

## Narrativa de género y conflicto discursivo: recepción de *Barbie* (2023) en la audiencia hispana

*Gender narratives and discursive conflict: The reception of Barbie (2023) among Spanish-speaking audiences*

*Narrativa de género e conflito discursivo: a recepção de Barbie (2023) pelo público hispânico*

DOI: <https://doi.org/10.32870/cys.v2026.9057>

MARÍA JOSÉ HIGUERAS-RUIZ

<https://orcid.org/0000-0002-6849-3433>

PENÉLOPE MARTÍN-MARTÍN

<https://orcid.org/0000-0003-2011-7874>

JOSÉ PATRICIO PÉREZ-RUFÍ<sup>1</sup>

<https://orcid.org/0000-0002-7084-3279>

El objetivo de esta investigación es determinar la recepción de la película *Barbie* (2023) por parte de usuarios hispanos en la plataforma Filmaffinity desde una perspectiva de género. Con un método cuantitativo se mide la puntuación de las críticas, y con un método cualitativo se aplica el análisis crítico del discurso. Los resultados muestran una recepción muy polarizada de la cinta y destacan cuatro categorías discursivas identificadas (misandria, feminismo crítico, feminismo positivo, neutralidad), independientemente de la nacionalidad de la audiencia.

**PALABRAS CLAVE:** Feminismo, cine, estudios de género, análisis crítico del discurso, plataformas, audiencia.

*This research aims to examine the reception of the film Barbie (2023) among Spanish-speaking users on the Filmaffinity platform from a gender perspective. A quantitative method is used to measure review ratings, while a qualitative approach applies critical discourse analysis. The findings reveal a polarized reception of the film, highlighting four discursive categories (misandry, critical feminism, positive feminism, and neutrality) regardless of the audience's nationality.*

**KEYWORDS:** Feminism, film, gender studies, critical discourse analysis, platforms, audience.

*O objetivo desta pesquisa é determinar a recepção do filme Barbie (2023) por parte dos usuários hispânicos na plataforma Filmaffinity a partir de uma perspectiva de gênero. Utilizando um método quantitativo, mede-se a pontuação das críticas, e, por meio de um método qualitativo, aplica-se a análise crítica do discurso. Os resultados mostram uma recepção bastante polarizada do filme, destacando quatro categorias discursivas identificadas (misandria, feminismo crítico, feminismo positivo, neutralidade), independentemente da nacionalidade do público.*

**PALAVRAS-CHAVE:** Feminismo, cinema, estudos de gênero, análise crítica do discurso, plataformas, público.

### Cómo citar este artículo:

Higueras-Ruiz, M. J., Martín-Martín, P., & Pérez-Rufí, J. P. (2026). Narrativa de género y conflicto discursivo: recepción de *Barbie* (2023) en la audiencia hispana. *Comunicación y Sociedad*, e9057. <https://doi.org/10.32870/cys.v2026.9057>

<sup>1</sup> Autor de correspondencia.  
[patricioperez@uma.es](mailto:patricioperez@uma.es)

Fecha de recepción: 29/04/25. Aceptación: 10/02/26. Publicado: 29/04/26.

## INTRODUCCIÓN

La muñeca Barbie fue creada en 1959 por Ruth Handler, cofundadora de Mattel Inc., guiada por la idea de revolucionar los juguetes de la época, que reforzaban el rol de las niñas como madres y amas de casa (Pérez Gómez & Sanabria Rojas, 2024). Sin embargo, lejos de ser considerada feminista, Barbie ha sido objeto de crítica por proyectar una imagen estereotipada de la mujer perfecta (Tinat, 2024).

Ante las acusaciones recibidas de limitar la diversidad e igualdad de género, Mattel busca modernizar su imagen y convertir a Barbie en un símbolo de empoderamiento femenino a través de la propia muñeca, su publicidad y las películas y series de animación (Zacipa-Indante & Tur-Viñes, 2025). La producción de la película *Barbie* (Gerwig, 2023) forma parte de esta estrategia de la marca, que se suma al fenómeno presente en la ficción audiovisual conocido como “nuevo rosa”:

Acoge temáticas propias de la tercera ola feminista como la interseccionalidad, el feminismo negro y el transfeminismo e incorpora temáticas de la cuarta ola enfocada en recuperar la agenda política hacia la paridad completa y la reacción contra el patriarcado de la violencia (Martínez Cano et al., 2024, p. 479).

Asimismo, la cinta impulsa un “movimiento rosa” a través de la interacción con el público (la audiencia asistió al cine vestida de rosa) y las colaboraciones con diversas marcas (Airbnb ofertó alquilar la Casa de Ensueño de Barbie en Malibú; Forever 21 o Primark lanzaron colecciones inspiradas en la película; NYX propuso una línea de maquillaje) (Bustos Díaz et al., 2024; Zacipa-Indante & Tur-Viñes, 2025). Sin embargo, *Barbie* también suscitó un debate en torno a la igualdad de género al recibir críticas sobre la diversidad femenina, la representación masculina o los intereses comerciales bajo el discurso de género.

Diversos trabajos académicos han estudiado esta película desde diferentes perspectivas. Zacipa-Indante y Tur-Viñes (2025) analizaron el uso de estereotipos de género en el filme y su estrategia de marketing, y en relación con la imagen de la marca. Tinat (2024) entrevistó

a estudiantes de Estudios de Género acerca de los clichés feministas en *Barbie*. Bustos Díaz et al. (2024) estudiaron el impacto en redes sociales de la cuenta oficial de la película durante su semana de estreno. Mientras que Godoy de Almeida Leite et al. (2025) examinaron los comentarios sobre las películas de Greta Gerwig en la red social Letterboxd para identificar los temas principales relacionados con el género discutidos por los usuarios.

Así, esta investigación se suma a los trabajos citados con la propuesta de analizar desde una perspectiva de género las valoraciones sobre la película *Barbie* publicadas en la plataforma de crítica cinematográfica Filmaffinity por los usuarios hispanohablantes. Los resultados suponen un aporte al debate desarrollado en redes sociales sobre la igualdad de género en torno a esta producción y en relación con el contexto social y político contemporáneo.

## MARCO TEÓRICO

La representación de la mujer en el audiovisual ha adquirido una atención creciente en la última década como foco de investigación académica (Barrios-Rodríguez et al., 2021; Marcos-Ramos & Mateos-Pérez, 2025; Torres-Romay & Izquierdo-Castillo, 2022). Los autores remiten a la teoría filmica feminista con el objetivo de examinar la presencia de los personajes femeninos en la pantalla y los roles que desarrollan. Esta perspectiva académica surge en los años setenta en el contexto estadounidense como respuesta al activismo universitario impulsado por los Estudios de la Mujer. El postulado, cuya idea central es la desigualdad de género en el acceso y representación en el medio audiovisual, denuncia que el cineasta mira a la mujer como un objeto de contemplación fetichista, lo que Mulvey (1975) denominó *male gaze*.

Desde los estudios de género, se examina la evolución del movimiento feminista, marcado por varias etapas (denominadas “olas”) con rasgos diferenciados (Aguilar-Barriga, 2020; Garrido-Rodríguez, 2021): la primera (finales del siglo XIX y primeras décadas del XX) surge con el movimiento sufragista para erradicar las desigualdades políticas; la segunda ola o “nuevo feminismo” (década de los sesenta y setenta) se caracteriza por la reivindicación de la igualdad plena

en lo social y lo personal: derechos reproductivos, sexualidad libre, discriminación laboral, invisibilidad del trabajo doméstico; la tercera etapa (década de los noventa) busca el reconocimiento de la diversidad y la interseccionalidad de las mujeres; por su parte, la cuarta ola del feminismo (segunda década del siglo XXI) es caracterizada por el activismo en redes sociales y la unión de mujeres y hombres contra el patriarcado (Biswas, 2004; Garrido & Zaptsi, 2021; Garrido Ortolá, 2022; Higuerras-Ruiz et al., 2025; Posada-Kubissa, 2020). Aquí se inserta el movimiento de denuncia del acoso sexual en la industria audiovisual que tuvo lugar a través de las redes sociales con el uso de la etiqueta #MeToo, con el objetivo, además, de promover una mayor presencia femenina delante y detrás de las cámaras y una representación del género acorde con estos postulados (Garrido & Zaptsi, 2021).

En el contexto de este movimiento hallamos la producción cinematográfica de la directora y guionista Greta Gerwig: *Lady Bird* (2017), *Little Women* (2019) y *Barbie* (2023), películas de marcado carácter feminista, con personajes femeninos protagónicos y presencia de mujeres en los equipos de producción, dirección y guion. *Barbie* es una película de acción real basada en la muñeca del mismo nombre y que presenta un lugar ficticio llamado *Barbieland*, donde todas las Barbies y Kens viven en armonía dentro de un sistema social liderado por las mujeres. El conflicto surge cuando Barbie Estereotípica comienza a sentir emociones desconocidas, como el miedo o la ansiedad, y decide viajar al mundo real acompañada por Ken para solucionar la situación con los directivos de Mattel.

*Barbie*, estrenada el 20 de julio de 2023, fue producida por Warner Bros. y escrita y dirigida por Gerwig, con las interpretaciones de Margot Robbie y Ryan Gosling en los papeles protagónicos. Dos meses después de su estreno, la película se convirtió en la cinta más taquillera de 2023 a nivel mundial con 1 360 millones de dólares de recaudación (Fernández Mencías, 2023). Sin embargo, el filme no destacó en las nominaciones a los premios de la Academia de Artes y Ciencias Cinematográficas, ya que ni su directora ni la actriz protagonista pudieron optar al Oscar (Chico, 2024).

El discurso de género creado y transmitido en torno a la película ha desencadenado varias consideraciones a tener en cuenta en este tra-

bajo. Por una parte, la producción se inserta en la estrategia de Mattel para superar las críticas sobre la figura estereotípica de sus muñecas y adaptarse a las demandas de igualdad de género, lo que se inició con el lema publicitario “You Can Be Anything” y la serie *Fashionistas* (mol-des con diversidad corpórea, racial, funcional, etc.) (Zacipa-Indante & Tur-Viñes, 2025). Asimismo, la película ha reforzado el debate mediático sobre el feminismo en redes sociales (Martínez Cano et al., 2024), avivado por el uso de las mismas, especialmente Instagram y TikTok, en las estrategias de marketing de la propia marca (Bustos Díaz et al., 2024). De hecho, las dinámicas aplicadas en la promoción se sitúan en lo que se ha denominado *femvertising*: “una propuesta que nace a mediados de los noventa del siglo XX como estrategia de publicidad ligada al feminismo, en la que los estereotipos de género se fusionan con ideales feministas para promover marcas” (Pérez Gómez & Sanabria Rojas, 2024, p. 151).

Sin embargo, la recepción del filme también ha recibido la crítica de opositores que interpretan esta narrativa como un feminismo oportunista, que no atiende a la interseccionalidad del movimiento y realza posiciones más propias del hembrismo, o que denuncian que la producción forma parte de una estrategia de *washing* que acude al feminismo como medio para modernizar productos y multiplicar ventas (Tinat, 2024).

Por su parte, desde la academia, diversos autores y autoras han estudiado la película y el fenómeno desencadenado a raíz de su estreno desde una perspectiva feminista y han alcanzado diversas conclusiones al respecto. Bobaru (2024) afirma que *Barbie* ejemplifica las paradojas del feminismo mediático actual: intenta promover discursos de empoderamiento a través de una figura profundamente insertada en las estructuras capitalistas. La película sirve, así, como un artefacto cultural que impulsa tanto la reflexión crítica como la rentabilidad comercial.

En la misma línea, Zheng (2024) reconoce el valor del filme en cuanto a su capacidad para visibilizar los mecanismos de construcción de género y fomentar un debate social amplio sobre la identidad femenina contemporánea. No obstante, también señala limitaciones: *Barbie* no rompe por completo con las lógicas binarias de dominación, ni logra profundizar en la representación de identidades de género

no normativas. Esta dualidad encarnada por la película también es anotada por Máthé (2024), quien expresa que la cinta es a la vez un producto de consumo moldeado por valores patriarcales y un símbolo de la transformación de los roles femeninos a lo largo de seis décadas. En este sentido, el filme de Greta Gerwig no intenta redefinir a Barbie desde cero, sino recontextualizar su significado para un público contemporáneo, utilizando una estética metatextual e irónica. La autora reconoce que *Barbie* no soluciona las tensiones históricas que arrastra el personaje, pero celebra que el filme logre abordarlas desde una posición autocrítica, sin renunciar a una estética comercial (Máthé, 2024).

Finalmente, se acude a los planteamientos de Godoy de Almeida Leite et al. (2025) sobre los espacios digitales. Estamos ante escenarios de producción simbólica donde los usuarios expresan, disputan y reformulan imaginarios sociales. De acuerdo con las autoras, plataformas como Letterboxd permiten observar cómo el público interpreta las películas dirigidas por mujeres a partir de sus propios marcos ideológicos. Ello hace posible identificar relaciones de poder de género presentes en la recepción. Esta perspectiva resulta especialmente útil para analizar las críticas publicadas en Filmaffinity sobre *Barbie*, ya que muestran cómo los usuarios emplean la crítica aficionada como vía de intervención discursiva en debates contemporáneos sobre feminismo, masculinidad y representación cultural.

## OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

Este trabajo tiene como objetivo principal analizar las valoraciones y percepciones sobre la película *Barbie* publicadas por los usuarios hispanos de la plataforma de crítica cinematográfica Filmaffinity, desde una perspectiva de género. De forma particular, se pretende, en primer lugar (O1), identificar y categorizar las distintas posiciones discursivas relacionadas con el género presentes en las críticas más visibles de la plataforma. Se entiende aquí por críticas visibles aquellas que cuentan con un mayor número de valoraciones positivas o apoyos por parte de otros usuarios, y que serán las primeras en ser mostradas a los usuarios de Filmaffinity.

Como objetivo secundario (O2), se propone describir la distribución territorial declarada en las reseñas más visibles dentro del ámbito hispanohablante y utilizar esa información como contexto interpretativo de los marcos discursivos identificados. Este objetivo tiene un alcance exploratorio y no persigue establecer comparaciones internacionales fuera del espacio hispanoparlante ni atribuir al lugar de procedencia un papel explicativo fuerte sobre las valoraciones o categorías discursivas.

El enfoque metodológico adoptado en este estudio se estructura en dos fases complementarias. En primer lugar, se ha incorporado una fase inicial de carácter cuantitativo centrada en el análisis de las calificaciones numéricas asignadas por los usuarios a *Barbie* en la plataforma Filmaffinity. Esta fase tiene como objetivo explorar de forma general las pautas de valoración y establecer un marco descriptivo sobre la distribución de puntuaciones, lo que permitirá contextualizar los discursos emitidos en las reseñas desde una aproximación empírica.

A continuación, y como segunda fase del procedimiento, se aplicó una metodología cualitativa basada en el análisis crítico del discurso (ACD), orientada a identificar y categorizar las posiciones discursivas relativas al género presentes en dichas críticas. Esta metodología se centra en examinar cómo las prácticas discursivas reflejan, reproducen o cuestionan las relaciones de poder entre géneros (Colorado Colmán, 2024; Martínez Romagosa & Flax, 2020; Pardo Abril, 2013; Peña Ochoa, 2019). De acuerdo con van Dijk (1993), el ACD implica examinar las relaciones de poder, específicamente aquellas relacionadas con desigualdades sociales, políticas y culturales, incluyendo las de género.

Afirma Cares Geoffroy (2022) que el ACD “toma partido a favor de los grupos oprimidos en contra de los grupos dominantes, y que manifiesta abiertamente la vocación emancipadora que la motiva” (p. 119). En este estudio se aplica el ACD para explorar cómo las críticas a la película *Barbie* reflejan o cuestionan percepciones dominantes sobre roles y estereotipos de género dentro del contexto sociocultural hispano. El ACD resulta apropiado a los objetivos de este trabajo, tanto más cuando puede permitir “desentrañar representaciones explícitas e implícitas en las acciones discursivas” (Colorado Colmán, 2024, p. 14) de la obra analizada. La combinación de ambas fases metodológicas—cuantitativa y cualitativa—permite abordar el objeto de estudio de ma-

nera integral y articular el comportamiento valorativo observable con los marcos discursivos que lo sustentan.

A partir de este marco teórico, el diseño metodológico parte de la selección de una muestra de críticas creadas por usuarios del portal Filmaffinity. Fundado por el crítico Pablo Kurt Verdú Schumann y el programador Daniel Nicolás Aldea, “Filmaffinity es sin duda el portal más importante en España en torno a la crítica cinematográfica hecha por aficionados” (Del Campo Cañizares & Cifuentes Albeza, 2024, p. 6). Gavilán et al. (2018) definen esta plataforma como “la mayor comunidad del cine español” y añaden que “no pertenece a ningún medio o grupo de comunicación, y no es una página de *e-commerce*, lo que refuerza su imagen de credibilidad” (p. 555). Según el portal de analítica web Semrush (2025), Filmaffinity tiene un tráfico mensual medio de 45.8 millones de usuarios.

La muestra de análisis está compuesta por las 100 críticas más visibles sobre *Barbie* en Filmaffinity, es decir, según el número de votos recibidos en la plataforma por otros usuarios, independientemente del marco temporal. Esto asegura la relevancia social y popularidad de las opiniones analizadas. Además, se ha aplicado un filtro adicional, dado que se atiende únicamente a aquellas reseñas de usuarios que indican como su lugar de origen ciudades españolas o latinoamericanas. De este modo, el análisis se centra exclusivamente en percepciones procedentes de espacios hispanoparlantes. Por otra parte, no se ha aplicado el género de la persona que enuncia la crítica como variable, ya que en Filmaffinity no se expresa de manera explícita, más allá del nombre o apodo utilizado, y no se considera acertado inferir el género de la persona a partir del mismo.

Una vez tomada la muestra, el proceso metodológico consistió en varias etapas claramente definidas. En una primera fase, se aplica la perspectiva cuantitativa que analiza la distribución de calificaciones otorgadas por las críticas de los usuarios. Para ello, se sistematizaron y cuantificaron los valores asignados en cada una de las 100 críticas más visibles, a fin de ofrecer un panorama de la recepción valorativa de la obra en el entorno digital analizado.

Más adelante, en una segunda fase, y ya como parte del ACD, se procede a la extracción y organización sistemática del contenido tex-

tual de las críticas: se realiza una lectura exploratoria y contextual para comprender los marcos generales y los posicionamientos explícitos o implícitos relacionados con el género. Posteriormente, se aplicó un proceso de codificación inductiva, a partir del cual se identificaron patrones discursivos emergentes en las críticas. Estos patrones permiten construir categorías analíticas específicas vinculadas al tratamiento del género: críticas misándricas o percibidas como ataques al género masculino, reseñas feministas críticas con el tratamiento superficial del feminismo, críticas feministas positivas que valoran la intención crítica y satírica y, por último, críticas neutras o mixtas que equilibran perspectivas de género con elementos cinematográficos o que analizan el filme desde otros enfoques. Después, se elabora una categorización detallada, acompañada de una cuantificación del peso de cada categoría, que permite visualizar el grado de polarización discursiva y las posiciones dominantes en las críticas analizadas.

Para garantizar la transparencia y la replicabilidad del tramo cualitativo, se elaboró un libro de códigos con definiciones operativas, criterios de inclusión/exclusión y ejemplos ancla para cada categoría discursiva (misandria, feminismo crítico, feminismo positivo, neutral/mixto). La unidad de análisis fue la reseña completa, codificada según el marco interpretativo predominante en el conjunto del texto. Con el fin de calibrar el instrumento, se realizó una prueba piloto sobre 25 reseñas (selección aleatoria) y, a partir de las discrepancias detectadas, se precisaron reglas de decisión para casos limítrofes.

Como medida para la fiabilidad intercodificador se aplicó la “justificación pública”: los investigadores presentan los resultados aludiendo a los textos utilizados y a cómo llegaron a los hallazgos. Asimismo, se acude a la validez semántica del estudio, pues dos o más investigadores asignan la misma unidad a la misma categoría y, de este modo, el mismo significado.

Como tercera fase del procedimiento metodológico, se incorporó una caracterización descriptiva del lugar de procedencia declarado por los usuarios de las reseñas seleccionadas. Esta fase responde, en primer término, a criterios de delimitación muestral (acotar el corpus a un espacio hispanohablante) y, en segundo término, a un interés contextual (identificar concentraciones territoriales y su posible asociación explo-

ratoria con tendencias de valoración o con las categorías discursivas obtenidas). Dado el diseño del estudio y la ausencia de un grupo de comparación no hispanohablante, esta fase no busca explicar la recepción a partir de variables geográficas ni formular inferencias causales, sino situar el debate analizado dentro de un marco intrahispano y describir el grado de centralización territorial de las reseñas más visibles. Esta última fase complementa, por tanto, la perspectiva cuantitativa y el ACD y contribuye a una comprensión más cercana a los marcos ideológicos y geopolíticos que condicionan la recepción de un producto cultural como *Barbie*.

Este diseño metodológico intenta así asegurar un análisis riguroso y contextualizado que proporcione una visión integral sobre cómo se perciben y se debaten públicamente las representaciones mediáticas de género en contextos cinematográficos contemporáneos del ámbito hispano. A continuación, se presentan los resultados del trabajo estructurados en los siguientes apartados: 1) sistematización de calificaciones en las críticas de los usuarios, 2) categorización de las críticas de los usuarios desde una perspectiva de género, y 3) las críticas según su lugar de procedencia y su categoría discursiva.

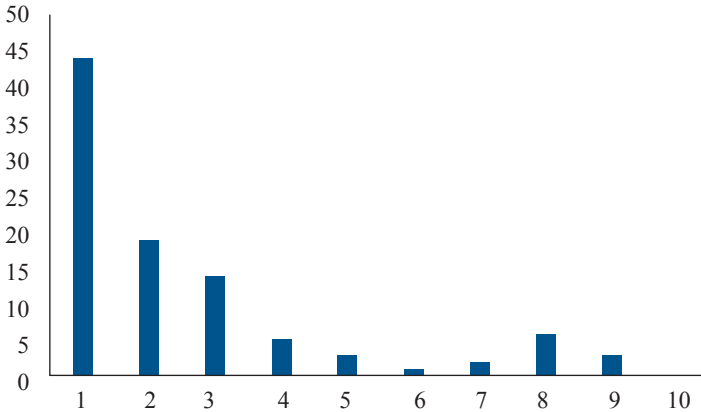
## RESULTADOS

### *Sistematización de calificaciones en las críticas de los usuarios*

Los resultados obtenidos en la primera fase del análisis, de carácter cuantitativo, permiten establecer un marco descriptivo preliminar para el alcance posterior de los objetivos sobre la recepción valorativa de la película *Barbie* por parte de los usuarios hispanohablantes de la plataforma Filmaffinity (2025). La sistematización de las calificaciones asignadas por los propios usuarios a sus respectivas críticas revela una distribución claramente asimétrica, en la que predominan las valoraciones extremadamente negativas frente a aquellas más moderadas o positivas, incluso si la nota media total de todas las valoraciones realizadas por los usuarios es de 5.8 sobre 10.

La distribución de puntuaciones otorgadas por los usuarios a *Barbie* refleja una clara polarización y una tendencia notablemente negativa en las valoraciones generales. En la Figura 1 se aprecia una fuerte con-

FIGURA 1  
 DISTRIBUCIÓN DE LAS PUNTUACIONES OTORGADAS POR LOS  
 USUARIOS DE ÁMBITO HISPANO DE *BARBIE*  
 (MUESTRA DE LAS 100 CRÍTICAS MÁS VISIBLES)



Fuente: Elaboración propia.

centración de críticas en las puntuaciones más bajas, especialmente en las calificaciones de 1, 2 y 3, las cuales juntas acumulan la mayoría de los votos. Esta concentración representa un rechazo generalizado por parte de una amplia porción de los usuarios hacia la propuesta narrativa y discursiva del filme y evidencia una recepción problemática a partir del discurso de género.

Por otra parte, la notable escasez de valoraciones intermedias (calificaciones de 5, 6 o 7) refleja una ausencia de posturas moderadas o neutras frente a la película. Los usuarios parecen impulsados a posicionarse a favor o en contra del mensaje, de tal modo que se evitan las posiciones intermedias que reflejan un balance de virtudes y defectos. Esta dinámica refuerza la hipótesis de que la película ha funcionado como un dispositivo provocador que ha obligado a la audiencia del filme a tomar posiciones claras en torno a temas sensibles como el feminismo, los estereotipos de género y las representaciones mediáticas de hombres y mujeres.

Además, el gráfico permite identificar un grupo minoritario, pero claramente diferenciado, de usuarios que valoran altamente la película (principalmente con puntuaciones de 8 y 9). Este grupo ha valorado positivamente la sátira social de la película, la crítica feminista, o aspectos puramente cinematográficos. Esta minoría favorable evidencia igualmente la existencia de un segmento de público receptivo al enfoque narrativo adoptado por Greta Gerwig, que ha valorado la película como un instrumento efectivo para generar la reflexión crítica sobre género, a pesar de su controvertida recepción.

En términos generales, la fuerte concentración negativa en la distribución de puntuaciones apunta hacia una importante resistencia cultural frente a las narrativas feministas explícitas, así como hacia la percepción de que dichas representaciones mediáticas pueden llegar a ser percibidas como problemáticas cuando desafían directamente roles de género tradicionales y dominantes. También podría interpretarse una suerte de resistencia a la recepción de lo que fue uno de los grandes éxitos comerciales del cine de los grandes estudios en el año 2023. En conclusión, esta distribución gráfica revela la complejidad y la controversia en la recepción de la película, así como el actual contexto sociocultural en el que las representaciones de género en los medios son objeto de profundo escrutinio, debate social y posiciones polarizadas.

### *Categorización de las críticas de usuarios desde una perspectiva de género*

A partir del ACD aplicado al conjunto de críticas seleccionadas, se identifican con claridad ciertos patrones discursivos relacionados con las percepciones y representaciones de género hacia *Barbie*, lo que responde al primer objetivo de esta investigación. Estas percepciones pueden organizarse en cuatro grandes categorías discursivas que permiten comprender la polarización presente en las opiniones expresadas por los usuarios desde una perspectiva de género.

En primer lugar, una parte significativa de las críticas manifiesta una percepción negativa hacia la película al interpretarla como un ataque explícito al género masculino, identificado por muchos usuarios bajo el concepto de “misandria”. Estos usuarios consideran que

el filme promueve una representación negativa y estereotipada del género masculino al presentarlo como superficial, incompetente o incluso moralmente inferior frente al femenino. Esta representación es percibida como una inversión injusta del patriarcado, que se ubica lejos de plantear una verdadera propuesta de igualdad. La recurrencia en la utilización de términos como “misandria”, “ridiculización” o “sexismo inverso” evidencia la incomodidad ante esta representación de los personajes masculinos.

Una segunda categoría agrupa críticas feministas que, aunque comparten ciertos ideales igualitarios, rechazan el tratamiento simplista y superficial que realiza la película sobre el feminismo. Desde esta perspectiva, algunas críticas expresan su descontento con un feminismo percibido como propagandístico, caricaturesco o extremista. Argumentan que, en lugar de contribuir a la reflexión y sensibilización sobre problemas reales relacionados con la desigualdad de género, la película trivializa estas cuestiones y las reduce a mensajes simplificados y recurrentes. La crítica se dirige especialmente hacia la forma en que el filme aborda las relaciones entre géneros, de tal modo que perpetúa una “guerra de sexos” innecesaria y perjudicial. En estas críticas los términos más comunes son “feminismo superficial”, “trivialización”, “propaganda”, “estereotipos” o “mensaje simplista”.

La tercera categoría identifica críticas feministas que perciben positivamente la intención de la película desde una perspectiva satírica y crítica. Este grupo valora cómo la película utiliza el humor, la ironía y la exageración como herramientas para cuestionar los roles y estereotipos de género profundamente arraigados en la sociedad. Para estas críticas, el filme cumple una función social relevante al exponer, mediante la sátira, ciertas incoherencias y contradicciones sociales en las expectativas sobre el género femenino y masculino. La película, desde esta visión, es un instrumento válido para promover debates constructivos sobre feminismo y género. En este caso, los conceptos más frecuentes son “sátira feminista”, “crítica social”, “ironía”, “empoderamiento” o “cuestionamiento de roles”.

Por último, un cuarto bloque discursivo recoge críticas más neutras o matizadas, en las cuales los usuarios adoptan posiciones intermedias, en las que se integran tanto aspectos positivos como negativos

relacionados con la representación del género, aunque se otorga un especial énfasis a otros elementos cinematográficos, como la dirección, el guion o las actuaciones. Estas críticas reflejan una percepción equilibrada, en la cual el debate explícito sobre género está presente, pero no es necesariamente determinante en la valoración global de la película. Se percibe así una visión más compleja y menos radicalizada del filme, en la que se reconocen tanto potenciales aciertos como limitaciones en su tratamiento del género. Esta vez los términos más comunes son “equilibrado”, “matices”, “potencial desaprovechado” o “entretenimiento”.

Desde un punto de vista cuantitativo aproximado (Tabla 1), se observa que, aproximadamente, la mitad de las críticas analizadas (alrededor del 50%) corresponde al primer grupo, es decir, son críticas que perciben una intención misándrica. Un 25% de las críticas analizadas corresponde al segundo grupo, es decir, las críticas feministas que cuestionan el feminismo superficial del filme. Aproximadamente un 15% se ubicaría en la tercera categoría, con críticas feministas positivas y constructivas. Finalmente, un porcentaje menor, cercano al 10%, presenta posturas neutras o mixtas que equilibran la dimensión de género con otros elementos cinematográficos.

TABLA 1  
CATEGORIZACIÓN DE LAS CRÍTICAS DE USUARIOS EN FILMAFFINITY  
DESDE UNA PERSPECTIVA DE GÉNERO

Categoría	Cantidad	Porcentaje
Ataque o misandria	50	50%
Feministas críticas (feminismo superficial)	25	25%
Feministas positivas y constructivas	15	15%
Neutrales o mixtas (género y cinematográficas)	10	10%

Fuente: Elaboración propia.

Estos resultados indican un alto grado de polarización discursiva alrededor de *Barbie* y reflejan la sensibilidad contemporánea hacia representaciones mediáticas del género y la diversidad de interpretaciones del discurso feminista. El enfrentamiento observado nos

lleva a concluir que la película ha operado como un agente provocador que ha evidenciado las tensiones existentes en las percepciones culturales sobre el feminismo y las relaciones de género en contextos hispanos contemporáneos. Cabe destacar igualmente que las críticas con mayor visibilidad en Filmaffinity, aquellas con un mayor número de valoraciones positivas, no solo han atendido a valores puramente cinematográficos, sino que han tomado una postura muy comprometida con una interpretación ideológica concreta del filme.

### *Las críticas según su lugar de procedencia y su categoría discursiva*

En cuanto al lugar de origen de los usuarios responsables de las críticas, desde la muestra analizada, se debe partir del sesgo deliberado introducido en la selección: se han recogido únicamente aquellas reseñas de usuarios con ciudades de procedencia del ámbito hispano. Esta tercera parte de la investigación busca identificar posibles patrones territoriales en la recepción crítica del discurso de género.

El análisis geográfico evidencia una clara sobrerrepresentación de usuarios españoles, que conforman el 79% de la muestra. Destacan especialmente los usuarios procedentes de grandes núcleos urbanos, como Madrid, Barcelona, Sevilla y Málaga, que concentran el 51% de las críticas. Ello apunta a una centralización del discurso en contextos urbanos con mayor dinamismo cultural y mediático, pero también con mayor población. Asimismo, se identifican contribuciones desde diversas ciudades latinoamericanas, como Buenos Aires, Ciudad de México, Montevideo, Santiago de Chile, San José de Costa Rica o Bogotá, aunque en proporción claramente menor. Esta distribución puede explicarse por la mayor actividad de usuarios españoles en la plataforma Filmaffinity. La centralidad de los usuarios españoles condiciona la representación territorial de las opiniones y puede influir en los marcos discursivos predominantes, dada la especificidad del contexto sociopolítico y cultural de España en relación con los debates sobre feminismo, igualdad y representaciones de género.

Este predominio puede relacionarse con el contexto sociopolítico español reciente, donde los debates sobre el feminismo, lo que la ultraderecha denomina la “ideología de género”, o la polarización mediática en torno a políticas de igualdad han adquirido una gran intensidad.

Así, ciertas percepciones masculinas de agravio o rechazo al discurso feminista se expresan a través del lenguaje crítico empleado en estas reseñas.

En todo caso, no se ha detectado una pauta clara y sistemática que relacione directamente la ciudad de origen con la puntuación otorgada o con la pertenencia a una de las cuatro categorías discursivas identificadas (misandria, feminismo crítico, feminismo positivo, neutralidad). Sin embargo, pueden realizarse algunas observaciones puntuales. Así, por una parte, las críticas más duras y con puntuaciones extremadamente bajas (1-2) provienen en su mayoría de usuarios españoles, quienes articulan su descontento en términos de agravio percibido hacia el género masculino, dentro de la categoría discursiva de “misandria”.

Por otra parte, aunque las críticas procedentes de Latinoamérica (principalmente desde Buenos Aires, Ciudad de México, Montevideo, Santiago de Chile y Bogotá) son minoría en la muestra, tienden a ubicarse en categorías más matizadas o incluso en el bloque del “feminismo positivo y constructivo”. Algunas de estas críticas valoran positivamente la intención satírica de la película o su capacidad de generar debate. También se aprecian discursos más interpretativos, menos centrados en el agravio masculino y más interesados en el simbolismo, el guion o la crítica social.

No debe, por lo tanto, establecerse una correlación directa entre el lugar de procedencia y la categoría discursiva, dada la infrarrepresentación dentro de la muestra de los espacios latinoamericanos y la falta de homogeneidad en las tendencias discursivas. Finalmente, ha de recordarse que, aunque el género de los usuarios responsables de las críticas puede intuirse, no se ha introducido como variable demográfica en estas categorizaciones, ante la falta de datos certeros.

## DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

El presente estudio permite comprender cómo *Barbie* se ha convertido en un catalizador discursivo dentro del ecosistema digital hispano y extraer una serie de conclusiones sobre los estudios de género y recepción audiovisual.

En una plataforma como Filmaffinity, las críticas de los usuarios funcionan como expresiones ideológicas y culturales en torno al

género, más allá de constituir valoraciones estéticas. Estas intervenciones configuran un espacio simbólico donde se negocian significados, se consolidan identidades y se reactivan tensiones sociales preexistentes. Las prácticas discursivas digitales, en este marco, adoptan el carácter de formas activas de participación cultural que remiten a debates amplios sobre feminismo, masculinidades y representaciones de género.

En sintonía con Godoy de Almeida Leite et al. (2025), los hallazgos del presente estudio muestran que las valoraciones sobre *Barbie* no pueden desvincularse de los marcos ideológicos que median la recepción del discurso filmico. La crítica digital, como ya apuntaban Fragoso et al. (2011), representa un entorno privilegiado para analizar la construcción social de significados colectivos en torno a productos culturales de alcance masivo. Las críticas reunidas en esta muestra no conforman un discurso unificado; sin embargo, presentan una estructura polarizada que refleja con nitidez el estado actual de los debates de género en el contexto hispano.

Desde un punto de vista geográfico, se observa un claro predominio de usuarios españoles entre quienes firman las críticas más visibles, que reciben un mayor número de valoraciones positivas. Esta centralidad influye de manera significativa en el tono y el enfoque discursivo de buena parte de las reseñas. Kaplan (1995) destaca la importancia de examinar el proceso de recepción de obras dirigidas por mujeres como una vía para comprender la aceptación, resistencia o reformulación de los significados que dichas obras proponen. En el caso de *Barbie*, una proporción considerable de usuarios reacciona con rechazo ante un discurso que cuestiona las estructuras patriarcales y ciertos privilegios de género. Estas respuestas se traducen en discursos que desacreditan el mensaje feminista del filme o lo interpretan como ofensivo hacia los hombres. Frente a estas reacciones, se identifican también posturas que valoran el carácter crítico, irónico y provocador de la propuesta filmica.

La identificación y categorización de las posiciones discursivas en la muestra, en línea con el primer objetivo del estudio (O1), ha permitido construir un mapa interpretativo de las respuestas del público hispano. Las cuatro categorías emergentes –misandria, feminismo crítico, feminismo positivo y neutralidad– expresan diferencias en la valoración del filme y la existencia de horizontes ideológicos diferenciados que

operan como filtros de lectura frente a los contenidos audiovisuales. La prevalencia de discursos que interpretan la película como un agravio al género masculino, así como la presencia de otros más receptivos al enfoque satírico y crítico del filme, revelan una clara fractura en la forma en que se procesan los relatos feministas desde el ámbito de la crítica aficionada.

Por su parte, el segundo objetivo (O2) planteaba el análisis del lugar de origen y del contexto sociocultural de los usuarios como posible factor condicionante de las valoraciones emitidas. Aunque no se ha identificado una correlación sistemática entre procedencia geográfica y pertenencia a una categoría discursiva específica, sí pueden observarse ciertas regularidades. Las críticas procedentes de España, mayoritarias en la muestra, tienden a ocupar posiciones más polarizadas, con una fuerte presencia de discursos reactivos. Por el contrario, algunas críticas latinoamericanas, aunque minoritarias, se sitúan en posturas más interpretativas o matizadas. En todo caso, no cabe inferir una relación determinista o uniforme a partir del contexto de producción de la crítica.

En conjunto, este trabajo aporta una visión compleja sobre las formas contemporáneas de recepción crítica de productos culturales marcados por discursos de género. Como estudio de caso, los resultados evidencian un alto grado de polarización discursiva en torno a *Barbie*, derivado principalmente de su tratamiento explícito de temáticas relacionadas con el género y el feminismo. La controversia observada refleja una sensibilidad contemporánea especialmente acentuada respecto a las representaciones mediáticas de género, que indica cómo las obras culturales con discursos explícitamente feministas pueden funcionar como catalizadores para debates intensos sobre igualdad, estereotipos y relaciones de poder entre géneros.

Este enfrentamiento también puede interpretarse como reflejo del contexto sociocultural hispano actual, caracterizado por tensiones persistentes en torno al feminismo y los discursos sobre género y pone de manifiesto las dificultades y complejidades inherentes a la negociación colectiva de significados relacionados con la igualdad y la representación mediática.

Además de describir la controversia en torno a *Barbie*, los resultados permiten extraer implicaciones teóricas y metodológicas de inte-

rés para el estudio de la recepción. En el plano teórico, las categorías propuestas contribuyen al estudio de la recepción de cine con discurso feminista al desagregar empíricamente posiciones que a menudo se reducen a un esquema binario (a favor / en contra). Esta tipología muestra que la controversia responde a horizontes interpretativos y marcos de lectura divergentes ante un mismo texto, lo que refuerza la comprensión de la recepción como negociación situada de significados en obras realizadas por mujeres (Kaplan, 1995) y en entornos digitales de crítica aficionada (Fragoso et al., 2011).

En segundo término, los resultados muestran que plataformas como Filmaffinity operan como espacios de producción simbólica donde se expresan, se disputan y se reformulan imaginarios sociales sobre feminismo, masculinidades y jerarquías de género. Por último, desde una perspectiva metodológica, la combinación de una fase cuantitativa descriptiva con un ACD aplicado a un corpus de reseñas permite vincular el patrón de valoración observado con los mecanismos discursivos que lo configuran, sin forzar inferencias causales.

Las principales limitaciones del trabajo derivan de las propias de un estudio de caso, así como los sesgos utilizados para delimitar la muestra. Por ello, se plantean como futuras líneas de investigación abordar otras películas contextualizadas en la cuarta ola del feminismo desde este enfoque, así como valorar la inclusión de diferentes metodologías, como el cuestionario a la audiencia, para fortalecer los resultados aquí alcanzados.

### **Referencias bibliográficas**

- Aguilar-Barriga, N. (2020). Una aproximación teórica a las olas del feminismo: la cuarta ola. *FEMERIS: Revista Multidisciplinar de Estudios de Género*, 5(2), 121-146. <https://doi.org/10.20318/femeris.2020.5387>
- Barrios-Rodríguez, S., González-de-Garay, B., & Marcos-Ramos, M. (2021). Representación de género en las series españolas de plataformas de streaming. *Cuestiones de Género: de la Igualdad y la diferencia*, (16), 298-322. <https://doi.org/10.18002/cg.v0i16.6304>
- Biswas, A. (2004). La tercera ola feminista: cuando la diversidad, las particularidades y las diferencias son lo que cuenta. *Tiempo Cariá-*

- tide*, 65-70. <https://www.uam.mx/difusion/revista/sep2004/biswas.pdf>
- Bobaru, N. (2024). Reimagining Barbie: A feminist analysis of iconography and consumerism in the age of gender reevaluation. *Gender Studies*, 23(1), 5-25. <https://doi.org/10.2478/genst-2024-0005>
- Bustos Díaz, J., Perelló Sobreperé, M., & Martín-Vicario, L. (2024). Barbie en Redes Sociales. El éxito de una campaña más allá del cine y la taquilla. *Visual Review*, 16(1), 267-276. <https://dx.doi.org/10.62161/revvisual.v16.5210>
- Cares Geoffroy, M. J. (2022). La función social del análisis crítico del discurso. *UCMaule*, (63), 116-129. <https://doi.org/10.29035/ucmaule.63.116>
- Chico, F. (2024, 23 de enero). Polémica en los Premios Oscar 2024: ningunean a “Barbie” y le dejan sin dos nominaciones que todos daban por seguras. *Fotogramas*. <https://www.fotogramas.es/premios-oscar-cine/a46502380/premios-oscar-2024-nominaciones-barbie-margot-robbie-greta-gerwig/>
- Colorado Colmán, C. C. (2024). Cultural and Social Representations in a Paraguayan Series. *Enletawa Journal*, 17(2), 13-24. <https://doi.org/10.19053/uptc.2011835X.18698>
- Del Campo Cañizares, E., & Cifuentes Albeza, R. (2024). Caimán y Filmaffinity: Un estudio comparativo entre la crítica cinematográfica profesional y la cinefilia digital. *European Public & Social Innovation Review*, (9), 1-18. <https://doi.org/10.31637/epsir-2024-1123>
- Fernández Mencías, J. (2023, 3 de septiembre). ‘Barbie’ arrasa y se convierte en la película más taquillera de 2023. *Fotogramas*. <https://www.fotogramas.es/noticias-cine/a44982960/barbie-pelicula-mas-taquillera-2023/>
- Filmaffinity. (2025). *Barbie* [Críticas]. <https://bit.ly/4cCtr55>
- Fragoso, S., Recuero, R., & Amaral, A. (2011). *Métodos de pesquisa para internet*. Sulina.
- Garrido, R., & Zapsi, A. (2021). Arquetipos, Me Too, Time’s Up y la representación de mujeres diversas en TV. *Comunicar*, XXIX(68), 21-33. <https://doi.org/10.3916/C68-2021-02>
- Garrido Ortolá, A. (2022). Reivindicaciones feministas de la cuarta ola: la transnacionalización de la protesta. *Asparkia. Investigación Feminista*, (40), 191-216. <https://doi.org/10.6035/asparkia.6184>

- Garrido-Rodríguez, C. (2021). Repensando las olas del feminismo. Una aproximación teórica a la metáfora de las olas. *Investigaciones Feministas*, 12(2), 483-492. <https://doi.org/10.5209/infe.68654>
- Gavilán, D., Martínez-Navarro, G., & Fernández-Lores, S. (2018). Influencia social en las comunidades de cine: Filmaffinity como caso de estudio. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 24(1), 551-565. <https://doi.org/10.5209/ESMP.59966>
- Godoy de Almeida Leite, H., Fernandes da Silva Mandaji, C., & Hartmann Alves, V. (2025). Female in focus: interactions with Greta Gerwig's films on Letterboxd. *Razón y Palabra*, 29(122), 86-100. <https://doi.org/10.26807/tp.v29i122.2206>
- Higueras-Ruiz, M. J., Martín-Martín, P., & Pérez-Rufí, J. P. (2025). Representación de género y valores feministas en la serie de televisión *La Maravillosa Sra. Maisel*. *ASRI. Arte y Sociedad. Revista de Investigación en Artes y Humanidad Digitales*, (27), e6831. <https://doi.org/10.33732/ASRI.6831>
- Kaplan, E. A. (1995). *A mulher e o cinema: os dois lados da câmera*. Rocco.
- Marcos-Ramos, M., & Mateos-Pérez, J. (2025). La Representación Femenina en el Western Televisivo Contemporáneo: Los ejemplos de *Godless* (Netflix, 2017) y *The English* (BBC, 2022). *VISUAL REVIEW. Revista Internacional de Cultura Visual*, 17(1), 37-50. <https://doi.org/10.62161/revvisual.v17.5359>
- Martínez Cano, S., Meléndez Táboas, A., & Alonso-Martín-Romo, L. (2024). Análisis de la narrativa “rosa” de creadoras y artistas de ficción audiovisual: Barbie y Super FreakyGirl. *Historia y Comunicación Social*, 29(2), 475-487. <https://doi.org/10.5209/hics.95190>
- Martínez Romagosa, M., & Flax, R. (2020). Desalienar el ACD: Una revisión de la noción de ideología para devolver la crítica marxista al análisis crítico del discurso. *Pensamiento al Margen*, (12), 54-66. <https://pensamientoalmargen.com/2020/05/07/no12-4/>
- Máthé, N. (2024). “I’m not pretty anymore:” Femininity and beauty in the *Barbie* movie. *Gender Studies*, 23(1), 81-92. <https://doi.org/10.2478/genst-2024-0006>
- Mulvey, L. (1975). Visual Pleasure and Narrative Cinema. *Screen*, 16(3), 6-18. <https://doi.org/10.1093/screen/16.3.6>

- Pardo Abril, N. G. (2013). *Cómo hacer análisis crítico del discurso: Una perspectiva latinoamericana* (2ª ed.). Universidad Nacional de Colombia. <https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/20012>
- Peña Ochoa, M. (2019). El análisis crítico de discurso en textos de políticas públicas: Lineamientos para una praxis investigativa. *La Trama de la Comunicación*, 23(1), 31-46. <https://latrama.unr.edu.ar/index.php/trama/article/view/678>
- Pérez Gómez, A., & Sanabria Rojas, Q. A. (2024). La película Barbie: Análisis desde la perspectiva del femvertising y las pedagogías decoloniales. *Cuadernos CIMEAC*, 14(2), 143-167. <https://doi.org/10.18554/cimeac.v14i2.7850>
- Posada-Kubissa, L. (2020). Las mujeres y el sujeto político feminista en la cuarta ola. *IgualdadES*, (2), 11-28. <https://doi.org/10.18042/cepc/IgdES.2.01>
- Semrush. (2025). *Domain Overview: filmaffinity.com*. <https://bit.ly/42qhWdP>
- Tinat, K. (2024). La película Barbie: Avalancha de clichés, feminismo washing y reverso a los esencialismos. Entrevista colectiva a estudiantes de la maestría de Estudios de Género. *Revista interdisciplinaria de estudios de género de El Colegio de México*, 10, 1-14. <https://estudiosdegenero.colmex.mx/index.php/eg/article/view/1180>
- Torres-Romay, E., & Izquierdo-Castillo, J. (2022). La representación de la mujer en la ficción española. Propuesta de clasificación de roles y estereotipos desde la perspectiva de género. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, (57), 102-122. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2022.i57.06>
- van Dijk, T. A. (1993). Principles of Critical Discourse Analysis. *Discourse & Society*, 4(2), 249-283. <https://doi.org/10.1177/0957926593004002006>
- Zacipa-Indante, I., & Tur-Viñes, V. (2025). Barbie (2023): el icono cultural que redefine el empoderamiento femenino. *Revista de Comunicación*, 24(1), 539-557. <https://doi.org/10.26441/RC24.1-2025-3752>
- Zheng, S. (2024). Women's Identity Construction and Identity from the Perspective of Gender Theory: Examination of Gender Discourse

based on the Film Barbie. *Transactions on Social Science, Education and Humanities Research*, 7, 225-230. <https://doi.org/10.62051/wytfaa38>

## SEMBLANZAS CURRICULARES

*María-José Higuera-Ruiz*

Universidad de Málaga, España

mhiguer@gmail.com

Graduada en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Granada, donde también se doctoró en Ciencias Sociales con mención internacional (2020), Premio Extraordinario de la Escuela de Doctorado y Primer Premio a Tesis de Comunicación de la ATIC. Profesora titular en la Universidad de Málaga y miembro del grupo de investigación “Observatorio de los Contenidos Audiovisuales” de la Universidad de Salamanca. Sus líneas de investigación versan sobre la producción de los medios, la representación social en la ficción televisiva y las dinámicas de autoría en el audiovisual.

*Penélope Noelia Martín-Martín*

Universidad de Málaga, España

penelopemart@uma.es

Profesora ayudante doctora, es docente e investigadora en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga. Doctora en Comunicación con mención internacional. Como profesional se ha desarrollado en el campo de la producción audiovisual publicitaria, como jefa de producción de audiovisuales de spots, videoclips, photoshooting a nivel nacional e internacional. Su docencia se ha realizado fundamentalmente en grados y posgrados, como también en secundaria. Sus líneas de investigación se centran en la producción de audiovisuales, así como en los nuevos formatos y las nuevas tecnologías.

*José Patricio Pérez-Rufi*

Universidad de Málaga, España

patricioperez@uma.es

Profesor titular del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad de Málaga. Es doctor en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Sevilla, licenciado en Comunicación Audiovisual y licenciado en Periodismo por la Universidad de Sevilla. Imparte las asignaturas Estructura del Mercado Audiovisual y Diseño Gráfico en el Grado de Comunicación. Ha sido profesor invitado en la Universidad de Puerto Rico. Forma parte como docente del Programa de Doctorado Interuniversitario en Comunicación de las Universidades de Sevilla, Málaga, Huelva y Cádiz. Es miembro del equipo de investigación “COMMUNICAV Procesos de creación, producción y postproducción audiovisual y multimedia” (SEJ585) desde 2016 hasta la actualidad.