

¿Quién puede hablar sobre inteligencia artificial? Género, poder y discurso mediático *

Quem pode falar sobre inteligência artificial? Género, poder e discurso mediático

Who Can Speak about Artificial Intelligence? Gender, Power, and Media Discourse

Maider Eizmendi-Iraola  y Simón Peña-Fernández  **

En los últimos años, el interés mediático por la inteligencia artificial (IA) ha crecido de forma exponencial, impulsando debates sobre sus aplicaciones, beneficios y riesgos. En este contexto, las fuentes expertas desempeñan un papel clave en la construcción del discurso informativo. Este artículo examina la cobertura mediática de la IA desde una perspectiva de género, con especial atención a las fuentes utilizadas. Para ello, se analizan las piezas periodísticas publicadas durante los primeros seis meses de 2025 en las ediciones digitales de *El País* y *El Mundo* que incluyen en su titular los términos “Inteligencia Artificial” o “IA”, identificando un total de 529 fuentes personales. Los resultados evidencian una notable asimetría de género en la selección de fuentes, pues las mujeres representan el 26,84% del total. Asimismo, se observa una clara segregación horizontal en función de la temática y del rol asignado. Esta infrarrepresentación femenina puede influir tanto en la manera en que se abordan cuestiones clave como en la construcción del imaginario sobre qué actores poseen legitimidad para intervenir en el debate público. En este sentido, la incorporación de voces diversas no solo responde a un principio de equidad, sino que también resulta fundamental para enriquecer la calidad y pluralidad del debate en torno a la IA.

183

Palabras clave: inteligencia artificial; medios; fuentes; género; España

* Recepción del artículo: 27/03/2026. Entrega del dictamen: 19/05/2026. Recepción del artículo final: 30/05/2026.

** *Maider Eizmendi-Iraola*: Universidad del País Vasco (UPV/EHU), Departamento de Periodismo. Correo electrónico: maider.eizmendi@ehu.eus. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5894-8238>. *Simón Peña-Fernández*: Universidad del País Vasco (UPV/EHU), Departamento de Periodismo. Correo electrónico: simonpena@ehu.eus. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2080-3241>. Este artículo forma parte de la producción científica del proyecto “Impacto de la inteligencia artificial y los algoritmos en los cibermedios, los profesionales y las audiencias”, financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación (PID2022-138391OB-I00). También forma parte de la producción científica del grupo de investigación consolidado del Gobierno Vasco Gureiker (IT1496-22).

Nos últimos anos, o interesse dos media pela inteligência artificial (IA) tem crescido exponencialmente, alimentando debates sobre as suas aplicações, benefícios e riscos. Neste contexto, as fontes especializadas desempenham um papel fundamental na construção da narrativa jornalística. Este artigo examina a cobertura mediática da IA numa perspetiva de género, com especial atenção às fontes utilizadas. Para tal, analisa artigos publicados durante o primeiro semestre de 2025 nas edições digitais do *El País* e do *El Mundo* que incluem os termos "Inteligência Artificial" ou "IA" nos seus títulos, identificando um total de 529 fontes pessoais. Os resultados revelam um desequilíbrio significativo entre géneros na seleção das fontes: as mulheres representam, em média, 26,84% do total. Além disso, observa-se uma clara segregação horizontal com base no tema e na função atribuída. Esta sub-representação feminina pode influenciar tanto a forma como as questões-chave são abordadas como a construção de percepções sobre quais os actores que têm legitimidade para participar no debate público. Neste sentido, a incorporação de várias vozes não só responde a um princípio de equidade, como é fundamental para enriquecer a qualidade e a pluralidade do debate em torno da IA.

Palavras-chave: inteligência artificial; media; fontes; género; Espanha

In recent years, media interest in artificial intelligence (AI) has grown exponentially, fueling debates about its applications, benefits, and risks. In this context, expert sources play a key role in shaping the news narrative. This article examines media coverage of AI from a gender perspective, paying particular attention to the sources used. To this end, it analyzes news articles published during the first six months of 2025 in the digital editions of El País and El Mundo that include the terms "Artificial Intelligence" or "AI" in their headlines, identifying a total of 529 personal sources. The results reveal a significant gender imbalance in source selection: women represent, on average, 26.84% of the total. Furthermore, a clear horizontal segregation is observed based on the topic and the assigned role. This underrepresentation of women can influence both how key issues are addressed and the construction of perceptions about which actors have the legitimacy to participate in the public debate. In this sense, the incorporation of diverse voices not only responds to a principle of equity, but is also fundamental to enriching the quality and plurality of the debate surrounding IA.

Keywords: artificial intelligence; media; sources; gender; Spain

Introducción

En los últimos años, la inteligencia artificial (IA) ha adquirido una centralidad creciente en el debate público debido a su rápida expansión en ámbitos como la economía, la política, la educación o la comunicación. Más allá de aplicaciones concretas, la IA concentra expectativas de transformación social y temores asociados a sus posibles riesgos, lo que ha intensificado su visibilidad mediática. En este contexto, el papel de los medios de comunicación como mediadores entre el conocimiento experto y la ciudadanía es fundamental, en particular en el caso de una tecnología emergente caracterizada por una elevada complejidad técnica y un alto grado de incertidumbre (Brossard, 2013; Schäfer, 2017). La cobertura periodística no solo difunde información sobre la IA, sino que contribuye a definir su significado social (Brennen *et al.*, 2018; Chuan *et al.*, 2019; Brantner & Saurwein, 2021) e influye en la percepción del riesgo tecnológico o en la necesidad de marcos regulatorios (Ouchchy *et al.*, 2020).

Sin embargo, la calidad del debate público sobre la IA no depende únicamente de los temas abordados, sino también de las voces que participan en su construcción y del grado de pluralidad que representan. La selección de fuentes en el periodismo otorga visibilidad y construye jerarquías simbólicas (Novo-Arbona *et al.*, 2021), y una distribución desigual de la autoridad discursiva puede influir tanto en la representación pública de la tecnología como en la atribución de legitimidad para intervenir en la definición de su futuro.

A partir de este planteamiento, el presente artículo analiza la cobertura mediática de la IA en los medios digitales de referencia españoles. Se presta especial atención al uso de las fuentes informativas desde una perspectiva de género, partiendo de la hipótesis de que una distribución desigual de la autoridad discursiva contribuye a reproducir dinámicas de exclusión simbólica en el debate público sobre la innovación tecnológica y su impacto social.

185

1. Marco teórico

1.1. Medios de comunicación y construcción social de la tecnología

El creciente interés por la IA se ha traducido en una mayor presencia de esta tecnología en la agenda informativa. Desde finales de la década de 2010, y especialmente tras la popularización de los sistemas de IA generativa, los medios de comunicación le han prestado una atención cada vez mayor y se han diversificado los enfoques desde los que se aborda su impacto en la sociedad (Fletcher *et al.*, 2020; Brennen *et al.*, 2022; Martín-Martín *et al.*, 2025; Valderrama *et al.*, 2025). Diversos estudios han señalado que, tras una etapa inicial dominada por visiones especulativas, la cobertura ha tendido a centrarse en aplicaciones concretas y desarrollos tecnológicos y, más recientemente, en implicaciones éticas y regulatorias (Gurr & Metag, 2023; Sanguinetti, 2025).

Desde la perspectiva de la comunicación de la ciencia, los medios de comunicación no actúan como transmisores neutrales de información, sino como actores que

contribuyen a la construcción social del significado de las tecnologías (Schäfer, 2017; Tajahuerce-Ángel & Franco, 2019) e influyen en la formulación de políticas y en las inversiones económicas (Brause *et al.*, 2023). Así, el análisis de la cobertura mediática de tecnologías emergentes se ha intensificado en los últimos años, con especial atención a la IA, debido a la incertidumbre que generan sus potenciales riesgos y beneficios (Gurr & Metag, 2023).

La literatura que ha analizado la cobertura mediática a partir de los encuadres narrativos ha identificado la coexistencia de discursos tecnoutópicos, que enfatizan las oportunidades y los beneficios de la IA (Brause *et al.*, 2023), y enfoques críticos centrados en sus riesgos (Fast & Horvitz, 2017; Nguyen & Hekman, 2022). No obstante, esta diversidad de marcos interpretativos no implica una representación equilibrada, pues diversos estudios señalan que las implicaciones sociales, éticas y culturales reciben menor atención en comparación con los aspectos tecnológicos y económicos (Jobin *et al.*, 2019; Brantner & Saurwein, 2021; Zeng *et al.*, 2022). También han sido objeto de análisis el rigor informativo y la calidad del tratamiento periodístico de las informaciones sobre la IA, que han resaltado la simplificación de conceptos técnicos y la dependencia de fuentes institucionales y corporativas (Brennen *et al.*, 2022)

Los estudios en distintos contextos nacionales, como Reino Unido (Brennen *et al.*, 2022), Estados Unidos (Chuan *et al.*, 2019), Dinamarca (Hansen, 2022), Australia (Lupton, 2021) o España (Martín-Martín *et al.*, 2025), también han evidenciado patrones comunes en estas informaciones, como el predominio de enfoques tecnocéntricos y la centralidad de actores empresariales y tecnológicos. Esta visión se refuerza con las investigaciones comparativas, que apuntan a que la cobertura de la IA tiende a globalizar ciertos marcos interpretativos, especialmente aquellos vinculados a la innovación, la competencia económica y la automatización del trabajo (Cave *et al.*, 2019; Gurr & Metag, 2023).

A pesar del creciente interés académico por la cobertura mediática de la IA, los estudios centrados en las fuentes informativas siguen siendo escasos y ocupan un lugar secundario. La investigación existente ha mostrado una fuerte dependencia de los medios de comunicación de los actores vinculados a la industria tecnológica (Brennen *et al.*, 2018), lo que contribuye a consolidar una imagen de la IA dominada por intereses económicos y empresariales (Brause *et al.*, 2023). En el caso español, se ha identificado un predominio de fuentes políticas, económicas, empresariales y científicas (Díaz Monsalvo & López Vidales, 2025), aunque con una creciente presencia de voces expertas y profesionales (Martín-Martín *et al.*, 2025). Sin embargo, el análisis del género de las fuentes ha recibido una atención limitada, lo que evidencia un vacío relevante en la literatura. Esta limitación adquiere especial relevancia en el contexto actual, marcado por la expansión de la IA generativa

1.2. Género y fuentes personales

La investigación sobre género y medios ha documentado de manera consistente la infrarrepresentación de las mujeres en las noticias, tanto en términos de visibilidad como de autoridad discursiva (Byerly, 2011; Ross & Carter, 2011; De Vuyst & Raeymaeckers,

2019). Así, informes longitudinales como el Global Media Monitoring Project (GMMP, 2025) muestran que las mujeres solo representan aproximadamente una cuarta parte de las personas que aparecen en las informaciones, con avances muy limitados en las últimas décadas.

Esta desigualdad no se limita a la presencia cuantitativa de las mujeres, sino que también afecta los roles que ocupan en el discurso informativo. Mientras que los hombres aparecen con mayor frecuencia como expertos, analistas o portavoces institucionales, las mujeres tienden a ocupar roles secundarios u ofrecer testimonios personales. (Armstrong, 2013). Esta distribución contribuye a reforzar estereotipos de género y limita la visibilidad de las mujeres como productoras de conocimiento (Eizmendi-Iraola & Peña-Fernández, 2023), favoreciendo la reproducción de desigualdades simbólicas en el discurso público (Tuchman, 1978). La persistencia de esta brecha responde a una combinación de factores estructurales y profesionales. Por un lado, las desigualdades existentes en sectores como la ciencia y la tecnología limitan la presencia de mujeres en posiciones de visibilidad pública (UNESCO, 2021; European Commission, 2021). Por otro lado, las rutinas periodísticas agravan esta brecha por la dependencia de fuentes y redes de contacto previamente establecidas, frecuentemente masculinizadas. Por último, en el caso de las mujeres expertas, factores como la menor disponibilidad de tiempo o el temor a la exposición pública también limitan su participación.

La intersección entre la IA y el género constituye un campo emergente de investigación, debido a la persistencia de sesgos en los datos y algoritmos que reproducen desigualdades estructurales (Birhane *et al.*, 2022). Este desequilibrio se añade al percibido en la cobertura mediática de otros ámbitos tecnológicos (West *et al.*, 2019; Crawford, 2021; Qiu, 2024), donde el lenguaje utilizado por los medios tiende a ser marcadamente masculino, lo que ahonda en la asociación simbólica entre innovación y masculinidad (Franco & Tajahuerce, 2022). Esta escasa presencia de mujeres expertas puede influir en la forma en que se abordan cuestiones clave como la ética algorítmica, los sesgos tecnológicos o el impacto social de la IA, aspectos fundamentales para su desarrollo responsable (Crawford, 2021).

187

La diversidad de fuentes constituye un elemento esencial para garantizar la calidad del periodismo y la pluralidad del debate público, especialmente en el caso de una tecnología con amplias implicaciones sociales. Una cobertura basada en un conjunto limitado de fuentes puede generar una visión parcial de la realidad, privilegiando determinadas perspectivas sobre el desarrollo tecnológico y su impacto. En este contexto, la IA no solo constituye un objeto tecnológico, sino también un espacio de disputa simbólica sobre el conocimiento experto, la innovación y el poder social. En consecuencia, estudiar la representación de las mujeres expertas como fuentes informativas no solo permite identificar desigualdades de género, sino también analizar cómo se distribuye la autoridad discursiva en torno a una tecnología estratégica y qué voces participan —o quedan excluidas— de su definición pública. A partir de este planteamiento, el presente estudio examina las características de la cobertura mediática de la IA en los principales medios digitales españoles desde una perspectiva de género y pluralidad informativa y se plantean las siguientes preguntas de investigación:

- PI1. ¿Cuáles son las características de las informaciones sobre la IA en los medios de comunicación españoles?
- PI2. ¿Cómo varía la presencia de hombres y mujeres como fuentes expertas en la cobertura mediática de la IA?
- PI3. ¿Qué diferencias de género existen en la autoridad discursiva de las fuentes?
- PI4. ¿Qué relación existe entre el género y las temáticas en las informaciones sobre IA?
- PI5. ¿Existen diferencias de género en los encuadres narrativos de la cobertura mediática de la IA?

2. Metodología

Para responder a estas preguntas, se ha empleado el análisis de contenido, una técnica ampliamente utilizada en estudios de comunicación para examinar los mensajes mediáticos que permite la descripción del contenido manifiesto de la comunicación (Berelson, 1952). Este método, además, resulta especialmente adecuado para identificar patrones o sesgos en la representación mediática (Krippendorff, 2018; Neuendorf, 2017), lo que lo convierte en una herramienta idónea para estudiar las fuentes informativas desde una perspectiva de género. El análisis de contenido también ha sido empleado como herramienta en el estudio de la cobertura de la inteligencia artificial (Brause *et al.*, 2013).

188

El análisis se ha centrado en los contenidos publicados en las ediciones digitales de los diarios españoles *El País* y *El Mundo*. La selección de estos medios responde a su relevancia en el ecosistema mediático español, tanto por su elevada difusión como por su número de suscriptores, lo que los convierte en referentes informativos a nivel estatal. El periodo de estudio abarca un periodo de seis meses, de enero a junio de 2025, un intervalo temporal que permite observar la cobertura de la inteligencia artificial en un contexto reciente marcado por el auge de esta tecnología en el debate público.

Para caracterizar la cobertura se ha elaborado un sistema de variables y categorías basado en investigaciones previas (Fast & Horvitz, 2017; Cave *et al.*, 2019; Gurr & Metag, 2023). Las variables analizadas incluyen tanto las características generales de las piezas informativas (medio, fecha, temática, enfoque, autor, etc.) como las variables específicas relacionadas con las fuentes empleadas (género, perfil profesional, rol participativo, etc.).

En cuanto a las categorías, los enfoques narrativos han sido codificados a partir del encuadre predominante en cada información. Se han considerado “Contenidos tecnoutópicos” aquellos que presentaban la IA como motor de progreso, innovación o crecimiento económico. La categoría “Amenazas y riesgos” ha agrupado textos centrados en impactos negativos potenciales. El enfoque geopolítico incluyó informaciones que abordaban la IA en términos de competencia internacional o poder estratégico entre Estados. Por su parte, los “Contenidos pedagógicos” o cotidianos se definieron como aquellos orientados a explicar el funcionamiento práctico de la IA o sus

aplicaciones en la vida diaria. Finalmente, la categoría “Ambivalente” recogió piezas que combinaban valoraciones positivas y negativas sin predominio claro de ninguna de ellas.

La procedencia de las fuentes personales se ha clasificado en función de su principal ámbito de pertenencia institucional o profesional. La categoría profesional incluyó directivos de empresas tecnológicas, consultores o perfiles vinculados al sector privado; la categoría académica ha agrupado investigadores, docentes universitarios y especialistas científicos, mientras que la categoría gubernamental incluyó representantes institucionales y responsables políticos. En cuanto al tipo de participación, se han diferenciado entre fuentes expertas, los testimonios y la reproducción de declaraciones.

Estas variables y categorías se han recogido en una ficha de análisis que ha permitido sistematizar la recogida de información y realizar un análisis comparado de los datos. Con el fin de garantizar la fiabilidad y la consistencia del proceso de codificación se aplicó el coeficiente de Holsti a una submuestra de 30 piezas periodísticas codificadas por dos investigadores. Se obtuvo un valor de 0,87, lo que indica un nivel elevado de concordancia. Finalmente, los datos obtenidos fueron procesados mediante el uso de hojas de cálculo (Excel) y el *software* estadístico SPSS. Se aplicaron técnicas de análisis descriptivo y tablas cruzadas, lo que permitió examinar la distribución y relación entre variables, especialmente en lo relativo al género de las fuentes expertas, los testimonios y la reproducción de declaraciones.

La localización de las piezas informativas se llevó a cabo a través de la base de datos MyNews, mediante la búsqueda de las palabras clave “Inteligencia Artificial” e “IA”, estableciendo un nivel de confianza del 70%. Con estos criterios, el universo de contenidos sobre la IA en estos dos diarios ascendió a 896. Posteriormente, se realizó una depuración de los resultados para seleccionar únicamente aquellas piezas en las que dichos términos aparecían en el titular, con el fin de asegurar la centralidad temática del objeto de estudio. Así, la muestra final quedó compuesta por un total de 311 piezas periodísticas.

189

3. Resultados

3.1. Características de la cobertura mediática de la IA

Para contextualizar el análisis de las fuentes informativas, resulta necesario previamente examinar los contenidos que integran la muestra final (N = 311), dado que estos conforman el marco editorial en el que se seleccionan y jerarquizan las fuentes expertas.

En primer lugar, la distribución por secciones muestra que casi una de cada tres informaciones sobre la IA (31,94%) aborda el ámbito tecnológico. A cierta distancia se sitúan las secciones de economía (14,84%) y sociedad (9,03%). En contraste, las implicaciones de la IA en cuestiones como la salud (6,77%) o la educación (5,16%) ocupan un lugar secundario en la agenda de los medios analizados. Por su parte, un total de 50 textos se ha clasificado en la categoría “Otros”, lo que se explica principalmente

por la cobertura del tema en suplementos y ediciones internacionales, especialmente en *El País*. En conjunto, estos datos sugieren una construcción mediática de la IA fuertemente asociada a la innovación tecnológica y a su impacto económico, una aproximación eminentemente industrial, en detrimento de otras dimensiones sociales.

Por su parte, el análisis de los enfoques narrativos muestra la coexistencia de narrativas polarizadas sobre la IA, con una limitada presencia de las aplicaciones prácticas para la ciudadanía. Así, hay un equilibrio entre la visión tecnoutópica de la IA (34,19%) y la centrada en sus amenazas y riesgos asociados (29,68%). A cierta distancia se sitúan los contenidos que abordan la IA en términos de geopolítica (14,19%) y aquellos que adoptan un enfoque ambivalente (13,23%). Por su parte, las aproximaciones pedagógicas a esta tecnología, orientadas a explicar a la ciudadanía qué es la IA, cómo se utiliza o cómo afecta a la vida cotidiana, representan tan solo el 5,48% del total analizado.

Por último, el análisis de la autoría de las informaciones revela una muy marcada brecha de género. Las noticias firmadas por hombres (58,52%) prácticamente cuadruplican a las firmadas por mujeres (15,11%). El resto de los contenidos corresponde a textos firmados con el nombre genérico del medio (12,86%), por agencias (5,47%) o publicados sin firma (1,9%). Asimismo, el 5,79% de los textos se ha incluido en la categoría “Otros”, bien por presentar firmas múltiples compuestas por hombres y mujeres, bien por haber sido publicados únicamente con iniciales, lo que impide determinar el género de sus autores. En el caso de los hombres, además, los firmantes de las informaciones se repiten con mayor frecuencia, lo que sugiere una mayor especialización masculina en la cobertura de las informaciones del ámbito tecnológico, lo que a su vez repercute en una cobertura masculinizada de la información sobre la IA.

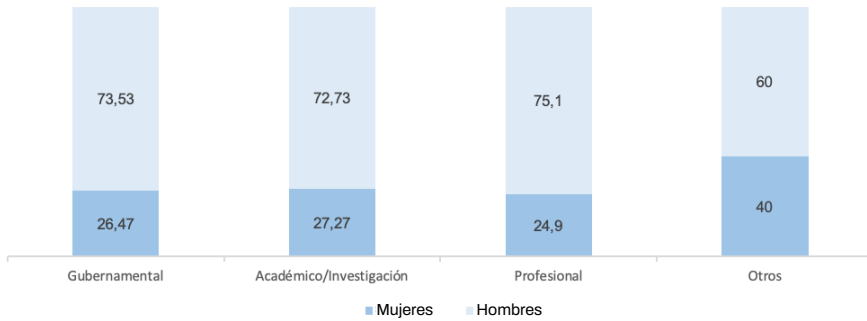
3.2. Asimetrías de género en la selección de fuentes expertas

El análisis de los textos sobre la IA pone de manifiesto una notable asimetría de género en la selección de fuentes. Del total de fuentes personales identificadas (N=529), la presencia de hombres prácticamente triplica a la de las mujeres, con 387 hombres (73,16%), frente a 142 mujeres (26,84%). Esta disparidad es prácticamente idéntica en los dos diarios analizados (27,6% de mujeres como fuentes expertas en *El País*, y 25,52% en *El Mundo*).

En cuanto a la procedencia de las fuentes, prácticamente la mitad de ellas se sitúa en el ámbito profesional (49,34%), seguido del académico o investigador (31,19%) y del gubernamental (12,85%). El 6,62% restante se agrupa en la categoría “Otros”, que incluye perfiles muy variados.

Al desagregar los datos por género, se observa que la sobrerrepresentación masculina se reproduce de forma relativamente homogénea en las distintas categorías de procedencia (**Figura 1**). Las únicas variaciones apreciables se registran en la categoría “Otros”, donde se incluyen perfiles menos vinculados al conocimiento experto, y en menor medida en el ámbito profesional, donde el porcentaje de mujeres es casi dos puntos inferior a la media.

Figura 1. Presencia de hombres y mujeres como fuentes personales, según perfil profesional (en %)



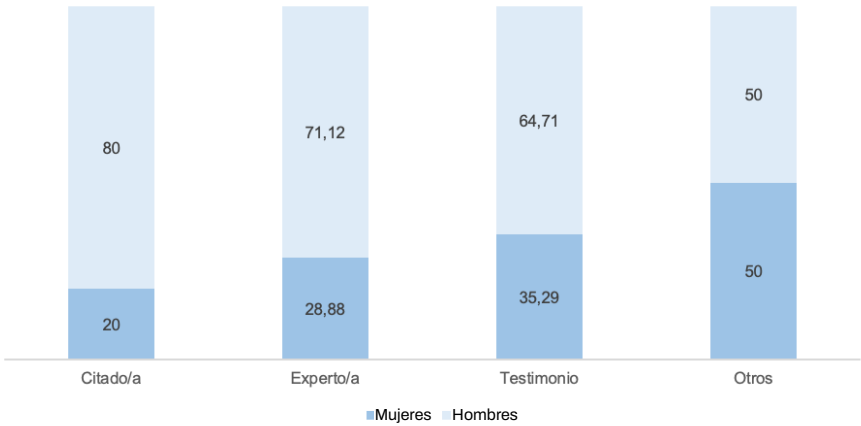
Fuente: elaboración propia.

3.3. Desigual autoridad discursiva

El análisis del tipo de participación de las fuentes muestra que las desigualdades de género en la cobertura mediática de la IA no se explican únicamente por la asignación de diferentes roles discursivos a hombres y mujeres, sino por la menor presencia global de mujeres. Aunque proporcionalmente la presencia femenina como fuente experta es incluso ligeramente superior que la masculina, los hombres continúan monopolizando la autoridad discursiva debido a su mayor presencia total en las informaciones.

En términos generales, los hombres constituyen siete de cada diez fuentes expertas (**Figura 2**), un porcentaje que asciende a ocho de cada diez en el caso de la citación de declaraciones. Por el contrario, la presencia de las mujeres es proporcionalmente mayor en el caso de los testimonios no expertos y en la categoría “Otros”. Estos datos indican una presencia cualitativamente mayor de los hombres como figuras de autoridad, ya sea como expertos o como líderes de opinión, mientras que la presencia de las mujeres es solo proporcionalmente mayor en ámbitos como la aportación de experiencias personales o conocimiento no experto.

Figura 2. Hombres y mujeres en roles de participación y autoridad (en %)

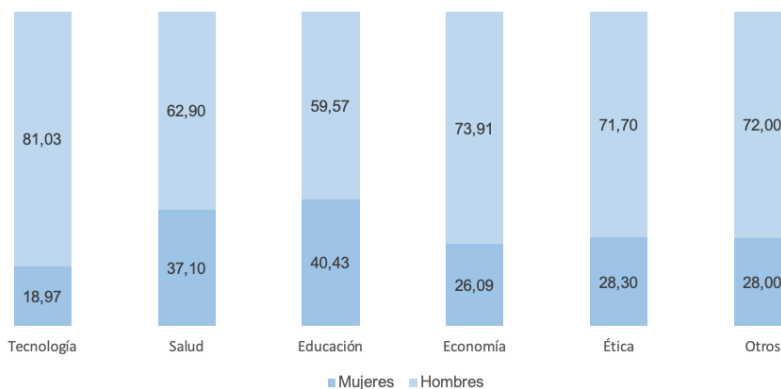


Fuente: elaboración propia.

3.4. Distribución temática de fuentes según el género

El análisis de la relación entre el género de las fuentes y la temática de la información pone de manifiesto que la brecha en la presencia de las mujeres como expertas es desigual. La presencia femenina disminuye de forma notable en los contenidos de carácter estrictamente tecnológico, donde las mujeres representan únicamente el 18,91% de las fuentes, ocho puntos por debajo de su presencia en el conjunto de la muestra (**Figura 3**). En contraste, su presencia aumenta notablemente en áreas vinculadas a las dimensiones sociales de la IA, como la salud (37,1%) o la educación (40,43%), donde su presencia supera claramente el promedio general. En ámbitos como la economía o la ética, el equilibrio entre los géneros se mantiene.

También en el caso de las áreas temáticas, la cobertura mediática sobre la IA realizada por *El País* y *El Mundo* tiende a reforzar la división simbólica que asocia el conocimiento tecnológico a las voces masculinas, y el impacto social o las aplicaciones prácticas de la tecnología en mayor proporción a las voces femeninas.

Figura 3. Presencia de hombres y mujeres por áreas temáticas (en %)

Fuente: elaboración propia.

3.5. Género y encuadres narrativos

El análisis comparado de la participación de hombres y mujeres según los encuadres narrativos muestra que las fuentes femeninas tienden a reforzar en mayor medida los relatos centrados en los riesgos sociales de la IA y los enfoques de carácter pedagógico o cotidiano, mientras que su presencia relativa se reduce en el caso de los discursos vinculados al liderazgo tecnológico o geopolítico.

193

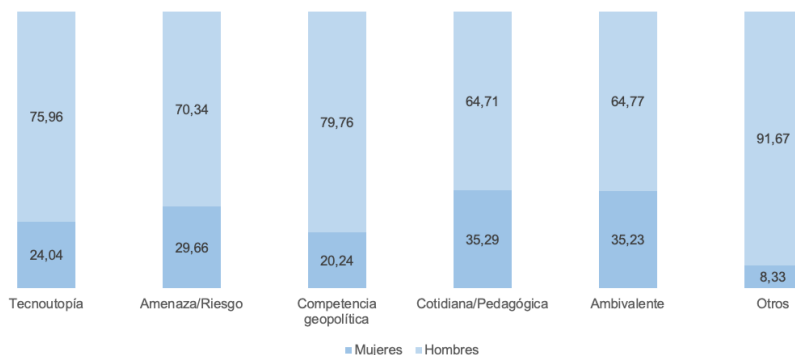
Mientras que las mujeres representan el 26,84% de las fuentes totales, su participación en el encuadre de amenazas y riesgos de la IA asciende hasta el 29,6%, casi tres puntos porcentuales (**Figura 4**). Una tendencia similar, aunque más limitada por el menor volumen de casos, se observa en el enfoque cotidiano o pedagógico, donde la participación femenina alcanza el 35,3%. Estos datos sugieren una mayor asociación de las mujeres al impacto social de la tecnología y sus aplicaciones prácticas.

Por el contrario, la presencia femenina disminuye de forma notable en los encuadres asociados a la competencia geopolítica, es decir, el entendimiento de la IA como una herramienta que puede alterar la balanza de poder entre las potencias mundiales. En este caso, las mujeres representan el 20,2% de las fuentes, seis puntos por debajo de la media total. En el caso del encuadre tecnoutópico, sin embargo, no hay grandes diferencias entre géneros. También en este apartado las fuentes masculinas se asocian en mayor medida a temáticas de poder e influencia.

El desequilibrio entre hombres y mujeres se traslada también a los géneros periodísticos de los textos. Así, en las entrevistas, donde se da voz protagonista a figuras del ámbito de la IA, las mujeres representan tres de cada diez de los casos. De las 23 personas entrevistadas que componen la muestra, solo siete fueron mujeres (tres académicas, tres profesionales y una representante gubernamental),

En los artículos de opinión, esta pauta se vuelve a repetir. Los hombres firman el 53,66% de estos textos en el periodo analizado, frente al 29,27% de las mujeres. El resto corresponde a editoriales y artículos firmados de manera colectiva.

Figura 4. Presencia de hombres y mujeres por enfoques narrativos (en %)



Fuente: elaboración propia.

4. Discusión

El presente estudio confirma que la cobertura mediática de la IA en la prensa española reproduce dinámicas estructurales de desigualdad de género ampliamente documentadas en la investigación sobre comunicación y periodismo.

En primer lugar, los resultados permiten identificar las características de esta cobertura (PI1), marcada por una fuerte concentración temática en el ámbito tecnológico, la predominancia de encuadres tecnoutópicos, pero también de amenazas, y una notable masculinización en la autoría de las informaciones.

En segundo lugar, los resultados muestran una clara infrarrepresentación de las mujeres como fuentes expertas (26,84%), una cifra que se sitúa en línea con los datos del Global Media Monitoring Project (GMMP, 2025), donde las mujeres representan aproximadamente el 29% de las personas que aparecen o son citadas en las noticias en el contexto español (PI2). Esta convergencia sugiere que la cobertura mediática de la IA no constituye una excepción dentro del ecosistema mediático, sino que reproduce patrones estructurales persistentes en la representación de género (Byerly, 2011; Ross & Carter, 2011). Sin embargo, el estudio aporta un matiz relevante al constatar que esta desigualdad se intensifica en los contenidos de carácter estrictamente tecnológico. Este dato resulta especialmente significativo, ya que apunta a que las rutinas periodísticas no solo reflejan las desigualdades existentes en el sector tecnológico, sino que pueden amplificarlas (UNESCO, 2021).

Esta amplificación puede interpretarse a la luz de la literatura sobre rutinas productivas en el periodismo, que ha señalado la tendencia a recurrir a fuentes habituales y

redes de contacto previamente establecidas, frecuentemente masculinizadas (Reich, 2011). En el ámbito de la IA, donde la autoridad experta está fuertemente asociada a perfiles técnicos y a actores del sector industrial, estas dinámicas pueden contribuir a reforzar la sobrerrepresentación masculina en el discurso mediático. Asimismo, la centralidad de fuentes corporativas y tecnológicas identificada en estudios previos (Brennen *et al.*, 2020; Brause *et al.*, 2023) puede favorecer la visibilidad de actores pertenecientes a entornos profesionales donde las mujeres continúan estando infra-representadas.

Así, tal y como señalan Carlson (2017) y Shoemaker y Vos (2009), la selección de fuentes constituye uno de los mecanismos centrales a través de los cuales los medios de comunicación construyen autoridad discursiva y legitiman determinadas voces como portadoras de conocimiento experto. En este sentido, la menor presencia de mujeres entre las fuentes informativas no solo influye en la diversidad de perspectivas presentes en las noticias, sino que también contribuye a configurar jerarquías simbólicas del conocimiento en el espacio público, tal y como plantea Tuchman (1978) con el concepto de aniquilación simbólica.

En tercer lugar, las informaciones analizadas muestran que las desigualdades de género no se limitan a la presencia cuantitativa de las fuentes, sino que se extienden también a las características de su participación (PI3). Aunque más de la mitad de las fuentes analizadas intervienen en calidad de expertas (52,36%), el análisis desagregado muestra diferencias significativas en función del género. Los hombres dominan las intervenciones asociadas al conocimiento técnico y especializado, mientras que las mujeres aparecen con mayor frecuencia en roles de testimonio no experto o experienciales. Este patrón coincide con investigaciones previas que han documentado la asignación diferencial de roles discursivos en función del género (Armstrong, 2013; Byerly & Ross, 2006).

195

Desde una perspectiva teórica, esta distribución puede interpretarse como una manifestación de las jerarquías simbólicas presentes en la atribución de autoridad en el discurso mediático. Como señala Tuchman (1978), la invisibilización o marginalización de determinados grupos no se produce únicamente a través de su ausencia, sino también mediante su representación en roles secundarios o deslegitimados. En este sentido, la mayor presencia de mujeres en testimonios no expertos puede contribuir a reforzar estereotipos de género que asocian a las mujeres con la experiencia personal o lo emocional, mientras que los hombres quedan vinculados al conocimiento experto y la racionalidad. En el caso de la IA, además, esta jerarquización adquiere un interés adicional al vincularse con el desarrollo de tecnologías emergentes con innegable impacto social.

Estas dinámicas adquieren una relevancia particular en el contexto de la IA, una tecnología caracterizada por su elevada complejidad técnica y por la necesidad de mediación experta para su comprensión pública (Brossard, 2013; Schäfer, 2017). En este escenario, la distribución desigual de la autoridad discursiva no solo afecta a la representación de género, sino que también influye en la calidad del debate público. Si las mujeres aparecen con menor frecuencia como expertas en IA, su capacidad para intervenir en la definición de los significados sociales de esta tecnología se ve limitada, lo que puede tener implicaciones en ámbitos como la ética algorítmica, los sesgos tecnológicos o la regulación de la IA (Jobin *et al.*, 2019; Crawford, 2021).

Además, los resultados muestran que estas desigualdades se extienden al ámbito de la producción periodística. La menor presencia de mujeres como autoras de las piezas analizadas evidencia la existencia de una brecha de género en la elaboración de contenidos informativos sobre la IA. Este hallazgo resulta coherente con investigaciones que han señalado la persistencia de desigualdades de género en las redacciones, especialmente en áreas vinculadas a la tecnología y la economía. Asimismo, el hecho de que las periodistas tiendan a incluir un mayor porcentaje de fuentes femeninas sugiere que la diversidad en las estructuras profesionales puede influir directamente en la pluralidad de voces representadas en los medios.

En cuarto lugar, el análisis pone de manifiesto una clara concentración temática en torno a los ámbitos tecnológico y económico, lo que se alinea con investigaciones previas sobre la cobertura mediática de la IA (Zeng *et al.*, 2022; Brantner & Saurwein, 2021) (PI4). Esta centralidad de los enfoques tecnocéntricos y económicos ha sido ampliamente documentada en la literatura, que señala una menor atención a las dimensiones sociales, éticas o culturales de la tecnología (Jobin *et al.*, 2019). Sin embargo, el presente estudio muestra que esta distribución temática no es neutra desde una perspectiva de género. Los resultados indican que la presencia femenina disminuye significativamente en los contenidos de carácter estrictamente tecnológico, mientras que aumenta en áreas como la salud o la educación. Este patrón reproduce dinámicas de segregación horizontal ampliamente documentadas en el ámbito científico y tecnológico (European Commission, 2021), donde las mujeres tienden a concentrarse en disciplinas relacionadas con el cuidado, el bienestar o el impacto social, mientras que los campos vinculados al desarrollo técnico o la innovación permanecen masculinizados.

196

En el contexto mediático, esta distribución temática puede contribuir a consolidar una división simbólica del conocimiento, en la que las mujeres quedan asociadas a las dimensiones sociales o aplicadas de la tecnología, mientras que los hombres monopolizan los espacios de producción técnica y desarrollo innovador. Además, el hecho de que la presencia femenina aumente en temáticas menos prioritarias dentro de la agenda mediática refuerza su menor visibilidad en el debate público sobre la IA. En este sentido, la cobertura mediática no solo refleja la segregación existente en el ámbito profesional, sino que contribuye activamente a reproducirla y legitimarla.

Finalmente, los resultados evidencian que los enfoques narrativos predominantes en la cobertura mediática de la IA se sitúan entre la visión tecnoutópica y las narrativas centradas en los riesgos y amenazas, lo que coincide con investigaciones previas sobre *framing* en este ámbito (Fast & Horvitz, 2017; Cave *et al.*, 2019; Wang *et al.*, 2023) (PI5). Esta polarización entre discursos optimistas y críticos ha sido señalada como una característica recurrente en la representación mediática de tecnologías emergentes, donde la incertidumbre favorece la coexistencia de narrativas contrapuestas. No obstante, el análisis desde una perspectiva de género muestra que la participación de las fuentes no es homogénea en estos enfoques. Las mujeres aparecen con mayor frecuencia en artículos que enfatizan las implicaciones sociales o los riesgos de la IA, así como en enfoques pedagógicos o cotidianos, mientras que su presencia disminuye en narrativas relacionadas con la competencia geopolítica o el poder tecnológico. Este patrón sugiere que la distribución de la autoridad discursiva no solo se produce en términos de roles, sino también en relación con los marcos interpretativos desde los cuales se construye el discurso mediático.

Desde la perspectiva del *framing*, esta distribución resulta especialmente relevante, ya que los medios desempeñan un papel clave en la construcción de los marcos que orientan la percepción pública de la IA (Cave *et al.*, 2019; Gurr & Metag, 2023). En este sentido, la menor presencia de mujeres en determinados enfoques puede limitar su participación en la definición de los imaginarios dominantes sobre el futuro tecnológico, especialmente en aquellos vinculados al poder, la innovación o la competencia global.

Estos resultados pueden interpretarse a la luz del concepto de imaginarios socio-técnicos desarrollado por Sheila Jasanoff (2015), que hace referencia a las visiones colectivas sobre la relación entre tecnología y sociedad que orientan tanto las expectativas públicas como las decisiones políticas y económicas. Tal y como señalan estudios recientes (Brause *et al.*, 2023), los medios de comunicación desempeñan un papel fundamental en la construcción de estos imaginarios a través de la selección de fuentes y la configuración de narrativas. En este contexto, la predominancia de voces masculinas en posiciones de experticia sugiere que los imaginarios sociotécnicos asociados a la IA se construyen mayoritariamente desde perspectivas masculinas. Esta situación puede limitar la diversidad de enfoques presentes en el debate público y contribuir a reforzar la asociación simbólica entre tecnología y masculinidad, tal y como han señalado diversos estudios sobre género y tecnología (West *et al.*, 2019; Crawford, 2021). Asimismo, la menor presencia de mujeres en determinados marcos narrativos puede restringir su capacidad para influir en la definición de los futuros tecnológicos socialmente deseables.

Por consiguiente, los resultados del estudio ponen de manifiesto que la selección de fuentes expertas en la cobertura mediática de la IA constituye un proceso profundamente atravesado por desigualdades de género que afectan tanto a la visibilidad como a la autoridad discursiva. Desde la perspectiva del *gatekeeping*, estas dinámicas reflejan la influencia de estructuras sociales más amplias en las rutinas periodísticas, lo que plantea la necesidad de abordar estas desigualdades no solo desde el ámbito mediático, sino también desde una perspectiva estructural. En este sentido, promover una mayor diversidad en la selección de fuentes expertas no solo constituye una cuestión de equidad, sino también una condición necesaria para mejorar la calidad del periodismo y enriquecer el debate público sobre la IA. La incorporación de voces diversas permitiría ampliar los marcos interpretativos desde los cuales se analiza esta tecnología, incorporando perspectivas que reflejen mejor la complejidad de sus implicaciones sociales, éticas y políticas. Asimismo, podría contribuir a cuestionar los estereotipos de género que siguen presentes en la representación mediática de la innovación tecnológica, favoreciendo una construcción más inclusiva y plural del futuro digital.

197

Conclusiones

El presente estudio contribuye al campo de la comunicación y tecnología al aportar evidencia empírica sobre el papel de las fuentes informativas en la reproducción de desigualdades de género en la cobertura mediática de la IA. Más allá de confirmar la infrarrepresentación femenina, los resultados muestran que el periodismo no solo refleja las desigualdades estructurales del sector tecnológico, sino que puede amplificarlas, especialmente en los contenidos de carácter estrictamente técnico. Asimismo, el análisis

sis indica que estas desigualdades no se limitan a la presencia cuantitativa de las fuentes, sino que afectan también la distribución de la autoridad discursiva y la legitimación pública del conocimiento experto sobre la IA.

El estudio profundiza en la comprensión del vínculo entre género y tecnología, pues la mayor presencia de mujeres en enfoques centrados en las implicaciones sociales o los riesgos, frente a su menor participación en narrativas asociadas al desarrollo técnico o al poder geopolítico, refuerza su exclusión de los espacios en los que las innovaciones diseñan el futuro.

Esta dinámica se complementa con una clara segregación de las mujeres en la agenda mediática. Mientras que la presencia femenina se reduce notablemente en contenidos de carácter tecnológico o económico, su protagonismo aumenta en ámbitos como la educación o la salud, lo que evidencia la persistencia de estereotipos de género que asocian a las mujeres con el cuidado y lo social, y a los hombres con el conocimiento técnico y el poder. De forma paralela, el estudio confirma la existencia de diferencias en los roles de participación discursiva, lo que limita su visibilidad como productoras de conocimiento y condiciona su autoridad en los debates sobre el futuro de una tecnología emergente y transformadora. A ello se suma la persistencia de una brecha de género en la autoría de los textos periodísticos, lo que refuerza la configuración de la cobertura de la IA como un espacio mayoritariamente masculino.

198

A pesar de estos hallazgos, este trabajo presenta una serie de limitaciones. En primer lugar, el análisis se centra exclusivamente en dos cabeceras de prensa de referencia dentro del contexto mediático español. Aunque estas publicaciones desempeñan un papel relevante en la agenda informativa y en la construcción del debate público, la inclusión de otros medios como prensa regional, medios digitales nativos o publicaciones especializadas en tecnología podría ofrecer una visión más amplia de las dinámicas de selección de fuentes en la cobertura mediática de la IA.

Además, el estudio se basa en un análisis de contenido centrado en la identificación y clasificación de fuentes, lo que permite detectar patrones de representación y distribución de roles discursivos, pero no profundiza en los procesos editoriales que explican estas decisiones. Investigaciones futuras podrían complementar este enfoque mediante metodologías cualitativas, como entrevistas con periodistas o análisis de rutinas profesionales, para explicar con mayor precisión los factores que influyen en la selección de fuentes expertas en el periodismo tecnológico.

Por último, futuras investigaciones podrían explorar con mayor profundidad la relación entre representación mediática y percepción pública de la IA. En particular, sería relevante analizar en qué medida la diversidad en las fuentes expertas influye en la forma en que distintos grupos sociales interpretan los riesgos, los beneficios y las implicaciones éticas de esta tecnología.

Declaración de uso de IA

Este trabajo incorpora apoyo de la herramienta de inteligencia artificial ChatGPT para tareas de revisión lingüística. Todo el contenido final fue verificado y validado por el autor y la autora.

Bibliografía

Armstrong, Cory L. (2004). The influence of reporter gender on source selection in newspaper stories. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 81(1), 139-154. DOI: <https://doi.org/10.1177/107769900408100110>.

Berelson, Bernard (1952). *Content analysis in communications research*. Free Press.

Birhane, Abeba, Kalluri, Pratyusha, Card, Dallas, Agnew, William, Dotan, Ravit & Bao, Michelle (2022, junio). The values encoded in machine learning research. En *Proceedings of the 2022 ACM Conference on Fairness, Accountability, and Transparency* (173-184). DOI: <https://doi.org/10.1145/3531146.3533083>.

Brantner, Cornelia & Saurwein, Florian (2021). Covering technology risks and responsibility: Automation, artificial intelligence, robotics, and algorithms in the media. *International Journal of Communication*, 15, 5074-5098.

Brause, Saba R., Zeng, Jing, Schäfer, Mike S. & Katzenbach, Christian (2023). Media representations of artificial intelligence: Surveying the field. En Simon Lindgren (Ed.), *Handbook in critical studies of artificial intelligence* (277-288). Edward Elgar Publishing.

Brennen, J. Scott, Howard, Philip N. & Nielsen, Rasmus Kleis (2018). An industry-led debate: How UK media cover artificial intelligence. Reuters Institute for the Study of Journalism. Recuperado de: <https://www.oxfordmartin.ox.ac.uk/publications/an-industry-led-debate-how-uk-media-cover-artificial-intelligence>.

Brennen, J. Scott, Howard, Philip N. & Nielsen, Rasmus Kleis (2022). What to expect when you're expecting robots: Futures, expectations, and pseudo-artificial general intelligence in UK news. *Journalism*, 23(1), 22-38. DOI: <https://doi.org/10.1177/1464884920947535>.

Brossard, Dominique (2013). New media landscapes and the science information consumer. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 110(Suppl. 3), 14096-14101. DOI: <https://doi.org/10.1073/pnas.1212744110>.

Byerly, Carolyn (2011). *Global report on the status of women in the news media*. International Women's Media Foundation.

Byerly, Carolyn & Ross, Karen (2006). *Women and media: A critical introduction*. Blackwell Publishing.

Carlson, Matt (2017). *Journalistic authority: Legitimizing news in the digital era*. Columbia University Press.

Cave, Stephen, Coughlan, Kate & Dihal, Kanta (2019). "Scary robots": Examining public responses to AI. En *Proceedings of the 2019 AAAI/ACM Conference on AI, Ethics, and Society* (331-337). DOI: <https://doi.org/10.1145/3306618.3314232>.

Chuan, Ching-Hua, Tsai, Wan-Hsiu Sunny & Cho, Su Yeon (2019). Framing artificial intelligence in American newspapers. En *Proceedings of the 2019 AAAI/ACM Conference on AI, Ethics, and Society* (339-344). Association for Computing Machinery. DOI: <https://doi.org/10.1145/3306618.3314285>.

Crawford, Kate (2021). *Atlas of AI: Power, politics, and the planetary costs of artificial intelligence*. Yale: Yale University Press.

De Vuyst, Sarah & Raeymaeckers, Karin. (2019). Is journalism gender e-qual? A study of the gendered accumulation and evaluation of digital capital in journalism. *Digital Journalism*, 7(5), 554-570. DOI: <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1369357>.

Díaz Monsalvo, Miguel Ángel & López Vidales, Nereida. (2025). AI as news content on Spanish television channels: Analysis of its presence and impact on La 1, Antena 3 and Tele 5. *Revista Latina de Comunicación Social*, 83, 1-27. DOI: <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2025-2348>.

200

Eizmendi-Iraola, Maider & Peña-Fernández, Simón (2023). Gender stereotypes make women invisible: The presence of female scientists in the media. *Social Sciences*, 12(1), 30. DOI: <https://doi.org/10.3390/socsci12010030>.

European Commission (2021). *She figures 2021: Policy briefs*. Publications Office of the European Union. DOI: <https://data.europa.eu/doi/10.2777/06090>.

Fast, Ethan & Horvitz, Eric. (2017). Long-term trends in the public perception of artificial intelligence. *Proceedings of the AAAI Conference on Artificial Intelligence*, 31(1). DOI: <https://doi.org/10.1609/aaai.v31i1.10635>.

Fletcher, Richard, Schifferes, Steve & Thurman, Neil (2020). Building the 'Truthmeter': Training algorithms to help journalists assess the credibility of social media sources. *Convergence*, 26(1), 19-34. DOI: <https://doi.org/10.1177/135485651771495>.

Franco, Yanna G. & Tajahuerce-Ángel, Isabel (2022). Comunicar los avances en tecnología y robótica: Una cuestión de género. *Sociología y Tecnociencia*, 12(1), 73-92. DOI: <https://doi.org/10.24197/st.1.2022.73-92>.

Gurr, Gwendolin & Metag, Julia (2023). Content analysis in the research field of technology coverage. En Franziska Oehmer-Pedrazzi, Sabrina Heike Kessler, Edda Humprecht, Katharina Sommer & Laia Castro (Eds.), *Standardisierte Inhaltsanalyse in der Kommunikationswissenschaft-Standardized Content Analysis in Communication Research* (239-247). Springer.

Hansen, Simon Skov Foug (2022). Public AI imaginaries: How the debate on artificial intelligence was covered in Danish newspapers and magazines 1956–2021. *Nordicom Review*, 43(1), 56–78. DOI: <https://doi.org/10.2478/nor-2022-0004>.

Jasanoff, Sheila (2015). Future imperfect: Science, technology, and the imaginations of modernity. En Sheila Jasanoff & Sang-Hyun Kim (Eds.), *Dreamscapes of modernity: Sociotechnical imaginaries and the fabrication of power* (1–33). University of Chicago Press.

Jobin, Anna, Ienca, Marcello & Vayena, Effy (2019). The global landscape of AI ethics guidelines. *Nature Machine Intelligence*, 1(9), 389–399.

Krippendorff, Klaus (2018). *Content analysis: An introduction to its methodology*. SAGE Publications.

Lupton, Deborah (2021). ‘Flawed’, ‘cruel’ and ‘irresponsible’: The framing of automated decision-making technologies in the Australian press. *SSRN Electronic Journal*, 1–16. DOI: <https://doi.org/10.2139/ssrn.3828952>.

Martín-Martín, Francisco Marcos & Aguaded Gómez, Ignacio (2025). Exploring the intersection between AI technologies and media literacy in older adults: A systematic research review. *IJERI: International Journal of Educational Research and Innovation*, 24, 1–12. DOI: <https://doi.org/10.46661/ijeri.11320>.

Neuendorf, Kimberly A. (2017). *The content analysis guidebook*. SAGE Publications.

Nguyen, Dennis & Hekman, Erik (2022). A ‘new arms race’? Framing China and the U.S.A. in A.I. news reporting: A comparative analysis of the Washington Post and South China Morning Post. *Global Media and China*, 7(1), 58–77. DOI: <https://doi.org/10.1177/20594364221078626>.

Novo-Arbona, Ainhoa, Peña-Fernández, Simón, Eguskiza-Sesumaga, Leire, Jiménez-Martín, Ekaitz & Martínez-Odrizola, Lucia (2021). ¿Vecinas, policías o expertas? Las fuentes informativas en las noticias sobre feminicidios. *Quaderns de Filologia: Estudis Lingüístics*, 26, 193–211. DOI: <https://doi.org/10.7203/qf.0.21984>.

Ouchchy, Leila, Coin, Allen & Dubljevic, Veljko. (2020). AI in the headlines: The portrayal of the ethical issues of artificial intelligence in the media. *AI & Society*, 35(4), 927–936. DOI: <https://doi.org/10.1007/s00146-020-00965-5>.

Qiu, Kuanyong, Hackel, Timo & Bubenhofer, Noah (2024). Decoding AI discourse: Analyzing German and Chinese media (2018–2023) using machine learning methods. *SSRN Electronic Journal*, 1–13. DOI: <https://doi.org/10.2139/ssrn.4825371>.

Reich, Zvi (2011). Source credibility and journalism: Between visceral and discretionary judgment. *Journalism Practice*, 5(1), 51–67. DOI: <https://doi.org/10.1080/17512781003760519>.

Ross, Karen & Carter, Cynthia (2011). Women and news: A long and winding road. *Media, Culture & Society*, 33(8), 1148–1165. DOI: <https://doi.org/10.1177/0163443711418272>.

Sanguinetti, Pablo (2025). La cobertura sobre IA en los medios de comunicación: Una scoping review. *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 12(Especial). DOI: <https://doi.org/10.24137/raeic.12.e.3>.

Schäfer, Mike S. (2017). How changing media structures are affecting science news coverage. En Kathleen Hall Jamieson, Dan M. Kahan & Dietram A. Scheufele (Eds.), *The Oxford handbook on the science of science communication* (51-59). Oxford University Press. DOI: <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780190497620.013.5>.

Shoemaker, Pamela J. & Vos, Timothy (2009). *Gatekeeping theory*. Routledge.

Tajahuerce-Ángel, Isabel & Franco, Yanna G. (2019). Periódicos digitales españoles e información sobre robótica e inteligencia artificial: Una aproximación a imaginarios y realidades desde una perspectiva de género. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 48, 173-189. DOI: <https://doi.org/10.15198/seeci.2019.48.173-189>.

Tuchman, Gaye (1978). The symbolic annihilation of women by the mass media. En Gaye Tuchman, Arlene Kaplan Daniels, & James Benet (Eds.), *Hearth and home: Images of women in the mass media* (3-38). Oxford University Press.

202 UNESCO (2020). *Artificial intelligence and gender equality: Key findings of UNESCO's Global Dialogue*.

Valderrama Barragán, Matías, Tironi, Martín, Cotoras, Dusan, Correa, Teresa, Humeres, Mónica & López, Claudia (2025). From industry hype to emerging criticism: Analysing Chilean news media coverage of artificial intelligence. *Digital Journalism*, 1-23. DOI: <https://doi.org/10.1080/21670811.2025.2450624>.

WACC (2025). *Who makes the news? The Global Media Monitoring Project 2025*. World Association for Christian Communication.

Wang, Weili, Downey, John & Yang, Fan (2023). AI anxiety? Comparing the sociotechnical imaginaries of artificial intelligence in UK, Chinese and Indian newspapers. *Global Media and China*, 8(3), 1-19. DOI: <https://doi.org/10.1177/20594364231196547>.

West, Sarah Myers, Whittaker, Meredith & Crawford, Kate. (2019). *Discriminating systems: Gender, race and power in AI*. AI Now Institute.

Zeng, Jing, Chan, Chung-hong & Schäfer, Mike S. (2022). Contested Chinese dreams of AI? Public discourse about artificial intelligence on WeChat and People's Daily Online. *Information, Communication & Society*, 25(3), 319-340. DOI: <https://doi.org/10.1080/1369118X.2020.1776372>.