

6. Repertorio simbólico e iconográfico feminista en Italia y España: de lo local a lo global



CARLOTA CORONADO RUIZ*

DOI: <https://doi.org/10.52501/cc.271.06>

Resumen

Este capítulo se plantea como objetivo estudiar las prácticas de construcción de la simbología del movimiento feminista en Italia y España. Se hará un estudio comparativo del repertorio iconográfico y simbólico asociado al feminismo en ambos países, mostrando las coincidencias existentes. A pesar de los contagios simbólicos internacionales consecuencia de la globalización y del uso de las tecnologías digitales, cada uno cuenta con una historia y una memoria colectiva diferente que trae connotaciones, significaciones e imágenes distintas.

Para este trabajo se analizan los diferentes recursos expresivos utilizados en las movilizaciones italianas y españolas en fechas clave como el 8 de marzo (Día Internacional de las Mujeres) desde el inicio de sus actuales democracias. En este estudio cronológico y comparativo se han analizado las imágenes, lemas, pancartas y demás producción simbólica asociada al activismo feminista en ambos países para ver cuáles son las especificidades de cada uno. Este periplo por estas diferentes significaciones del feminismo y sus símbolos permite entender mejor el imaginario colectivo asociado a este movimiento social y político, en el que se mezcla la herencia del pasado con los nuevos referentes de la cultura de masas de las generaciones más jóvenes.

* Doctora en Ciencias de la Información. Profesora titular de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, España. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6997-0206>

Palabras clave: *Feminismo, 8M, Día Internacional de la Mujer, Símbolos, Italia, España.*

Introducción

“Somos las nietas de las brujas que no pudisteis quemar”, dice uno de los eslóganes feministas españoles más famosos. Esta frase recupera en el siglo XXI el símbolo de las brujas utilizado por el feminismo estadounidense en los años sesenta. El grupo activista conocido como WITCH (bruja) —Women’s International Terrorist Conspiracy from Hell— eligió este símbolo para identificarse con todo lo que a lo largo de la historia habían representado las brujas.

Este ejemplo pone en evidencia el trasvase simbólico que se ha producido a lo largo del tiempo y de una geografía a otra. Las imágenes, eslóganes, cánticos o colores con los que se asocia el feminismo a nivel global tienen distintos orígenes, pero conforman un todo común al movimiento: una identidad colectiva transnacional.

Sin embargo, a pesar de existir un imaginario feminista a nivel global, cada país tiene su propia historia, lo que ha derivado en una iconografía y simbología feministas específicas. También se han dado procesos de asimilación de ideas, imágenes y eslóganes, que se han adaptado a las características intrínsecas de cada país. Estos contagios simbólicos entre distintas geografías a lo largo de las diferentes olas del feminismo se aprecian especialmente en las manifestaciones relacionadas con el 8 de marzo, el Día Internacional de las Mujeres.

El presente trabajo se centra en la producción simbólica en torno al 8 de marzo en España e Italia para identificar los rasgos comunes. En este estudio cronológico y de corte comparativo se han analizado las imágenes, lemas, pancartas y demás recursos expresivos asociados a esta fecha en ambos países para ver cuáles son las especificidades de cada uno y reconocer los contagios simbólicos internacionales que se han producido. Con ello, se pone en evidencia diversidad y riqueza del repertorio iconográfico, así como la mezcla entre la herencia del pasado y las influencias externas. El resultado es un imaginario colectivo feminista global y a la vez también local.

Metodología y recursos empleados

El repertorio simbólico asociado al 8 de marzo se visibiliza en las distintas formas de activismo que se ponen en marcha en esta fecha: desde la difusión de la convocatoria de actos a través de cartelería, hasta las diferentes formas de reivindicación plasmadas en pancartas, eslóganes, *performances*, vestimenta o accesorios; y las imágenes que posteriormente se publican en prensa o en redes sociales. Para llevar a cabo esta investigación ha sido necesario limitar el objeto de estudio para no hacerlo inabarcable. Por ello, se ha centrado en una fecha (8 de marzo) y en una serie de recursos: los carteles sobre el Día Internacional de las Mujeres en ambos países y las fotografías más emblemáticas sobre esta fecha publicadas por dos periódicos: *Il corriere della sera* y *El País*.

Para configurar el corpus documental de análisis se han establecido los siguientes parámetros. En primer lugar, un marco temporal: en el caso de Italia abarca desde 1946 hasta 2024; en España desde 1977 hasta 2024. El punto de inicio de este marco cronológico lo marca el año en que comienzan los actuales regímenes democráticos en cada país, a partir de los cuales se extiende la celebración del Día Internacional de las Mujeres como cita anual para el feminismo. Este marco tan amplio permite ver la evolución de la producción simbólica en torno a esta fecha, así como las influencias y recontextualizaciones de los mensajes y representaciones visuales del feminismo.

En segundo lugar, se han delimitado las fuentes para centrarse tan solo en dos tipos de recursos expresivos: los carteles que difunden los actos reivindicativos de esta jornada y la fotografía de prensa que ha documentado estas manifestaciones anualmente. Para configurar el corpus de análisis, se ha realizado el vaciado de documentos presentes en archivos digitales centrados en la historia del feminismo en cada país. En el caso de Italia, se han integrado en la muestra los carteles sobre la *Giornata Internazionale della Donna* presentes en el *Archivio Digitale della Unione Donne Italiane* (UDI), compuesto por 1.560 carteles relacionados con la historia de las mujeres en Italia desde la Segunda Guerra Mundial hasta la actualidad. El archivo consultado para los materiales españoles ha sido la Biblioteca de las mujeres, que guarda 350 carteles en formato digital, y que han sido donados al

archivo digital del Instituto de las Mujeres. Se ha analizado un total de 336 carteles italianos y 184 españoles. Los primeros proceden de las distintas sedes de la UDI en Italia, así como de sindicatos (CGIL), partidos políticos (PCI) y grupos femeninos de partidos (PCI, PSI, PSDI); y están centrados en la publicidad de los actos y manifestaciones desarrollados anualmente cada 8 de marzo en Italia. Los carteles españoles tienen diferente procedencia: institucional (Instituto de las Mujeres y sus distintas sedes regionales); sindical (CCOO, UGT y CNT); y asociaciones y grupos políticos feministas (Plataforma mujeres feministas, Asamblea de mujeres, Comisión feminista 8 de marzo, Movimiento feminista de Madrid, entre otros).

Para completar la muestra de análisis, se incorporaron las 27 fotografías (entre 1946 y 2017) publicadas por *Il corriere della sera* en el monográfico especial titulado *8 Marzo, le donne in lotta: le foto storiche*. Para hacer la comparativa con España se eligió otro monográfico de fotografías en este caso del diario *El País*, titulado *Un recorrido fotográfico por la historia del 8-M en España*, y compuesto por 25 imágenes (del 1978 al 2020).

A partir de este corpus documental se ha llevado a cabo un análisis textual e iconográfico que ha permitido identificar los símbolos, ideas e imágenes presentes y que forman parte de los parámetros ideológicos y paradigmas de representación asociados al feminismo en cada país y que generan unos rasgos identitarios locales, pero también compartidos a nivel transnacional. En este análisis se han buscado los elementos iconográficos y simbólicos de cada uno de los dos países que han construido la identidad colectiva del movimiento feminista; se han identificado los procesos de recontextualización y adaptación simbólica que se han producido a lo largo del tiempo; y, finalmente, las influencias de la cultura de masas en los discursos y representaciones del feminismo.

Repertorio simbólico feminista: de la *Festa della Donna* al 8M

En el archivo digital de la *Unione Donne Italiane* se conservan 336 carteles sobre la *Giornata Internazionale della Donna*. Del total, 150 incluyen fotografías o ilustraciones y el resto (un 55 % del total) son manifiestos o programas

de actividades sin imágenes. De los 150 diseñados con algún tipo de imagen, el 43 % contiene como elemento visual la mimosa. Esta flor se convirtió en símbolo del movimiento feminista italiano desde la Segunda Guerra Mundial. Existen distintas versiones sobre el origen de la elección de esta flor para celebrar el 8 de marzo. Algunas fuentes dan la paternidad al dirigente comunista Luigi Longo, quien instó a las mujeres a llevar el 8 de marzo de 1945 una mimosa a las tumbas de los partisanos caídos por el nazi-fascismo. Otras, sin embargo, atribuyen la autoría a la parlamentaria comunista y ex-partisana, Teresa Mattei, quien convenció a Luigi Longo para usar la mimosa, puesto que el líder comunista prefería la violeta, ya usada en Francia por el Frente Popular. Su elección se debía principalmente a razones prácticas más que simbólicas: la flor se encontraba en gran cantidad en primavera y se podía coger del campo sin coste alguno.

La UDI difundió su uso el 8 de marzo: se utilizaba como elemento decorativo en todas las sedes de la asociación, se distribuía por las calles junto al periódico *Noi Donne* o se decoraban los escaparates de las tiendas. Este símbolo aparece en la mayor parte de los carteles analizados de diferentes formas: como ramillete decorativo en alguna parte de la composición del cartel, como fondo, en fotografías donde las mujeres llevan ramos de mimosa en manifestaciones, en dibujos de rostros de mujeres con la flor colocada detrás de la oreja, en ilustraciones más abstractas donde se colocan estas flores como elemento visual. Aunque la mimosa no esté presente, el color de esta flor suele ser dominante en muchos de los carteles: bien en los fondos, las letras u otros elementos gráficos o compositivos. Sin embargo, comienza a desaparecer de los carteles a partir de los años noventa.

En las fotografías de los años cincuenta, los ramilletes de mimosa están presentes en los ojales de los abrigo o como ramos en las manos. En las manifestaciones recogidas por las imágenes de mediados de los sesenta y la década de los setenta se aprecia una disminución del uso de estas flores. A partir de los noventa y el nuevo milenio, son otros los elementos simbólicos y colores que tiñen las manifestaciones.

En el uso de esta flor se aprecia una evolución de su lectura simbólica. Comienza siendo una flor subversiva, relacionada con el antifascismo y con la lucha por los derechos de las mujeres en las primeras décadas de democracia, para convertirse en un elemento decorativo regalado por los maridos,

pero falto de connotaciones políticas. Las polémicas mimosas que la policía requisaba a las mujeres de la UDI o de la CGIL cuando en los años cincuenta las regalaban por las calles por considerarse subversivas, pasaron a ser leídas a modo de regalo de San Valentín por parte de los hombres.

Las lecturas negativas de esta costumbre popular de regalar mimosas el 8 de marzo se hacen evidentes en las pancartas o eslóganes utilizados por las activistas en las manifestaciones de la última década. Así se aprecia en eslóganes como “Siamo ribelli, siamo scontrose, tienitele pure le tue mimose”. En el feminismo más joven el regalo de la mimosa se asocia a un gesto caballeresco y no a la tradición partisana de lucha. Aun así, hasta en las convocatorias actuales del 8 de marzo, la mimosa sigue siendo un elemento simbólico presente en la mayor parte de las imágenes que se difunden en redes o que se publican en prensa.

En el feminismo español no se asocia el 8 de marzo a ninguna flor, pero sí a un color: el morado. En el 40.8 % de los carteles analizados se identifica algún elemento gráfico morado (letras, vestimenta, fondo). Además, este color se utiliza para resaltar: por ejemplo, el cartel del 8 de marzo de 2014 del Instituto Vasco de las Mujeres presenta una fotografía de un paso de peatones por el que cruzan varias mujeres y las dos líneas centrales están en morado para destacar el símbolo de igualdad. También se viran a este color algunas fotografías de mujeres originariamente en blanco y negro que componen la imagen central de los carteles. El morado está presente en los carteles de todas las décadas y se hace más recurrente en el siglo XXI. Este color también es el dominante en la ropa, carteles y pancartas que se ven en las fotografías de las manifestaciones del 8M español.

El uso de este color simbólico no es específico de España. Se trata de un trasvase del feminismo anglosajón. A principios del siglo XX, las sufragistas británicas ya utilizaron el morado entre los colores con los que se identificaba su lucha. Las siglas usadas por estas mujeres eran GWN (*Give Women Votes*) y su significado iba más allá del eslogan, ya que hacía referencia a los colores: el verde (*green*) por la esperanza en un nuevo comienzo; el blanco (*white*) simbolizaba la pureza y honradez en la vida privada y en la política; y el violeta (*violet*), la libertad y la dignidad (Tidele, 2021, p. 32). El feminismo de los años setenta retomó el morado como emblema para distinguirse de otros colores marcados políticamente y por ser más enérgico que otros con

los que se identificaba lo femenino como el rosa o el malva. Ya en el siglo XXI, el violeta o morado se vincula a la idea de empoderamiento y autoestima.

Aunque el uso del color lila/violeta/morado se ha consolidado internacionalmente como símbolo del feminismo, en Italia se ha difundido más el fucsia, en especial en la última década. Frente al lazo morado, elemento simbólico muy presente en los actos reivindicativos feministas en España a partir de mitad de los años noventa, en Italia es el pañuelo fucsia el usado por colectivos feministas como *Non una di meno*. En homenaje a las Madres de Plaza de Mayo, se elige el pañuelo en forma triangular, pero en color fucsia, como símbolo de lucha, liberación y rechazo de la violencia estructural sobre los cuerpos de las mujeres, así como de la sororidad.

Además del uso de los colores simbólicos para el feminismo en cada país, los carteles tanto italianos como españoles tienen como elemento recurrente el triángulo feminista o símbolo del útero. En ocasiones aparece el propio gesto hecho con las manos y en otras se convierte en un elemento geométrico que forma parte de la composición del cartel. El origen de este gesto escandaloso y rebelde no está claro, aunque parece deberse a una activista italiana llamada Giovanna Gala. Había visto el símbolo en la portada de la revista francesa *Le Torchon Brulé* y se quedó impactada por la inmediatez y la fuerza del mensaje. Para ella, la forma de la vagina representaba desafío, orgullo y placer, de ahí que lo usara por primera vez en un congreso sobre violencia contra las mujeres en París, en 1971 (Deaglio, 2018, p. 593). Poco tiempo después, la revista *L'Espresso* publicó en portada una foto de Giovanna Gala con el famoso gesto, lo que supuso el traspaso de fronteras de este símbolo. La UDI, en un cartel para la convocatoria del 8 de marzo de 1987 representa las manos en forma de vagina junto al mazo de mimosas. Se mezclan así dos símbolos feministas de origen propio, pero de dos generaciones distintas. En España se ha utilizado a lo largo de las distintas décadas como imagen central de los carteles.

Este símbolo se asocia en ambos países con lemas relacionados con el cuerpo de las mujeres: “nosotras parimos, nosotras decidimos” o “en mi útero mando yo” en España; y “L'utero è mio, lo gestisco io”, en Italia. Además del poder femenino del gesto, se reivindica la idea de que las mujeres son patronas de su propio cuerpo, de su sexualidad y de sus propias decisiones.

La fuerza del movimiento feminista y de las mujeres está representada en numerosos carteles y fotografías de ambos países a través de gestos o imágenes como puños alzados, mujeres con capas de superheroínas o reproducciones del cartel de J. Howard Miller “We can do it”. El puño es un poderoso símbolo para mostrar connotaciones de resistencia, solidaridad y orgullo: una forma de indicar que una persona se siente ligada a otras en la lucha contra un estatus quo opresivo. El símbolo de Venus, muy usado en carteles y pancartas de ambos países, incorpora ya desde los años setenta el puño dentro del círculo.

Este empoderamiento que en el siglo xx se representa a través de gestos, cánticos o lemas, en el siglo xxi se traslada a imágenes de mujeres que son referentes universales del feminismo y del poder femenino. Algunas de ellas proceden del mundo del arte como Frida Kalho; otras de la cultura popular más *mainstream*, como Hermione de *Harry Potter*, la Princesa Leia, Mulán o la Uma Thurman de *Kill Bill*.

Los carteles del siglo xxi se hacen eco de las nuevas reivindicaciones del feminismo y se adaptan a las nuevas realidades mostrando un movimiento más inclusivo, diverso e integrador. Sin embargo, estas recontextualizaciones de iconos de la cultura popular no aparecen en los carteles, dado que proceden de instituciones o movimientos políticos y buscan un mensaje más serio. El uso del humor o las influencias de Internet son más evidentes en las fotografías de las manifestaciones de la última década analizadas, donde las activistas más jóvenes buscan romper con los estereotipos sexistas a través del uso del chiste o los juegos de palabras.

Junto al poder, también la rebeldía de las mujeres y la idea de feminismo como revolución son recurrentes en los mensajes presentes en pancartas o cánticos, así como en las vestimentas. Como señala Tidele (2021, p. 35), el vestido es un símbolo cargado de significados y un verdadero instrumento de protesta y de empoderamiento. Así se muestra en algunos carteles como el realizado por la Comisión feminista del 8 de marzo en 1996 donde se veía una fotografía de mujeres obreras levantando las faldas y mostrando los pololos, a modo de subversión. El subir el vestido y mostrar pantalones es un gesto de poder, ya que, como señala Bard (2012, p. 19), el pantalón simboliza lo masculino y los poderes y las libertades de que gozan los hombres.

Otro icono de rebeldía de las mujeres es el arquetipo de las brujas. Las feministas de los años setenta dieron la vuelta a un insulto para apropiarse del término, darle valor positivo y convertirlo en “un símbolo de poder femenino, conocimiento, independencia y martirio” (Heller, 1993, p. 55). Los aquelarres simbólicos y los vestidos negros se trasladaron pronto a otros países. A mediados de los setenta en Italia se popularizó como lema feminista “Tremate, tremate, le streghe son tornate”, que parecía deberse al éxito de varios libros publicados en estos años que relacionaban la persecución histórica de las brujas con la represión sobre las mujeres.

Esta asociación entre el movimiento feminista y la brujería se ha mantenido en el tiempo y también ha traspasado fronteras. En España, el recurso a este icono es más tardío y comienza a verse en las manifestaciones feministas del siglo XXI, cuando se popularizan lemas, carteles o camisetas donde se puede leer “Somos las nietas de las brujas que nunca pudisteis quemar”. Para las generaciones más jóvenes, la brujería significa rebelión.

La unión y solidaridad entre mujeres también está muy presente en todas las imágenes y carteles analizados. Con lemas como el italiano “Insieme partite siam, insieme torneremo: non una di meno, non una di meno” no solo se subraya la idea de hermandad entre mujeres, sino también la denuncia de los feminicidios. La sororidad se manifiesta en España con eslóganes como “Escucha, hermana, esta es tu manada”, apropiándose la palabra en positivo a partir del mediático caso de violación grupal de La manada. Esta unión se materializa en los carteles a través de representaciones de mujeres que se abrazan o se dan la mano; juntas en las plazas con ramilletes de mimosas; o través de fotografías grupales a las que se añaden textos donde se subraya la idea de la fuerza de la unión: “Unite conquistiamo i nostri diritti”, “facciamo insieme la nostra lotta”, o “diverse ma unite, troviamoci”.

El movimiento feminista de ambos países insiste también en su diversidad. En especial, a partir de los años noventa se observa la tendencia de mostrar a mujeres de diferente origen, raza, edad, orientación sexual o clase, con la idea de subrayar la interseccionalidad del feminismo, así como las dobles discriminaciones. Tanto en los carteles como en las fotografías de ambos países es evidente esta diversidad e inclusión: mujeres afrodescendientes junto a otras con *hiyab* o mujeres indígenas y latinoamericanas se

mezclan con italianas y españolas. Se hace evidente así la ruptura con el feminismo blanco occidental y la apertura hacia otros feminismos y una mayor inclusividad y diversidad. Esto se evidencia en las imágenes de los carteles acompañadas de eslóganes como “todAs iguales, todAs diferentes” o “La differenza colora il mondo”.

Estas coincidencias en los símbolos, mensajes o iconografía feministas se dan también en otras geografías. Aunque cada país tenga su propia herencia simbólica transmitida entre las diferentes generaciones, se ha producido una difusión internacional de símbolos visuales y lemas en las manifestaciones del Día Internacional de las Mujeres y en los medios de comunicación que ha contribuido a dar al movimiento feminista visibilidad y una identidad colectiva a nivel mundial.

Conclusión

El feminismo ha utilizado la cartelería como una herramienta de trabajo fundamental para difundir la agenda feminista. El análisis de los carteles del corpus documental de este estudio revela que las temáticas planteadas a lo largo de las diferentes décadas en cada uno de los dos países son similares. La evolución de la agenda feminista y de los grupos a los que representa y a quienes se dirige es visible a través del recorrido visual y discursivo por la cartelería generada tanto en Italia desde 1946, como en España desde 1977. Las cuestiones relacionadas con la familia, la maternidad, el trabajo y la paz están presentes en los carteles de los años cuarenta y cincuenta en Italia. A partir de mediados de los años sesenta la idea de “emancipación” o “liberación” de las mujeres es constante. Estos mensajes acompañan a imágenes de mujeres más jóvenes y modernas respecto a las presentes en la cartelería precedente, donde las madres eran las protagonistas. La diversidad de las mujeres, la denuncia del patriarcado y sus consecuencias, en especial la violencia de género, y la idea de empoderamiento femenino, dominan la cartelería de las últimas dos décadas. Esta evolución se aprecia también en el repertorio iconográfico español analizado. Se hacen evidentes las conquistas democráticas logradas en España desde los años setenta a la actualidad, así como las concepciones del feminismo sobre los roles de género, el

cuerpo de las mujeres, su sexualidad y otras temáticas relacionadas con el concepto de ciudadanía y los derechos de las mujeres.

En estos procesos de construcción de unas señas de identidad colectiva compartidas no solo por las activistas de un país, sino en muchos casos por las de tantos otros lugares, se producen fenómenos de “re-enmarcado” con la apropiación de conceptos o símbolos procedentes de un marco ajeno y redefiniéndolos desde un marco propio (Lakoff, 2002).

También se genera una intertextualidad dentro de los discursos presentes en las pancartas o carteles del movimiento feminista, al hacer alusión a eslóganes históricos recontextualizados o determinadas imágenes del pasado que adquieren nuevos significados y valores en el presente. Es el caso, por ejemplo, del uso del cuadro de Eugène Delacroix, *La libertad guiando al pueblo*, como imagen central de cartel de 1994 de la Comisión 8 de marzo junto al texto “Viva la lucha de las mujeres”, así como de fotografías de las sufragistas o referentes históricas del feminismo.

A partir del siglo XXI se observa una retroalimentación entre calle/red. Determinados mensajes o imágenes pasan de Internet a las calles y a la inversa, lo que favorece el enriquecimiento del repertorio simbólico y discursivo. También, como señala Castells (2012), desafían la dominación al crear conexión; comparten indignación y construyen propuestas. El uso de las tecnologías y los medios de comunicación en los movimientos sociales hace que se promuevan determinadas prácticas ajenas a lo local, lo que genera imaginarios alternativos para las prácticas de resistencia (Chenou y Cepeda-Másmela, 2019). Los productos culturales viralizados en la red (iconos, ilustraciones, retratos o memes) viajan a la calle dando lugar a un repertorio simbólico con un gran potencial (Hernández-Conde *et al.*, 2021, p. 51).

Pero la influencia de Internet y los medios en el discurso político feminista y su representación simbólica no es unidireccional: la red refleja las acciones reivindicativas que se producen en la calle y las hace visibles, de tal manera que los mensajes y símbolos se difunden en otros contextos, que los adoptan y adaptan a la realidad local. En este sentido, se genera un modo hegemónico de representar el feminismo que se comparte a nivel global y que convive con realidades nacionales con una producción simbólica propia que se perpetúa mezclándose con formas de representar el activismo feminista más *mainstream*: una mezcla continua entre herencia y modernidad.

Referencias

- Bard, C. (2012). *Historia política del pantalón*. Tusquets Editores.
- Castells, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza. Los movimientos sociales en la era de internet*. Alianza Editorial.
- Chenou, J. M., y Cepeda-Másmela, C. (2019). #NiUnaMenos: Data Activism From the Global South. *Television and New Media*, 20(4), 396-411. <https://doi.org/10.1177/15274764198289>
- Deaglio, E. (2018). *Patria 1967-1977*. Feltrinelli Editore.
- Heller, E. (2004): *Psicología del color. Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón*. Gustavo Gili.
- Hernández-Conde, M., Arencón-Beltrán, S., y Sola-Morales, S. (2021). Narrativas trans-media feministas. El caso del movimiento 8M español durante el 2019. *Dixit*, 35, 51-70. <https://doi.org/10.22235/d35.2610>
- Lakoff, G. (2002). *Moral politics: How liberals and conservatives think*. University of Chicago Press.
- Tidele, J. (2021). Moda y feminismo: la vestimenta como símbolo de protesta. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos*, 100, 27-40. <http://dx.doi.org/10.18682/cdc.vi100.3983>