en una suerte de investigación-acción muy propia del ámbito educativo y que aquí se ha denominado documentos-antídoto.

En el análisis específico de los artículos que abordan la igualdad género en relación con la educomunicación, las investigaciones diagnósticas detectan carencias de igualdad de género en el ámbito de la educomunicación, estereotipos y violencia estructural en los medios o relaciones sexistas en la educación. Mientras que en las investigaciones que llamamos antídoto o basadas en soluciones se observan casos prácticos para superarlas, como propuestas educativas basadas en las teorías feministas en el ámbito tecnológico por una educación cívica fundamentada en la igualdad de género en el entorno digital, ludotecas virtuales frente a los estereotipos sexistas de los medios, o acciones formativas de *e-learning* colaborativo en entornos virtuales sobre igualdad de oportunidades. Todas ellas tienen en común la necesidad y el potencial de la educación mediática para la competencia digital para fomentar la inclusión y la igualdad.

Respecto a las limitaciones de esta investigación, cabe mencionar la complejidad de la nomenclatura del objeto de estudio y las herramientas tecnológicas, que no permiten analizar por igual en todas las bases de datos; que a menudo están a merced del devenir del mercado, cambiando o desapareciendo; y que necesitan obligatoriamente la supervisión humana para poder dotar de sentido los datos. Como plantea Roszack, existe una importante diferencia entre lo que hacen las máquinas al procesar información y lo que hace la mente al pensar (1988, p. 258). El resultado podría enriquecerse analizando otras bases de datos internacionales como Web of Science o buscando en otros idiomas.

El trabajo merece ser ampliado con un contraste del contenido, conclusiones y propuestas del corpus de estudio, en aras de ofrecer luz y orientación científica en diálogo sobre la necesaria alianza entre comunicación, educación y tecnología en el proyecto de la construcción de sociedades más igualitarias.

Referencias

- [1] Alario, A. & Anguita, R. (2004). Mujeres y educación en la era digital. ¿Nuevas oportunidades para la igualdad? *Red digital: revista de tecnologías de la información y comunicación educativas*, 5. <https://cutt.ly/8euucAg>
- [2] Aránguez, T., & Olariu, O. (coords.).(2023). *Ciberviolencia machista y participación paritaria en la sociedad digital*. Egregius.
- [3] Armas, D.M. (2018). *La educomunicación como alternativa para visibilizar la naturalización de la violencia de género*. [Tesis doctoral]. Universidad Politécnica Salesiana de Ecuador. <http://bit.ly/4iFum7C>
- [4] Asr, F., Mazraeh, M., Lopes, A., Gautam, V., Gonzales, J., Rao, P., & Taboada, M. (2021). The Gender Gap Tracker: Using Natural Language Processing to measure gender bias in media. *PLOS ONE*, 16. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0245533>
- [5] Balaguer, M.L. (1985). *La mujer y los medios de comunicación*. Arguval.
- [6] Barboza, M. (2021). Una guía para desarrollar estudios bibliométricos en Psicología. *Revista Peruana de Historia de la Psicología*, 7, 37-43
- [7] Barrena, P. (2024). *Adolescencia y belleza tóxica. Un proyecto de educomunicación desde una perspectiva ecofeminista*. Trabajo de fin de Máster. UVA. <https://bit.ly/3OYa1g1>
- [8] Bonilla, M., García-Ruiz, R., & Pérez-Rodríguez, M. (2018). La educomunicación como reto para la educación inclusiva. *EDMETIC*, 7(1), 66–86. <https://doi.org/10.21071/edmetic.v7i1.10029>
- [9] Bustos, O. (2004). Políticas públicas, medios de comunicación y la formación de audiencias críticas con enfoque de género. En Á. Rebollo & I. Mercado (Coords.). *Mujer y desarrollo en el siglo XXI: voces para la igualdad* (pp. 23-38). McGraw-Hill.
- [10] Chen, D.-T., Lin, T.-B., Li, J.-Y., & Lee, L. (2018). Establishing the norm of new media literacy of Singaporean students: Implications to policy and pedagogy. *Computers & Education*, 124, 1-13. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2018.04.010>
- [11] Civila, S., García-Rojas, A. D., & Hernando, Á. (2024). La alfabetización mediática como herramienta de prevención de la discriminación en las aulas. *Encuentros: Revista de Ciencias Humanas, Teoría Social y Pensamiento Crítico*, 20, 309-324. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10073741>
- [12] Consejo Internacional de Ciencias Sociales. (2010). *Informe mundial sobre las ciencias sociales*. Ediciones UNESCO. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000188395_spa
- [13] Collado, R., de Andrés, S., Martín, F., & Bezerra, R. M. (2024). Representación mediática de la migración. Mapas y análisis bibliométrico de la producción científica en torno al tema. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 30(2), 411-423. <https://doi.org/10.5209/esmp.95389>
- [14] Collado, R., Alvarado, M. C., de Andrés, S., & Pereira, S. (2024). Ética de la imagen y menores. Un análisis de las publicaciones en Facebook de Organizaciones No Gubernamentales (ONG) dedicadas a la infancia. *Revista de Comunicación*, 23(1), 175. <https://doi.org/10.26441/RC23.1-2024-3443>
- [15] De Oro, C., Jabba, D., Erazo-Coronado, A., Aguaded, I., & Carrillo, R. (2024). Educommunication and ICT: from a corpus to a model of educational intervention for critical attitude. *Technology, Pedagogy and Education*, 33, 235-254. <https://doi.org/10.1080/1475939X.2024.2309950>
- [16] Estéfano, M., & Iranzo, M. (2024). La Educomunicación sexual en medios españoles: Análisis de la cobertura mediática del consentimiento en Instagram y TikTok. *Icono 14*, 22(2). <https://doi.org/10.7195/ri14.v22i2.2155>
- [17] Etura D., Martín-Jiménez V., & Ballesteros, C. A. (2019). La comunidad universitaria, frente a la igualdad de género un estudio cuantitativo. *Revista Latina de Comunicación Social*, (74), 1781-1800. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1410>
- [18] Espinosa, M.A.; García-Matilla, A.; García-Matilla, L. y Lara, T. (2006) *¿Autorregulación?...y más. La protección y defensa de los derechos de la Infancia en Internet*. Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, IUNDIA, Universidad Carlos III y UNICEF.
- [19] Fernández-Vela, M. A., Mantilla, D., & García-Cáceres, D. (2023). Metodología de sistematización de producción educacional en programas de educación en derechos humanos en Ecuador. *Chasqui*, 153, 193-208.
- [20] Floris, C. y Landivar, T. (2016). Educación con medios en la Educación para la comunicación: ¿Hay algo nuevo bajo el sol? *Espacios en Blanco. Serie indagaciones*, 26, 13-34.
- [21] Forero, L. M., Gadea, W. F., & Buevas, T. (2021). La educomunicación como herramienta de empoderamiento de mujeres víctimas de violencia de género en Cartagena. En G. J. García, J. A. Nicoletti, & W. F. Gadea (Coords.), *Educación y participación para una sociedad inclusiva* (pp. 79-102). Universidad Nacional de Rosario.
- [22] Freire, P., & Araújo, A. M. (2015). *Pedagogía de los sueños posibles: por qué docentes y alumnos necesitan reinventarse en cada momento de la historia*. Siglo Veintiuno.
- [23] Fueyo, A., & Belver, J. L. (2015). *Educación mediática con enfoque de género en el ámbito de la tecnología educativa*. En A. Fueyo, C. Rodríguez-Hoyos, & J. M. Pérez-Tornero (Eds.), *Los territorios de la educación mediática: Experiencias en contextos educativos* (pp. 163-172). Universidad de Oviedo.
- [24] Fueyo, A., & de Andrés, S. (2017). Educación mediática: un enfoque feminista para deconstruir la violencia simbólica de los medios. *Revista Fuentes*, 19(2), 81–93. <https://bit.ly/4fjVrdA>
- [25] García-Matilla, A. (2001) *Educación y comunicación en Escuela y Sociedad 2001*. [Ponencia inaugural. Jornadas de Formación del Profesorado “Lenguajes, comunicación y técnicas”]. Gobierno de Cantabria, Consejería de Educación y Juventud. Dirección General de Juventud.
- [26] García-Matilla, A. (2010). Publicitar la educomunicación en la universidad del siglo XXI. En R. Aparici (Coord.), *Educomunicación: más allá del 2.0*. (pp. 151-168). Gedisa.
- [27] García-Ruiz, R., Aguaded, I., & Rodríguez-Vázquez, A.I. (2014). Propuesta de alfabetización mediática ante los estereotipos de género en los medios de comunicación. *Prisma Social*, 576-609.
- [28] Gozálviz-Pérez, V., & Contreras, P. (2014). Empoderar a la ciudadanía mediática desde la educomunicación. *Comunicar*, 22(42), 129-136. <https://doi.org/10.3916/C42-2014-12>

- [29] Gutiérrez-Martín, A., & Tyner, K. (2012). Media education, media literacy and digital competence. *Comunicar*, 38, 31-39. <https://doi.org/10.3916/C38-2012-02-03>
- [30] Heywood, E. (2020). Radio Journalism and Women's Empowerment in Niger. *Journalism Studies*, 21(10), 1344-1362. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1745668>
- [31] Izquierdo, P., Gaitán, J. A., & Caffarel, C. (2020). Mapa de la mujer como sujeto y objeto de la investigación en Comunicación en España. *Comunicació: Revista de Recerca i d'Anàlisi*, 37(1), 31-52.
- [32] Jorge-Alonso, A. (2012). *La igualdad como fundamento de la democracia: Medios de comunicación y cultura de paz*. In A. Cortés & M. García-López (Eds.), *Comunicación y cultura de paz* (pp. 55-68). Universidad de Salamanca.
- [33] Lourenço, M. (2016). Gender equality in media content and operations: articulating academic studies and policy – a presentation. *Studies in Higher Education*, 41, 927-931. <https://doi.org/10.1080/03075079.2016.1147726>
- [34] Martín-Jiménez, V., Ballesteros, C., & Etura, D. (2016). Igualdad de género y alfabetización mediática. *Revista Prisma Social*, 16, 322-347. <https://bit.ly/3ZFFJU9>
- [35] Martín, F. (2025). *Scopus.csv*. Figshare. [Dataset]. <https://doi.org/10.6084/m9.figshare.28517444.v1>
- [36] Muñoz, A. M., & Salido, J. (2024). Sesgos de género en las redes sociales de los medios públicos autonómicos: el caso del Twitter de @CSurNoticias. *Revista Latina de Comunicación Social*, 82, 01-16. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2024-2061>
- [37] Navarro, E. (2016). Educación mediática con perspectiva de género. En M. Oller & M.C. Tornay (Eds.), *Comunicación, periodismo y género. Una mirada desde Iberoamérica*, (pp. 99-126). Egegius.
- [38] Nos, E. (2019). *Comunicación transgresora de cambio social*. Universitat Jaume I.
- [39] Nos, E., & Farné, A. (2021). Alfabetización mediática para la igualdad: formación en comunicación transgresora a través de un festival de eficacia cultural. A M. Alcañiz Moscardó (Coord.), *Investigació i gènere a la Universitat Jaume I*, 2020 (pp. 33-41). Universitat Jaume I.
- [40] Olmedo, S., Monedero, C. del R., & Chaparro, M. (2024). Indicadores mediáticos, ciudadanía y gobernanza. Oportunidades para las políticas públicas y ecologizar el sistema de medios. *Textual & Visual Media*, 18(1), 1-3. <https://doi.org/10.56418/txt.18.1.2024.0>
- [41] Rodríguez-Rodríguez, I. (2021). *Transversality of information and communication technologies in the prevention of gender-based violence from a multilevel approach: proposals of application* [Tesis doctoral] Universitat d'Alacant.
- [42] Roszak, T. (1998). *El culto a la información. El folklore de los orderadores y el verdadero arte de pensar*. Grijalbo.
- [43] Tornay, M. C., & Civila, S. (2021). Educomunicación para la igualdad: recepción crítica y empoderamiento mediático en redes sociales. *Comunicación y Pedagogía: Nuevas Tecnologías y Recursos Didácticos*, 331-332.
- [44] UNESCO. (2024). *Celebración de la Semana Mundial de la Alfabetización Mediática e Informativa 2024*. <http://bit.ly/3WviKua>
- [45] Vera, T., Postigo, I., & Hernández-Ruiz, A. (2023). La investigación en feminismo y comunicación en España: criterios de evaluación, asignación de recursos y proyectos. *Espejo de Monografías de Comunicación Social*, (16), 23-47. <https://doi.org/10.52495/c1.emcs.16.cyg1>

Agradecimientos

Esta investigación se encuentra inserta en los Proyectos “PID2022-140281OB-I00, Indicador de Responsabilidad Mediática para la comunicación de las transiciones eco-sociales” y “Grupo de Investigación en Comunicación Audiovisual e Hipermedia”.

Bio

Fátima Martín Gómez de Carvallo es Licenciada en Ciencias de la Información, en Periodismo, por la Universidad Complutense de Madrid. Profesora de Comunicación Audiovisual y Publicidad en la Universidad de Valladolid (UVA). Periodista *online* desde el año 2000. Experiencia en medios como www.elconfidencial.com o www.segoviadirecto.com. Fundadora del digital www.femeninorural.com, que desarrolla en la actualidad.

Susana de Andrés del Campo es Doctora en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid (2002). Profesora titular de Ética de la Comunicación y directora del Grupo de Investigación en Comunicación Audiovisual e Hipermedia GIR GICAVH en la Universidad de Valladolid. Ha coordinado el Máster en Comunicación con Fines Sociales, Estrategias y Campañas y la Sección Departamental de Comunicación Audiovisual y Publicidad en la Universidad de Valladolid. Su ámbito investigador se centra en la comunicación feminista, inclusiva, responsable, con fines sociales y solidarios, así como en las implicaciones éticas de la publicidad en relación con el estatus simbólico de grupos sociales minorizados. Ha sido vocal de la junta directiva de la asociación Clásicas y Modernas para la igualdad entre mujeres y hombres en la cultura (2017-2022). Forma parte del consejo de la Cátedra de Estudios de Género y del comité de título del Máster en Estudios Feministas e Intervención para la Igualdad de la Universidad de Valladolid. Entre sus publicaciones destaca el libro *Comunicación radical. Despatriarcalizar, decolonizar y ecologizar la cultura mediática* escrito junto al prof. Manuel Chaparro (Gedisa, 2022)..

Rocío Collado Alonso es Profesora permanente laboral. Licenciada en Publicidad y RR.PP. y experta

en artes gráficas aplicadas a la comunicación publicitaria por la Universidad Complutense de Madrid. Doctora en Ciencias de la Información con Premio Extraordinario de Doctorado por la UCM. Miembro de la cátedra de Estudios de Género y de la cátedra de Educomunicación y Tecnologías Disruptivas de la Universidad de Valladolid. Su ámbito investigador se centra en la comunicación gráfica publicitaria, la comunicación con fines sociales y solidarios, así como en la educomunicación.

Roberta Marilia Bezerra Moraes es Doctora en Educación por el Programa de Investigación Transdisciplinar en Educación (2020) por la Universidad de Valladolid. Publicista por la Universidad Católica de Pernambuco (Brasil – 2013), con Máster en Comunicación con fines sociales por la Universidad de Valladolid (2015). Colaboradora del GIR GICAVH e investigadora en los ámbitos de la competencia mediática de la ciudadanía desde la dimensión ética, e, intervenciones políticas para romper la brecha digital.

