

Difusión arquitectónica con perspectiva de género en España (2000-25)



Natalia Ortiz Vázquez

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE MADRID



ESCUELA TÉCNICA SUPERIOR DE ARQUITECTURA



TRABAJO FIN DE GRADO

Natalia Ortiz Vázquez

*Difusión arquitectónica con perspectiva de género
en España (2000-25)*

DIFUSIÓN ARQUITECTÓNICA CON PERSPECTIVA DE GÉNERO
EN ESPAÑA (2000-25)

Estudiante

Natalia Ortiz Vázquez

Expediente 20301

Tutor

Héctor Navarro Martínez

Departamento de Composición Arquitectónica

Aula TFG 8

Héctor Navarro Martínez, *coordinador*

Enrique Moreno Pérez, *adjunto*

Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Madrid

Universidad Politécnica de Madrid

Índice

Resumen	5
1. Introducción	7
1.1 Motivación	7
1.2 Objetivos	8
2. Estado del arte	9
3. Metodología e instrumentos	11
Revisión bibliográfica y documental	11
Cartografía y análisis cuantitativo preliminar	11
Análisis cualitativo de iniciativas seleccionadas	11
Síntesis comparativa y discusión crítica	12
4. Nuevas miradas para una vieja historia: perspectiva de género, relecturas críticas y mapeo de iniciativas.....	13
4.1 La perspectiva de género como relectura histórica	13
4.2 Repensando las formas de comunicar	14
4.3 Pioneras y genealogías recientes	14
4.4 Mapeo general de iniciativas contemporáneas	14
4.5 Vacíos, preguntas y hacia dónde dirigir la mirada	15
5. Introducción a los casos de estudio	17
6. Análisis de los casos de estudio	19
6.1 Caso de estudio 1: NAM	19
6.2 Caso de estudio 2: Un Día Una Arquitecta	25
6.3 Caso de estudio 3: Musas de Vanguardia	29
6.4 Caso de estudio 4: Feminismo/s	33
6.5 Caso de estudio 5: Núria Moliner	37
6.5.1 Caso de estudio 5.1: Escala Humana	41
6.5.2 Caso de estudio 5.2: <i>Animals Architectes</i>	45
7. Análisis comparativo	49
7.1 Enfoques	49
7.2 Equipos	53
7.3 Contenidos	55
7.4 Financiación	57
7.5 Situación en redes, tiempos y audiencias	59
7.6 Identidad visual	65
8. Conclusiones	71
9. Bibliografía	75
10. Anexos	77

Gracias a la mujer que me dio la vida por apoyarme siempre en cada paso y ser la mujer más valiente que conozco, esto va por ti mamá.

A ti Héctor, por saber guiar y acompañar en un tema tan importante y por toda la confianza que has depositado en mí.

Gracias a Elia, Ana, Mara, Matilda y todas las grandes mujeres que me han acompañado en esta investigación haciendo el camino mucho más ameno y enriquecedor, y, sobre todo, por ser mis referentes.

Gracias a mis amigos, que han sido mis pilares durante todos estos años, celebrando cada logro como si fuese colectivo, y por supuesto, gracias a mi hermano.

Gracias especialmente a ti Álvaro, por tu apoyo incondicional y por ser la persona más buena que he conocido en mi vida, gracias por ser mi compañero de vida, este logro es tuyo.

Resumen

Este Trabajo Fin de Grado analiza la labor de la difusión arquitectónica con perspectiva de género en España en el primer cuarto del siglo XXI. Mediante la evaluación de las estrategias, medios y formatos pretende visibilizar el trabajo de las arquitectas y fomentar una comunicación más inclusiva en la disciplina. El estudio combina un análisis cuantitativo de métricas de audiencia, frecuencia de publicación, financiación y alcance en redes sociales, con un análisis cuantitativo basado en entrevistas y una revisión crítica de los contenidos.

Se seleccionan cinco casos de estudio que comprenden distintos formatos (aplicaciones, blogs, redes sociales, revistas científicas y programas de televisión), entre ellos: NAM (Navegando Arquitecturas de Mujer), Un Día | Una Arquitecta, Musas de Vanguardia, la revista Feminismo/s, la figura de Núria Moliner y los programas de televisión Escala Humana y *Animals Architectes*. Se realiza una comparación minuciosa en cuanto a objetivos, lenguaje, formatos y público, identificando patrones comunes y divergencias significativas.

La investigación demuestra que las iniciativas con mayor impacto combinan una identidad visual clara con una estrategia de comunicación adaptada al público objetivo y un constante compromiso con la creación de referentes. De esta manera se verifica que el uso de formatos audiovisuales breves permite una mayor difusión masiva e incluso una mayor conexión emocional, sin embargo, las iniciativas más académicas quedan limitadas a un público especializado muy concreto.

Este trabajo ayuda a reflexionar sobre el futuro de la comunicación arquitectónica con perspectiva de género, proponiendo claves para potenciar la transferencia de conocimiento en todas sus escalas, desde el ámbito académico hacia la sociedad mediante medios inclusivos y accesibles.

PALABRAS CLAVE

Perspectiva de género · Difusión arquitectónica · Mujeres arquitectas · Redes sociales · Comunicación · Medios digitales ·

1. Introducción

1.1 Motivación.

Durante siglos, la arquitectura ha sido una disciplina ejercida y narrada por hombres. Muchas mujeres arquitectas han quedado en el olvido, siendo silenciadas o invisibilizadas, incluso cuando han desarrollado obras independientes de gran valor. En demasiadas ocasiones, sus obras quedaron a la sombra de sus socios, o directamente fueron borradas de la historia.

En estos últimos años ha tenido lugar un proceso muy necesario y enriquecedor: la relectura crítica de la historia de la arquitectura desde múltiples perspectivas, una de ellas es la perspectiva de género. Se están desempolvando los cajones en los que estaban guardados todos los nombres de estas arquitectas olvidadas como Lina Bo Bardi, Eileen Gray o Charlotte Perriand. No se trata de buscar una diferencia esencial entre arquitectas y arquitectos, se trata de visibilizar sus aportaciones, lo que han sumado a la disciplina y, a su vez, cómo la arquitectura ha actuado de medio de emancipación y pensamiento para muchas de ellas.

Como señala Elia Gutiérrez Mozo:

No son discursos de la diferencia, sino de la aportación, de qué es lo que las mujeres hemos aportado a la disciplina, y probablemente cuánto la disciplina, en un momento crítico, nos ha aportado a nosotras, y podemos contribuir a su reflexión e incluso a su replanteamiento desde los cimientos.¹

Este trabajo nace de un interés personal por recopilar y dar a conocer las obras de arquitectas invisibilizadas en todo el mundo, utilizando las redes sociales como plataforma de difusión; con un claro objetivo, ampliar el repertorio de referentes actuales, especialmente en el entorno académico, donde su ausencia sigue siendo llamativa.

1. Elia Gutiérrez Mozo, Mesa redonda *Pioneras al servicio de la ciudadanía by NAM*. ETSAM, Madrid.

1.2. Objetivos.

Esta investigación tiene como objetivo general analizar las iniciativas de comunicación que han difundido contenido sobre arquitectura desde una perspectiva de género, con el fin de comprender sus estrategias, enfoques y alcances en la transformación del discurso arquitectónico contemporáneo.

A partir de este objetivo general, se plantean los siguientes objetivos específicos:

- Identificar y seleccionar iniciativas relevantes, ya sean institucionales, independientes o personales, que utilicen distintos medios de difusión para comunicar arquitectura desde una perspectiva de género.

- Estudiar los formatos, lenguaje y canales empleados por estas iniciativas, así como su público objetivo y formas de interacción con la audiencia.

- Analizar los contenidos y enfoques temáticos que desarrollan, prestando especial atención a la manera de abordar cuestiones como la visibilización de arquitectas, la crítica a los estereotipos de género, la conciliación o las diferentes maneras de desarrollar la práctica profesional.

- Evaluar el impacto y la capacidad evolutiva de estas propuestas dentro del ámbito disciplinar, tanto en el contexto académico como en el profesional o divulgativo.

- Detectar patrones comunes, fortalezas e incluso limitaciones en estas estrategias de comunicación, que permitan reflexionar sobre el papel de la divulgación cultural en la construcción de nuevos imaginarios arquitectónicos más inclusivos.

- Plantear recomendaciones o líneas de trabajo futuras para seguir fortaleciendo la incorporación de la perspectiva de género en la comunicación arquitectónica.

2. Estado del arte

A partir de la década de 1970, en el contexto de la segunda ola feminista², se empiezan a criticar disciplinas que estaban históricamente dominadas por hombres; no es hasta los años 90 que empiezan a aparecer estudios sobre la invisibilidad de las mujeres arquitectas.

En la Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Madrid ha ido aumentando el número de Trabajos Fin de Grado que se dedican a investigar en estos términos, actualmente se han escrito 24 trabajos. Más de la mitad hablan sobre el género y el urbanismo (54%), mientras que el 38% investiga sobre el género y la vivienda. Sin embargo, tan solo el 8% habla sobre aspectos diferentes como la terminología de género y los análisis de obras realizadas por arquitectas.

Tras realizar un análisis, se detectan seis categorías en las que agrupar los diferentes trabajos con sus correspondientes líneas de investigación:

- Género y urbanismo, sobre el diseño de la ciudad con perspectiva de género, así como las necesidades cotidianas de la mujer o las ciudades conciliadoras.
- Género y vivienda contemporánea, prestando especial atención a la cocina, espacio al cual ha sido relegada tradicionalmente la mujer.
- Género y transporte, realizando análisis de movilidad urbana.
- Género y oficios, trabajadoras olvidadas, memorias y espacio urbano.
- Género y fotografía, dossier de fotografías de mujeres arquitectas.
- Género y arquitectura, se ha hablado en innumerables ocasiones, sobre las arquitectas del siglo XX, las arquitectas del movimiento moderno o sus obras.

Pese al interés creciente, no existen investigaciones académicas en esta universidad centradas específicamente en la relación entre el género y la comunicación en arquitectura. Esto revela un vacío significativo, especialmente en un momento donde los medios de comunicación y las redes sociales están jugando un papel clave en la transformación del espacio arquitectónico.

Para comprender la difusión arquitectónica hay que remontarse al contexto de los medios de difusión tradicionales, ya que estos ayudaron a construir un nuevo panorama cultural entorno a la arquitectura. De esta manera, mediante la revista, se instauró la crítica como mirada funcional para

2. Movimiento que surgió entre los años 60 y 80 para defender la igualdad de derechos de las mujeres, incluyendo en esta segunda ola la equidad laboral.

ahondar en problemas culturales relacionados con la arquitectura. (Pérez Moreno, 2013). En estos últimos veinte años se ha estudiado la relación entre la obra y su imagen, ya que está estrechamente relacionado el éxito de esta con la difusión llevada a cabo a través de los medios. (Rodríguez Pedret, 2012).

Se han llevado a cabo investigaciones sobre estrategias de difusión que han difundido la arquitectura, pero no en clave de género. Esto ha instaurado el patrón de comunicación masiva generado por las redes sociales. (Carrasco Hormigos, 2020).

Destaca un artículo académico sobre la comunicación de las iniciativas de arquitectura con perspectiva de género:

Ruiz-Morote y Pérez-Moreno (2024), «Espacio virtual y activismo feminista. Cuentas en español para visibilizar mujeres arquitectas en Instagram y Twitter».

Esta investigación analiza 21 iniciativas en Instagram y Twitter de habla hispana, con el objetivo de analizar sus contextos, enfoques y estrategia de comunicación. Combinan tanto proyectos académicos como cuentas activistas para la realización del análisis; en este se desarrollan una serie de marcadores que dictarán las conclusiones, tales como: el contexto geográfico, la financiación, el marco temporal, el enfoque de su divulgación, o incluso la identidad visual. Sin embargo, este estudio queda acotado a dos redes sociales, Instagram y Twitter, haciendo latente la ausencia de otras formas de comunicación tales como podcasts, programas de televisión o exposiciones.

Cada vez se realizan más estudios para analizar el empleo de los medios en la difusión de la obra, incluso se han elaborado numerosas investigaciones sobre la arquitectura y el género. (Muxí, 2020). Sin embargo, son pocas las investigaciones que se centran en combinar estos dos aspectos, siendo un tema clave la intersección de ambos para comprender el contexto actual.

Ante la necesidad de rellenar estos vacíos, se propone realizar una investigación de las iniciativas más relevantes de los principales medios de difusión. El estudio propuesto permitirá no solo documentar las iniciativas existentes, sino también reflexionar de forma crítica sobre sus estrategias, lenguajes, públicos e impacto.

3. Metodología e instrumentos

Este trabajo adopta una metodología mixta, combinando enfoques cualitativos y cuantitativos para ofrecer un análisis riguroso y completo sobre cómo se comunican los contenidos sobre arquitectura desde una perspectiva de género. Se estructura en cuatro fases principales:

1. Revisión bibliográfica y documental.

Se inicia con una revisión crítica de la bibliografía existente relacionada con:

- La incorporación de la perspectiva de género en arquitectura.
- El papel de la comunicación en la transformación del discurso arquitectónico.
- Experiencias feministas en la mediación cultural y la difusión del conocimiento.

Esta revisión permite establecer el marco teórico y detectar vacíos en la producción académica, como la ausencia de estudios centrados en la relación entre género y comunicación en arquitectura.

2. Cartografía y análisis cuantitativo preliminar.

Se llevará a cabo una cartografía inicial de iniciativas que comunican la arquitectura desde una perspectiva de género, a través de distintos formatos y canales:

- Redes Sociales (Instagram, X, YouTube).
- Podcast y canales de vídeo.
- Plataformas editoriales y revistas digitales.
- Exposiciones y publicaciones impresas

A partir de esta cartografía se realizará un análisis cuantitativo descriptivo, que permitirá: clasificar las iniciativas según su formato, canal, idioma, año de aparición, regularidad y ámbito geográfico; establecer una tipología básica que ordene el universo de estudio; seleccionar una muestra significativa para el análisis cualitativo posterior.

3. Análisis cualitativo de iniciativas seleccionadas:

A partir de la muestra definida, se realizará un análisis cualitativo en profundidad. Para cada iniciativa se empleará una ficha analítica estructurada, basada en las siguientes dimensiones:

- Formato y canal de comunicación.
- Tipo de contenidos difundidos (biográficos, críticos y testimoniales).
- Tono, estilo y lenguaje.

Estrategias visuales, narrativas o gráficas.

Público objetivo e interacción.

Posicionamiento político o ideológico.

Grado de sistematicidad y continuidad.

Impacto en cuanto al número de seguidores, alcance, menciones y colaboraciones.

Se utilizarán herramientas de análisis del discurso y análisis visual cuando sea pertinente, con el fin de identificar patrones, singularidades y niveles de profundidad en la perspectiva de género aplicada.

4. Síntesis comparativa y discusión crítica.

Con base en los datos recopilados, se elaborará una síntesis crítica comparada, orientada a:

Detectar estrategias comunes y enfoques divergentes.

Evaluar el papel de estas iniciativas como agentes de transformación del discurso arquitectónico.

Identificar buenas prácticas comunicativas que integran de manera sólida la perspectiva de género.

Proponer orientaciones para futuras acciones de comunicación con enfoque inclusivo y crítico dentro del campo arquitectónico.

4. Nuevas miradas para una vieja historia: perspectiva de género, relecturas críticas y mapeo de iniciativas

La historia de la arquitectura ha sido tradicionalmente contada desde una perspectiva androcéntrica, quedando relegadas las voces femeninas a un segundo plano. Durante décadas el discurso arquitectónico ha marginado a las mujeres arquitectas, ya sea excluyéndolas del relato, reduciendo su papel a colaboradoras o anulando su autoría en proyectos compartidos.

Con esta omisión no solo se ha empobrecido la historia de la arquitectura, sino que ha generado una falta generalizada de referentes para las nuevas generaciones.

Sin embargo, en los últimos años se está produciendo una revisión crítica de esta narrativa. La incorporación de la perspectiva de género³ en el ámbito académico y profesional ha impulsado investigaciones, exposiciones, publicaciones y proyectos cuyos propósitos son rescatar las figuras olvidadas, cuestionar los cánones establecidos y replantear la manera en la que se enseña, se practica y se comunica la arquitectura. A esta revisión han contribuido desde académicas a colectivos activistas y plataformas independientes, muchas de las cuales se articulan a través de canales digitales contemporáneos.

En este contexto, la comunicación arquitectónica se ha convertido en una herramienta clave, ya que no se ha limitado a la transmisión de información. La comunicación entendida desde una perspectiva crítica permite generar nuevos imaginarios y acercar discursos feministas a públicos más amplios. A través de las redes sociales, las plataformas digitales o las publicaciones independientes han surgido numerosas iniciativas que no solo difunden contenido sobre mujeres arquitectas, sino que reformulan la forma de contar la arquitectura en clave de género.

4.1. La perspectiva de género como relectura histórica.

La primera generación de arquitectas en España fue la de Matilde Ucelay, junto a ella, solo estudiaron otras tres mujeres: Lali Úrcola, Cristina Gonzalo Pintor y Rita Fernández-Queimadelos. Sin embargo, a partir del año 1970, creció la presencia femenina en las aulas hasta configurar el 15% del alumnado en 1980.⁴

De esta manera se asiste a una relectura histórica, de la omisión de las mujeres arquitectas a una crítica estructural de cómo se ha construido el relato arquitectónico.

3. «Es un método para analizar de forma más equitativa y no androcéntrica la realidad social al permitir identificar las situaciones de desigualdad y asegurar que mujeres y hombres influyan, participen y se beneficien de igual manera en todos los ámbitos de la política, la sociedad y la cultura». Sánchez de Madariaga, I., Novella Abril, I. (2021). *Proyectando con perspectiva de género. Guía para planificar ciudades y pueblos inteligentes y sostenibles*. Junta de Extremadura.

4. Artículo «Construyendo un lugar en la profesión: trayectorias de las arquitectas españolas» de Yolanda Agudo Arroyo e Inés Sánchez de Madariaga para la revista *Feminismo/s*, junio 2011.

4.2. Repensando las formas de comunicar.

También deben revisarse las formas de producción y transmisión del conocimiento arquitectónico. Se encuentran nuevas plataformas que se alejan de los medios convencionales, como Instagram, desde la que se plantean nuevos formatos de contenidos e incluso se le otorga espacio a nuevas voces.

En este contexto, la perspectiva de género no es solo contenido, sino también forma y medio: tono, autoría, lenguaje, horizontalidad, visibilidad y cuidado.

4.3. Pioneras y genealogías recientes.

Se están aportando nuevas miradas con diferentes enfoques. En concreto, en urbanismo destaca Inés Sánchez de Madariaga, arquitecta, profesora de la Universidad Politécnica de Madrid y colaboradora de diferentes organizaciones como experta en temas de género.

Junto a Inés Novella Abril ha redactado «Proyectando con perspectiva de género. Guía para planificar ciudades y pueblos inteligentes y sostenibles» aportando claves para diseñar ciudades que tengan en cuenta estos principios.

La arquitectura también se narra desde la perspectiva de los cuidados como lo hace Izaskun Chinchilla en su libro «La ciudad de los cuidados» (2020).

Incluso se han analizado obras realizadas por arquitectas, como es el caso del proyecto MuWo, liderado por Lucía Pérez Moreno en Zaragoza. Esta arquitecta analizó las contribuciones de las arquitectas en la cultura posmoderna española desde 1965 hasta el año 2000 con el fin de elaborar un mapa digital que documenta y visibiliza sus obras.

Otra figura imprescindible para comprender el género en España es Elia Gutiérrez Mozo, Catedrática de la Universidad de Alicante. Su investigación desarrollada en el Instituto Universitario de Investigación en Estudios de Género de la Universidad de Alicante se caracteriza por un acercamiento desde lo cualitativo y sensible.

Estas son mujeres que han escrito, divulgado o enseñado arquitectura desde diferentes márgenes y han sido clave para entender las nuevas miradas.

4.4. Mapeo general de iniciativas contemporáneas.

Se ha realizado un barrido por los medios de difusión principales en el país en estos últimos años. Destacamos varias formas de difusión: desde aplicaciones, webs, pasando por charlas y revistas, hasta redes sociales.

Hay una gran diversidad de iniciativas, con diversos enfoques, lenguajes, y por lo tanto, diferente público objetivo.

En el contexto nacional encontramos numerosas iniciativas que han servido de precedentes como el caso del proyecto MuWo de Lucía Pérez More-

no; el club de lectura Hay Mujeres del Colegio Oficial de Arquitectos de Galicia o el programa de radio Perspectivas de Radio Televisión Española.

Figura 4.1.

Mapeo de las iniciativas que divulgan la arquitectura con perspectiva de género en España. Elaboración propia.



4.5. Vacíos, preguntas y dirección hacia la que dirigir la mirada.

A pesar de la evolución de estas iniciativas siguen existiendo vacíos.

Surge la necesidad de estudiar críticamente estas iniciativas para entender qué aportan, cómo funcionan y, sobre todo, cómo podrían mejorar en el futuro. Para encontrar las respuestas a todas estas preguntas se realizará el análisis comparativo de los casos de estudio.

5. Introducción a los casos de estudio

Tras haber contextualizado históricamente la relación entre género, arquitectura y comunicación, y haber elaborado un mapa general de las iniciativas existentes en este campo, este capítulo se centra en el análisis más detallado de una selección de casos representativos. El objetivo no es elaborar un inventario exhaustivo, sino profundizar en un conjunto reducido pero significativo de iniciativas que permiten entender cómo se están construyendo hoy otros relatos arquitectónicos desde una persona de género.

Esta selección responde a varios criterios complementarios:

Diversidad de formatos: se incluyen iniciativas que operan en distintos medios (redes sociales, publicaciones digitales, podcasts, etc.), con el fin de analizar como varía el discurso en función del canal.

Alcance y visibilidad: se han considerado tanto proyectos consolidados con amplia repercusión, como propuestas emergentes que aportan enfoques innovadores o disruptivos.

Enfoque explícito de género: todas las iniciativas seleccionadas integran la perspectiva de género de forma central, ya sea visibilizando arquitectas, cuestionando el canon, reformulando el lenguaje disciplinar o incorporando valores asociados al feminismo como los cuidados, la colectividad o la horizontalidad.

Relevancia geográfica y contextual: se han incluido ejemplos de distintas procedencias y contextos culturales, dentro del ámbito hispanohablante, para mostrar la multitud de formas en que esta transformación discursiva está teniendo lugar.

En total se han seleccionado 7 iniciativas que en conjunto ofrecen una visión panorámica y contrastada del estado actual de la comunicación arquitectónica con perspectiva de género. Algunas parten de una lógica más institucional o académica; otras se sitúan en el activismo digital, la autoedición, o el trabajo colectivo. Todas ellas comparten una voluntad de intervenir en el imaginario disciplinar, generando nuevas referencias, voces y formas de relatar la arquitectura.

A través del análisis comparativo de estos casos, se busca identificar estrategias discursivas, formatos efectivos y modelos replicables, así como evaluar sus impactos, límites y posibilidades. Esta investigación no pretende dictar un modelo único, sino plantear preguntas sobre cómo comunicar la arquitectura de una manera más inclusiva, crítica y transformadora.

6. Análisis de los casos de estudio

6.1 Caso de estudio 1: NAM

Figura 6.1.1.

Interfaz de la web de NAM.



Navegando Arquitecturas de Mujer es una aplicación para dispositivos móviles que reúne y ubica las obras de mujeres arquitectas estudiadas en el proyecto AICO Miradas Situadas, concedido a grupos de investigación por la *Conselleria* de Innovación, Universidades, Ciencia y Sociedad Digital de la Generalitat Valenciana, con una duración de tres años (2021-2023).

Miradas Situadas contó con las personas que forman parte de su equipo investigador como principal recurso, compuesto por personal del Instituto Universitario de Investigación en Estudios de Género de la Universidad de Alicante.

Su objetivo fue crear un gran archivo de obras de las arquitectas en España entre los años de la Transición (1978) y la crisis económica del 2008. La elección de este período se debe a la incorporación de la mujer a la profesión en número suficiente para poder obtener impacto de sus obras.

El principal reto al que hicieron frente fue visibilizar desde una mirada crítica la importancia de la aportación de las mujeres a la arquitectura, siendo conscientes de la necesidad de alejarse de las narrativas tradicionales.

Se parte del estudio y análisis de las obras de arquitectura realizadas por mujeres en solitario (o con autoría plural) en España, teniendo en cuenta que la investigación parte de la Comunidad Valenciana. De esta manera, se obtiene una nueva visión de la historia surgiendo así como resultado el mapa de la aplicación NAM.

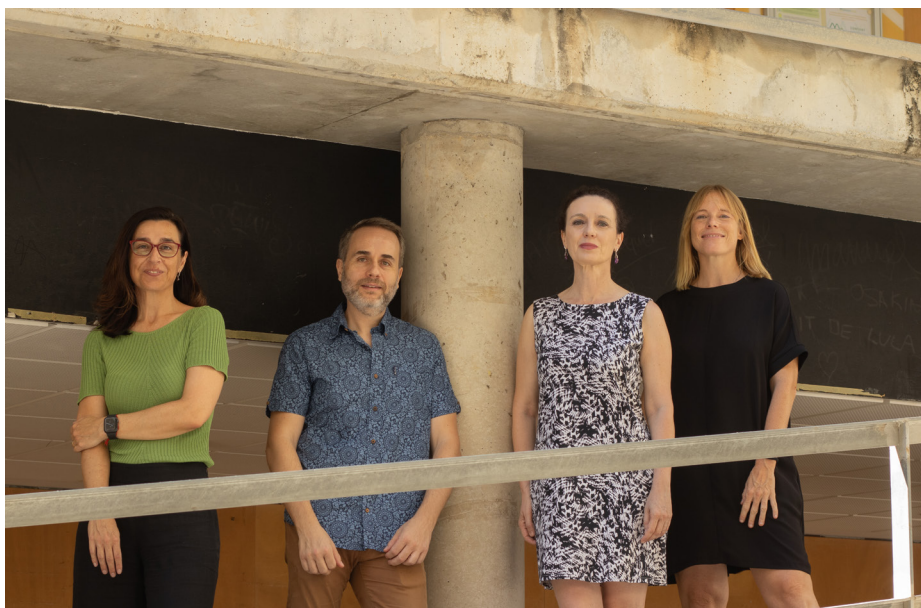


Figura 6.1.2.

Equipo NAM.

De izquierda a derecha:
Asunción Díaz, José Parra,
María Elia Gutiérrez
y Ana Gilsanz.

La investigadora principal del proyecto es María Elia Gutiérrez Mozo, Catedrática del departamento de Composición Arquitectónica en la Universidad de Alicante. Se suman a ella el resto de los colaboradores del núcleo principal de la investigación: Asunción Díaz García Profesora Asociada Doctora, José Parra Martínez Profesor Titular y Ana Gilsanz Díaz Profesora Ayudante Doctora. Además, el resto de la red que ha formado el equipo cuenta con numerosos colaboradores de todo el mundo: 21 personas de otras universidades participan realizando colaboraciones.

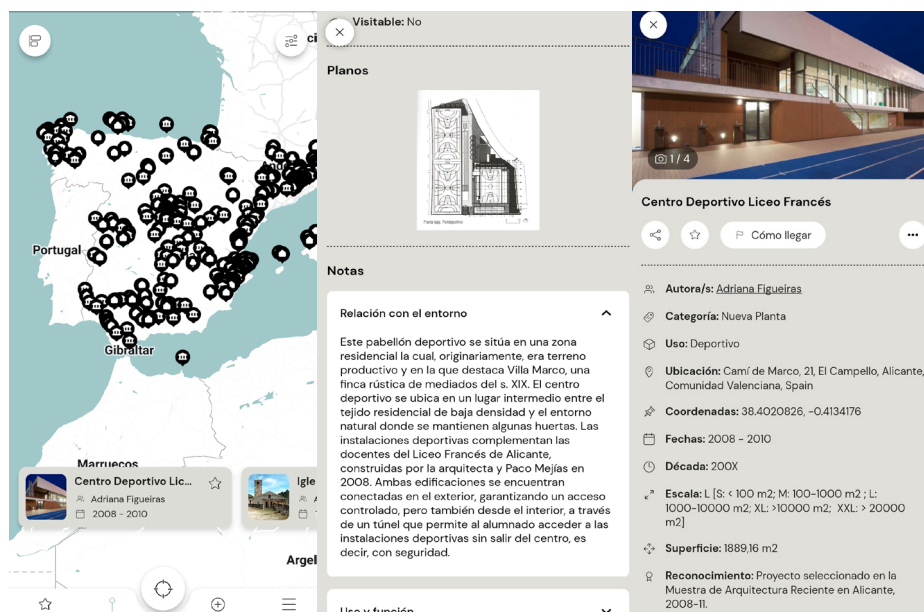


Figura 6.1.3.

Interfaz de la aplicación NAM

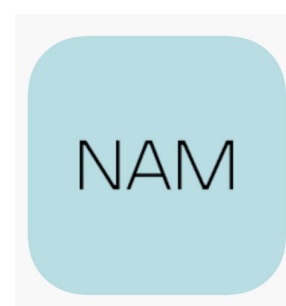


Figura 6.1.4.

Icono de la aplicación NAM

La interfaz de la aplicación es fácil de utilizar, permitiendo desplazarse por el mapa encontrando todas estas obras en su localización exacta. Este mapa es colaborativo, todo el que se lo descarga puede añadir obras nuevas de arquitectas que no estén en él. El público objetivo es muy amplio, se in-

teresan profesionales de la arquitectura; la comunidad educativa, al realizar encuentros donde se hablan de las arquitectas por el Día Internacional de la Mujer; pasando por investigadores o estudiantes, y cualquier persona a la que le interese conocer el país desde un punto de vista diferente.

Incluso desde la universidad se replantean tareas entorno a ello, por ejemplo, en la ETSAM se realizó un ejercicio sobre análisis del lenguaje únicamente sobre arquitectas. Esto nos sirve para reformular las maneras de enseñar y plantear la docencia.

La aplicación NAM ha sido seleccionada en los Premios de Arquitectura del CSCAE de 2023, galardonada en los II Premios de Arquitectura y Urbanismo de Castilla-La Mancha de 2024 con el Premio COAM en la categoría de Difusión de la Arquitectura y elegida por el Comité Evaluador exprofe-so como uno de los 10 casos publicados en «La cultura en las iniciativas de desarrollo sostenible. Casos inspiradores de trabajo en ODS en territorios rurales y urbanos» realizado por REDS-SDSN Spain.

De Miradas Situadas han ido surgiendo otras iniciativas como su agenda de eventos, donde quedan registrados todos los encuentros por diferentes universidades españolas explicando su proyecto. Además del mapa de NAM, ha surgido el soporte digital interactivo «Anna Bofill Levi. La arquitectura como contracanto: 1977-1996», seleccionado en los Premios de Arquitectura del CSCAE de 2024. Gracias a la última financiación obtenida van a realizar una publicación de arquitectura femenina en el ámbito del arco mediterráneo y posteriormente una pieza documental sobre alguna de las obras de la publicación. Han surgido numerosas ramificaciones del pri-

Figura 6.1.5.

Libro Hacia la ecomorfología,
Anna Bofill.



mer proyecto de investigación que continúan dando vida a la iniciativa inicial de diversas formas, pero todo dentro del propio contexto de partida.

Las estrategias que utilizan para comunicar son diversas, son muy importantes las plataformas digitales como Instagram o LinkedIn, la web y la aplicación. En Instagram comparten publicaciones y videos sobre el proyecto, además de información efímera en historias sobre eventos o información del día a día. Publican en revistas científicas, como Feminismo/s de la Universidad de Alicante, donde hablan sobre las arquitectas de diversas maneras. En el artículo «Arquitectas desapercibidas en la región mediterránea del (sur)este español», de Ana Gilsanz Díaz y Manuel Blanco Lage, reflejan los resultados de la investigación llevada a cabo dentro del marco del proyecto AICO Miradas Situadas en Valencia y Murcia. Incluso surgen libros y revistas como ramificaciones del proyecto principal. De esta manera, surge una red de contactos y de afectos⁵ en todas las escalas, consiguiendo que todo el mundo se sienta acogido y parte del proyecto.

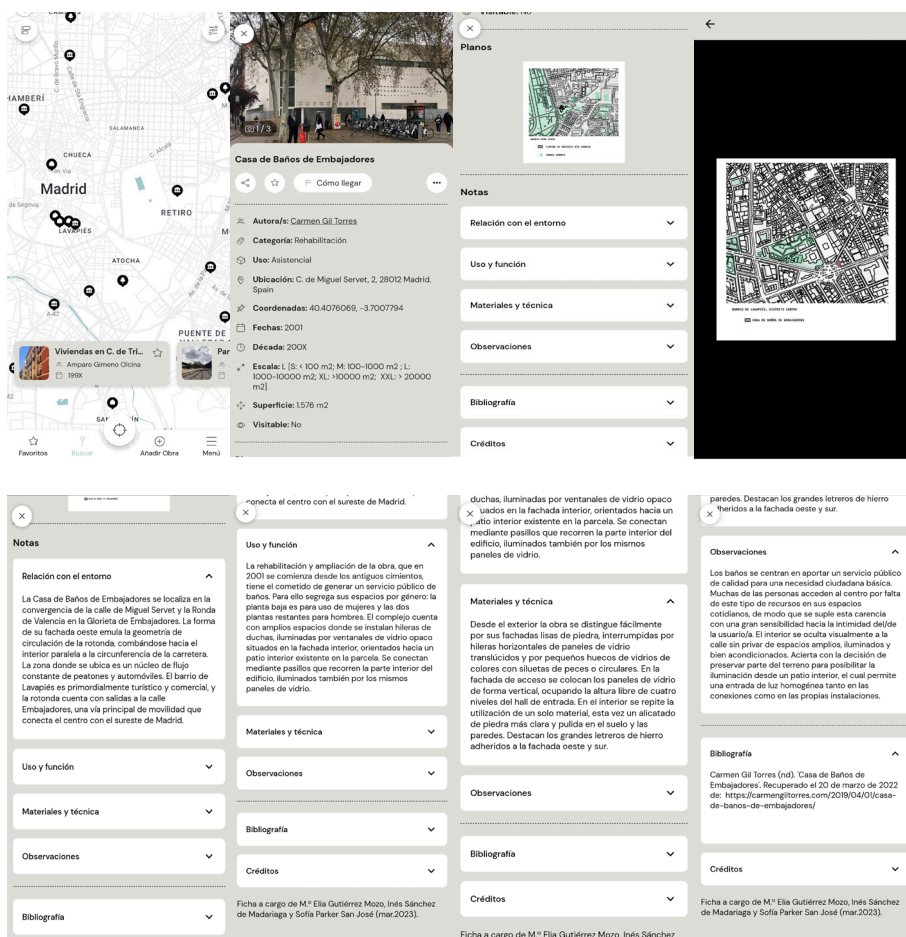


Figura 6.1.6.

Imágenes de la aplicación de NAM, mapa y ficha de la Casa de Baños de Embajadores de Carmen Gil Torres.

En la aplicación de NAM, hay actualmente 525 fichas de obras de arquitectas por toda España. En todas ellas se aporta información sobre los siguientes aspectos:

- Relación con el entorno
- Uso y función

5. Conjunto de vínculos emocionales y de apoyo que se tejen entre personas. Léxico propio de la perspectiva de género para dar respuesta a las necesidades plan-teadas.

- Materiales y técnica
- Observaciones
- Bibliografía
- Créditos

Además, se aporta información gráfica con fotos de la obra y planos.

Aunque hay multitud de información en la ficha, se observa una falta de bibliografía de la arquitecta correspondiente, a pesar de figurar su nombre tener idea de su historia podría interesar a los usuarios.

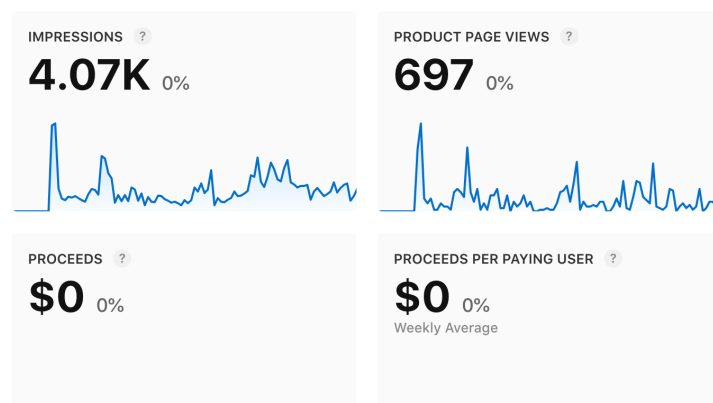
Nosotras teníamos claro desde el principio la apuesta por la transferencia de conocimiento, es decir, que aquello que aprendes e investigas esté rápidamente a disposición de la sociedad en la que se ha generado, y no olvidemos que lo ha financiado.⁶

La financiación que han obtenido hasta la actualidad ha sido totalmente pública. El proyecto inicial contó con 85.853,720€⁷ durante los tres primeros años y después ganó la Beca Lili Reich de la fundación Mies Van Der Rohe, con el valor de 9.000€; a esto se le suma la cantidad de 1.000€ por el contrato con el COA Castilla La Mancha para una microinvestigación. Actualmente han conseguido una beca para un proyecto del ámbito de la Universidad de Alicante en el área del Mediterráneo en el marco de NAM de 12.000€.

Navegando Arquitecturas de Mujer ha aparecido incluso en la televisión, en el canal 24h de RTVE, entendiéndose la gran importancia que tiene este proyecto no solo para el gremio, sino también para toda la población.

Tal y como explica Gutiérrez Mozo en la mesa redonda «Pioneras al servicio de la ciudadanía by NAM» en la ETSAM, la misión principal de esta iniciativa es hacer de puente entre lo digital y lo físico, juntado así dos realidades fundamentales.

Figura 6.1.7.
Evolución de las impresiones
y remuneración de
la web de NAM.



6. Elia Gutiérrez Mozo, Mesa redonda *Pioneras al servicio de la ciudadanía by NAM*. ETSAM, Madrid.

7. Datos aportados por el Instituto Universitario de Investigación de Estudios de Género de la Universidad de Alicante.

Para medir los datos de interacción y audiencia de la aplicación de NAM hay que tener en cuenta que su descarga es gratuita, por lo que no aporta ganancias, como se puede confirmar en el informe del año 2024.

También observamos las impresiones, es decir, el número de visitantes que ha visto la aplicación, sin embargo, no todos ellos la han descargado, ya que la aplicación ha tenido 631 descargas desde el 1 de septiembre de 2022 hasta el mismo día del año 2024.

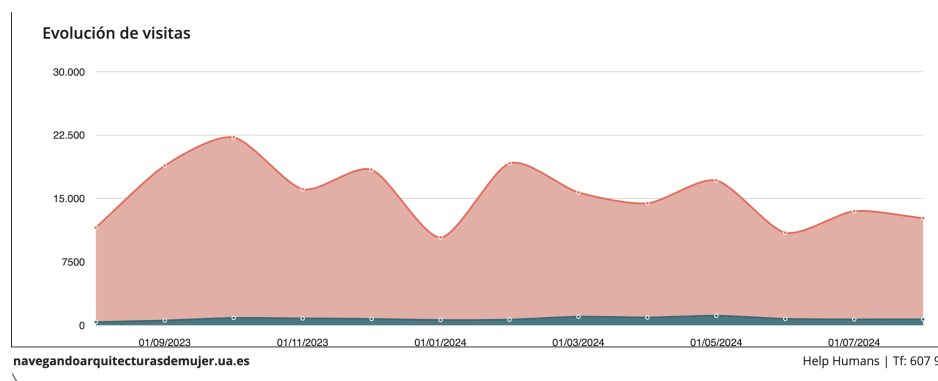


Figura 6.1.8.

Evolución de las visitas de la web del año 2023 al 2024.

Los picos de la gráfica coinciden con la asistencia de NAM a charlas y eventos de divulgación donde la gente descubre su aplicación.



Figura 6.1.9.

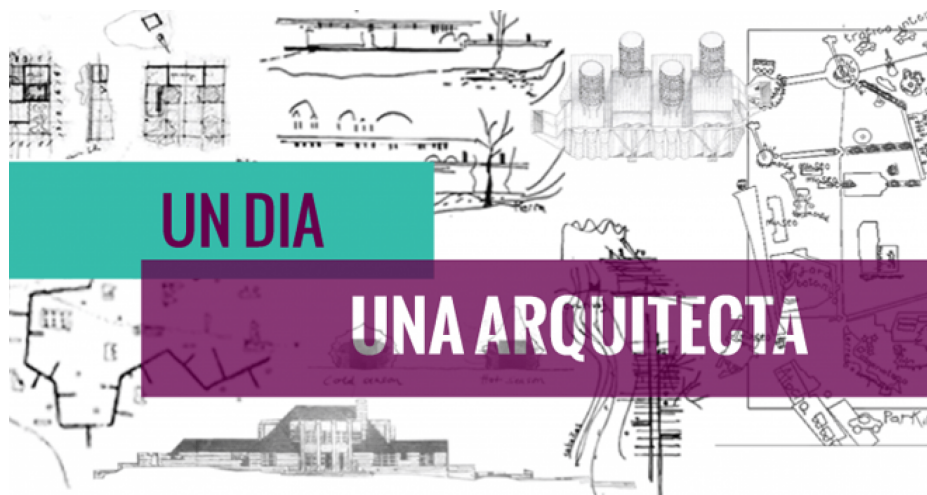
Análisis del país de origen de los usuarios que descargan la app.

Podemos observar en los meses de julio, agosto y septiembre de 2024 cómo la mayoría del público es español, sin embargo, también proceden de otros países como China, Chile, Estados Unidos o México.

En el año 2024 se registró un total de 832 descargas y 8.922 visitas en la web.

6.2 Caso de estudio 2: Un día | Una arquitecta

6.2.1. Cabecera de la web
Un día | Una arquitecta.



Un día | Una arquitecta es un blog iniciado por Inés Moisset, arquitecta e investigadora argentina, que pretende reconocer el trabajo que numerosas arquitectas han llevado a cabo a lo largo del tiempo.

En el inicio del proyecto, que tiene lugar en 2014, el equipo contaba con 15 miembros, amigos y colaboradores de Inés. Una de las integrantes de este grupo pionero es Zaida Muxí; aunque nació en Argentina, realizó su doctorado en España y, actualmente, es profesora de la Universidad de Barcelona. Sin embargo, desde su creación, el proyecto no ha parado de crecer y, ahora mismo, cuenta con un equipo de 90 personas, algunas de las cuales se encuentran en España. También han participado como colaboradoras Inés Sánchez de Madariaga y Eva Álvarez.

Esta iniciativa tiene su origen en la motivación personal de las personas antes mencionadas, sobre todo de Inés, de reconocer el trabajo de las mujeres en el ámbito de la arquitectura. Sin embargo, esto ha sido trasladado al ámbito docente mediante la elaboración de artículos, basando su investigación en la investigación realizada para el proyecto. Además, a raíz de esta iniciativa han surgido multitud de charlas, eventos, mesas redondas e, incluso, algunos miembros han desarrollado sus propios grupos de investigación sobre temas más específicos. Un ejemplo de esto es la página *soyarquitecta.net*, que permite crear una red de ayuda entre profesionales para, entre otras cosas, encontrar proveedores y mano de obra o crear eventos.

Esta iniciativa ha actuado de motor de algunos libros y artículos académicos, pero siempre se ha mantenido al margen de ese mundo, ya que la intención de su fundadora era elaborar algo diferente y de mayor alcance.



Figura 6.2.2.

Fotografía de Inés Moisset

Como su propio nombre indica, el proyecto consiste en la elaboración de un blog en WordPress al que, cada día, se sube la ficha de una arquitecta. Inicialmente, se subía la ficha manualmente, pero más tarde este proceso se automatizó. La primera temporada de Un día | Una arquitecta se realiza en 2015; sin embargo, al final de esta, el equipo tenía información sobre 1.200 arquitectas más, por lo que decidieron continuar, llegando hasta la cuarta temporada, que se está desarrollando a lo largo de 2025. Aunque el trabajo principal consiste en la elaboración del blog, también han trabajado en Wikipedia en la creación de la bibliografía de muchas de las arquitectas que han investigado.

Actualmente van por la quinta temporada del blog, si observamos sus entradas podemos ver un claro orden. Destaca el nombre y años de la arquitecta, seguida de una breve introducción con una foto de la arquitecta y fotos de sus obras.

MONTSERRAT PALMER 1934

20 DE MAYO DE 2025

Por Bárbara Rozas Reinecke
MujerArquitectura

Montserrat Palmer Trías es especialmente reconocida por su labor como editora de la revista ARQ (1980-81, 1992-2010). Sin embargo, a lo largo de sus cincuenta años de trayectoria, esta arquitecta chilena amasó una obra multifacética que conjugó el trabajo editorial con el diseño, la docencia, la investigación y la gestión.



ADELA YANUZZI 1894-1984

19 DE MAYO DE 2025

Por Soledad Cebey, Laura Cesio, Daniela Fernández, Nadia Ostraujov, Tatiana Rimbaud y Elina Rodríguez
Instituto de Historia, FADU, Udelar.

Fue la primera arquitecta uruguaya nacida en el país. Egresada en 1924, desarrolló una extensa trayectoria en el Ministerio de Obras Públicas, donde proyectó y dirigió numerosas escuelas. También ejerció de forma independiente. Su legado es clave en la historia de la arquitectura pública y educativa en Uruguay.

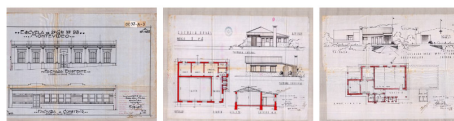


Figura 6.2.3.

Dos entradas del blog Un día | Una arquitecta.

Después se encuentra todo el cuerpo principal explicando su biografía, en algunos casos se añaden citas de la arquitecta, a continuación, podemos ver fotografías y videos en caso de que los haya, y por último un apartado con bibliografía para poder encontrar más información sobre ella.

Todo esto lo difunden en redes sociales como Facebook y, más recientemente, Instagram. También han colaborado con otras iniciativas similares, como MuWo, de Lucía Pérez Moreno, o la iniciativa ya mencionada NAM, con el fin de evitar crecimientos disgregados y tener información conjunta que permita comprender la historia de las arquitectas de un modo más profundo y completo. Esta iniciativa carece de financiación estatal, por lo que sigue adelante gracias a la participación voluntaria de las académicas en el marco de sus investigaciones.

6.3 Caso de estudio 3: Musas de Vanguardia

6.3.1. Portada Musas de Vanguardia, edición: Mujeres Migrantes.



Musas de Vanguardia es un proyecto de Luciana Levinton, artista visual y arquitecta argentina, y Mara Sánchez Llorens, acuarelista y arquitecta española, que visibiliza el trabajo de numerosas creadoras de vanguardia desde una perspectiva feminista.

Este proyecto nace de una colaboración entre ambas fundadoras en torno al trabajo de la arquitecta Lina Bo Bardi, cuyos resultados se exponen en el Museo Nacional de Arte Decorativo de Buenos Aires en marzo de 2020. A raíz de la pandemia declarada en esa misma fecha deciden dirigir esa colaboración al mundo digital, lo que desemboca en el nacimiento del proyecto virtual Musas de Vanguardia en diciembre de 2020.

Esta iniciativa se diseñó pensando en la infancia, por lo que se comparían entregables como textos biográficos, mapas o dibujos y pinturas para aprender sobre seis mujeres ligadas a la Arquitectura; sin embargo, su intenso desarrollo lo ha convertido en un proyecto intergeneracional. Todo este material se complementa con coloquios en el canal de YouTube del Centro Cultural de España en Buenos Aires (CCEBA) y con exposiciones itinerantes. Además, se han servido de las redes sociales Instagram y Facebook para difundir todo su trabajo.

La primera edición de Musas de Vanguardia se desarrolla en torno a las mujeres migrantes, tomando como ejemplo a seis de ellas: Lina Bo Bardi, Norah Borges, Grete Schutte-Lihotzky, Charlotte Perriand, Maruja Mallo y Lidy Prati. La segunda edición se centró en las mujeres ecologistas, tomando como referencia a Marta Traba, Tarsila do Amaral, Aino Marsio-Aalto, Anu-



Figura 6.3.2.

Luciana Levinton y Mara
Sánchez Llorens.

pama Kundoo, Izaskun Chinchilla y Leonora Carrington. La tercera, y última edición publicada, habla sobre las mujeres creadoras de paisajes; para ello se toman los ejemplos de Lydia Clark, Victoria Ocampo, Mina Klabin Warchavchik, Anna Lang Pliske, Ítala Fulvia Villa y Carmen Portinho. Actualmente se encuentran desarrollando una cuarta edición sobre fotografía.

Aunque el proyecto nace con Mara y Luciana, a lo largo del tiempo se han ido sumando otras personas en la realización de material y en los coloquios, creando una gran red en torno a ello.

En Musas de Vanguardia cobran mucha importancia los entregables, en el caso de la primera temporada “Mujeres Migrantes”, se compartieron unos imprimibles de Lina Bo Bardi con dibujos de sus obras realizados por Mara Sánchez, junto a la biografía de la arquitecta.

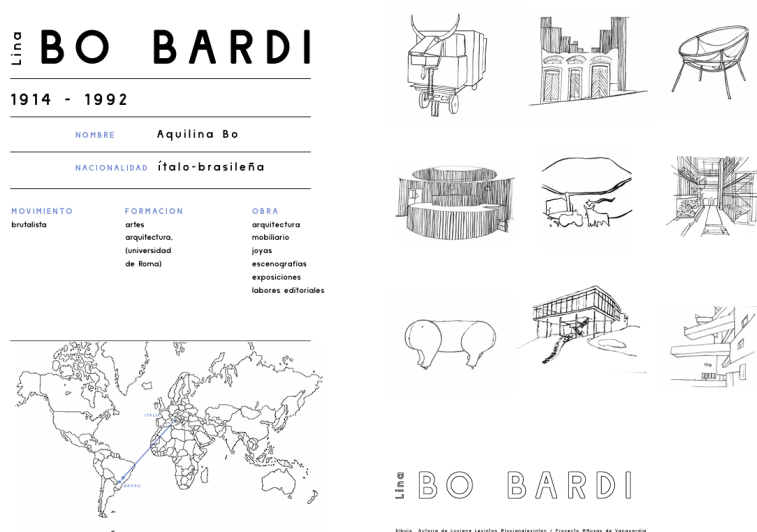
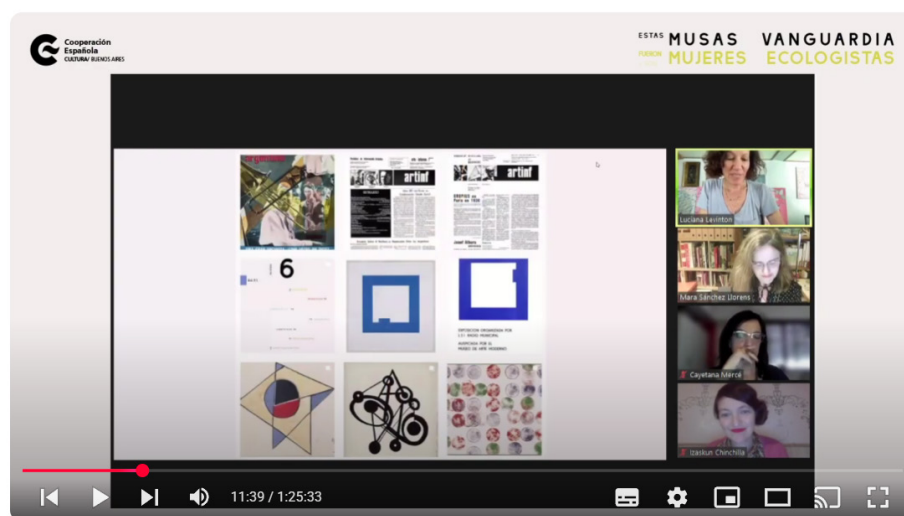


Figura 6.3.3.

Entregable online de Lina
Bo Bardi, ilustraciones de
Mara Sánchez Llorens.

La segunda temporada dedicada a “Mujeres ecologistas” estuvo conformada por 6 coloquios, todos dirigidos por Mara Sánchez y Luciana Levinton, y en ocasiones también por María Pardillo del Centro Cultural de España en Buenos Aires. La primera charla fue dedicada a Marta Traba el 18 de marzo, la segunda fue dedicada a Aino Marsio-Alto el 19 de mayo, la tercera dedicada a Tarsila do Amaral el 16 de junio, el cuarto coloquio destinado a Leonora Carrington el 15 de septiembre con la participación especial de Elena Poniatowska⁸, la quinta dedicada a Izaskun Chinchilla el 10 de noviembre y, por último, la charla dedicada a Anupama Kundoo el 30 de noviembre, todas en el año 2022.

6.3.4. Imagen de un coloquio en la cuenta de YouTube del CCEBA, 2022.



Desde sus inicios, el proyecto ha contado con un gran apoyo, tanto económico como divulgativo. En la primera edición recibió una pequeña ayuda del Museo Nacional de Arte Decorativo de Buenos Aires, lo que les permitió diseñar la imagen del proyecto, y del CCEBA a través de su canal de YouTube. Para la segunda edición, sí recibieron apoyo económico de este organismo que iba destinada a las expertas que formaban parte de los coloquios. En la última edición, han recibido apoyo económico de la Universidad Politécnica de Madrid (UPM) para realizar un seminario que tuvo lugar en el Colegio Oficial de Arquitectos de Madrid (COAM); asimismo, el Colegio de Arquitectos de la Provincia de Buenos Aires (CAPBA) también cedió un espacio para este motivo. Puntualmente han contado con el apoyo económico de algunas embajadas y el apoyo divulgativo de diversas instituciones como la Fundación Juan March, en Madrid, el Museo de Arte Latinoamericano, en Buenos Aires, el Colegio de Arquitectos de Ecuador o el Centro Pompidou. Además, han recibido el apoyo del Instituto Cervantes, que incluyó Musas de Vanguardia en una exposición itinerante que, a lo largo de dos años, pasó por lugares como Brasilia, Viena o *São Paulo*.

Esta iniciativa ha creado un marco de trabajo del que han surgido numerosas acciones con diferentes niveles de detalle, acercamientos y enfoques.

8. Escritora y periodista francomexicana, redactó la biografía de Leonora Carrington.

Si bien no ha aparecido en televisión, sí lo ha hecho en radios y periódicos, donde se han realizado numerosas entrevistas a sus fundadoras. En cuanto a los premios, Musas de Vanguardia ha sido finalista en las Bienales Iberoamericanas de Arquitectura y Urbanismo (BIAU).

6.4 Caso de estudio 4: Feminismo/s

6.4.1. Logo revista
Feminismo/s.



Feminismo/s es una revista académica que busca promover la investigación en el ámbito de los estudios de género desde un punto de vista interdisciplinar. Fue fundada en 2003 por el Centro de Estudios de la Mujer de la Universidad de Alicante y desde 2014 ha pasado a formar parte del Instituto Universitario de Investigación de Estudios de Género (IUIEG) de la Universidad de Alicante. Además, está financiada por el Vicerrectorado de Investigación de la Universidad de Alicante.

Desde la fundación de la revista, el equipo editorial ha ido variando hasta formar el equipo actual, en el que participan Alejandra Hernández Ruiz como directora, Mar Galindo Merino y Natalia Contreras de la Llave como editoras adjuntas, y Mayra Urrea Solano como secretaria.

Cada ejemplar de la revista, que se publica semestralmente, ha sido realizado por investigadores expertos de diferentes áreas de conocimiento y sometido a un arbitraje externo y por pares. El objetivo principal es ofrecer a la comunidad académica y a la sociedad civil un espacio de reflexión científica y de debate crítico en el ámbito de los estudios de género y de las mujeres, así como proporcionar diversas herramientas para analizar e interpretar las relaciones de género que suceden actualmente en el ámbito sociocultural con cierta perspectiva histórica. Cada número está formado por una sección monográfica, una sección de miscelánea y una sección de reseñas.

Feminismo/s se caracteriza por su enfoque interdisciplinar, ya que pretende ser un medio en el que se exponen temas muy variados; a pesar de

6.4.2. Portadas de la revista *Feminismo/s*.

Números: 17, 32 y 44.

esto, sí existe una línea argumental que articula todo el proyecto: la perspectiva de género. En cuanto a la arquitectura encontramos tres ejemplares.

«La arquitectura y el urbanismo con perspectiva de género» (nº 17) trata, como su propio nombre indica, sobre la relación entre la ciudad y las mujeres; así, encontramos artículos como «La Ley de Barrios en Cataluña: la perspectiva de género como herramienta de planificación» de Zaida Muxí Martínez y Adriana Ciocoletto, o «Así en la cocina como en la fábrica» de Juan Bravo. Pero no solo se reduce al urbanismo; también trata otros temas como la igualdad en las escuelas en «Estudiantes de arquitectura: ¿un ámbito de igualdad?», de Pilar Chías Navarro.

El nº 32 incluye un dossier monográfico titulado «MAS-MES: Mujeres, Arquitectura y Sostenibilidad-Medioambiental, Económica y Social» que pretende, en las propias palabras de su coordinadora Elia Gutiérrez Mozo:

Explotar las relaciones entre las mujeres, la arquitectura y la sostenibilidad en su triple componente medioambiental, económica y social.

De esta manera encontramos artículos como «Mecenazgo en femenino. La reivindicación sostenible a través del encargo arquitectónico», de Héctor Navarro Martínez y Guillermo García-Badell Delibes.

El nº 44 incluye un dossier monográfico titulado «Women and the Experience of/from the Outside: Peripheral Visions of Spanish Architectural Culture (1978-2008)» que analiza cómo las mujeres se han implicado en la Arquitectura en la era democrática reciente de este país. De esta manera encontramos artículos como «Las arquitectas y sus obras en la Comunidad de Madrid, 1978-2008», de Elia Gutiérrez Mozo y Sofía Parker San José, que se enmarca en el proyecto de investigación Miradas Situadas mencionado antes. Sin embargo, este número también analiza casos de otros países como «Primeras arquitectas y urbanistas tituladas en la Europa del Mediterráneo Oriental (1900-2000). Los casos de Chipre, Grecia y Turquía» de Inés Novelia Abril e Inés Sánchez de Madariaga.



Figura 6.4.3.

Logo de la revista *Feminismo/s*.

Cada uno de los números está conformado por tres partes:

- I. Dossier monográfico
- II. Miscelánea
- III. Reseñas

El primero dispone de un índice general y la sección de reseñas, a diferencia de los otros dos números que ya tienen una estructura más clara. Esta diferencia se debe al salto de la revista al mundo digital en el año 2017; el número 30 fue el último en papel.

Si observamos las estadísticas del último año (2024) observamos que se han publicado 32 artículos de los cuales han participado 10 autores y 46 autoras.

La revista, que es de libre acceso, se publica en el Repositorio de la Universidad de Alicante (RUE), que utiliza el software de código abierto Open Journal Systems (OJS). Desde el inicio de la revista hasta 2017, que comprende desde el nº 1 hasta el nº 30, se publicaba tanto en formato físico como en digital, pero a partir del nº 31 solo se publica en formato digital. Además de los canales académicos correspondientes, se utilizan las redes sociales Facebook y X como medios de difusión.

La cantidad de financiación obtenida por parte de las convocatorias del Vicerrectorado de Investigación de la Universidad de Alicante ha ido variando con los años.

Figura 6.4.4.

Comparación de la financiación recibida, datos del Servicio de Gestión de la Investigación, Convocatorias Públicas de I+D+i.

Años	Financiación	Años	Financiación
2024	1.149 €	2018	955,75 €
2023	1.525 €	2017	950 €
2022	1.224,85 €	2016	1.100 €
2021	1.639,46 €	2015	–
2020	1.000 €	2014	1.000 €
2019	1.000 €	2013-2003	–
		TOTAL	11.544,06 €

En la revista Feminismo/s se observa un aumento de descargas en los números más antiguos: el número 17 del año 2011 acumula 4.100 descargas, el número 32 del año 2018 acumula 3.994, sin embargo, el número 44 del año 2024 tan solo tiene 444.

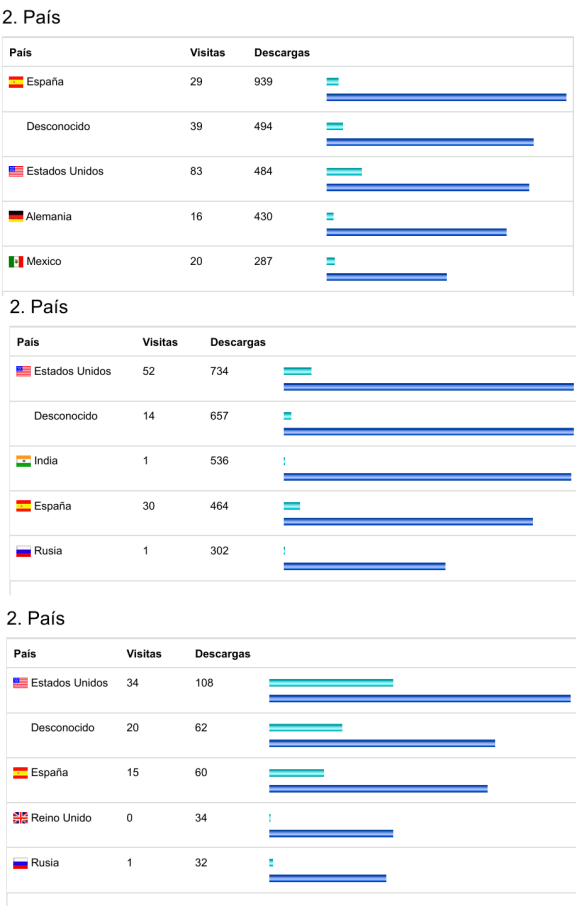


Figura 6.4.5.

Audiencia de los números de Feminismo/s. Datos obtenidos del Repositorio Institucional de la Universidad de Alicante. Años 2011, 2018 y 2024 respectivamente.

También varía la nacionalidad de la audiencia entre números, en todos ellos destaca la audiencia de España y Estados Unidos. Seguidos de países como Reino Unido, India, México, Alemania o Rusia.

En cuanto a los reconocimientos, en 2020 recibió el Sello de Excelencia de las revistas científicas de la Universidad de Alicante.

6.5 Caso de estudio 5: Núria Moliner

6.5.1. Fotografía de Núria Moliner para *El País*



Núria Moliner es, en sí misma, un marco del que surgen numerosas iniciativas. Principalmente comparte contenido en redes sociales, este es su medio de difusión principal, a diferencia del resto de iniciativas. Además de divulgar, participa y crea programas en los que se difunde la arquitectura desde una perspectiva de género. Es por ello por lo que es considerada un caso de estudio en sí mismo.

Esta arquitecta catalana decidió no construir para dedicarse a divulgar sobre arquitectura e investigar sobre temas en perspectiva de género. Estudió en la *Universitat Politècnica de Catalunya*, actualmente es profesora de Teoría de la Arquitectura en la escuela. Es considerada un caso de estudio ya que realiza su propio proyecto de difusión en redes sociales visibilizando arquitectas.

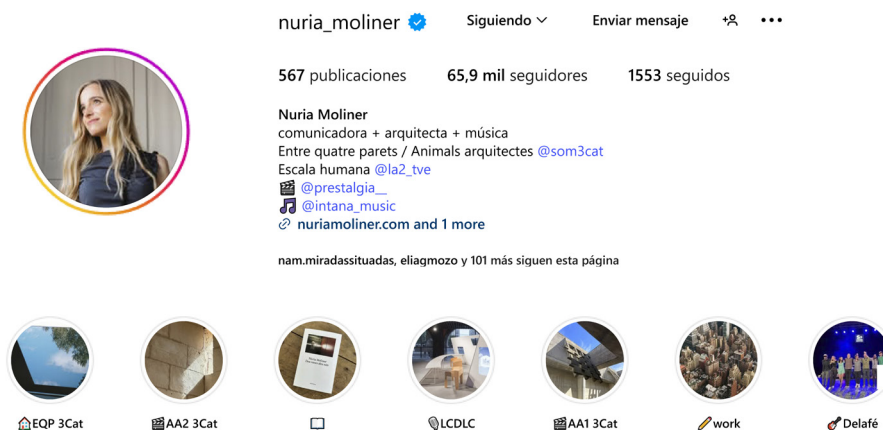
Ha comisariado y asesorado en la Bienal de Pensamiento, el festival de Arquitecturas Model, el urbanbatFest Bilbao, el festival Danza Metropolitana y el ciclo *Architecture Now* en Roca Gallery. También ha formado parte del consejo asesor del Plan Superilla Barcelona y es codirectora y fundadora de la productora audiovisual Prestalgia. También ha escrito el libro *Deu cases deu Nits*.

En la televisión ha participado de colaboradora en los programas «*Punts de vista*» y «*Curiosity*». En «*Escala Humana*» fue presentadora y asesora de contenidos, en «*Animals Arquitectes*» es presentadora y codirectora y en «*Entre quatre parets*» es presentadora, directora y productora.

Ha recibido numerosos reconocimientos y premios, entre ellos el Premio Bienal Española de Arquitectura y Urbanismo, y el *Life Hábitat Award*.

Creo que la arquitectura es la escenografía de nuestras vidas. Y a veces es más que eso, es el escenario, es incluso la protagonista, y no somos conscientes de ello. ⁹

6.5.2. Instagram de Núria Moliner.



La red social que más utiliza es Instagram, la plataforma desde la que difunde contenido de diversa índole: comparte vídeos sobre arquitectas no reconocidas en la historia como Charlotte Perriand o Eileen Gray, sube fotografías de los rodajes de los programas de televisión en los que participa como presentadora y directora, o incluso divulga sobre hábitat cooperativo como es el caso del edificio La Borda en Barcelona.

6.5.3. Publicación de Núria Moliner en Instagram con la fotografía de El País.



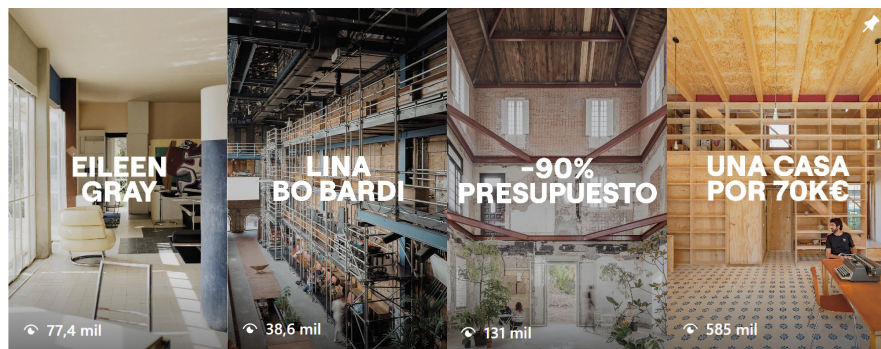
9. Cita de Núria Moliner para Architectural Digest.

Además, participa en numerosos eventos y cuenta partes de su vida de una forma más cercana pero efímera por historias, obteniendo así una conexión más cercana con sus seguidores.

Núria comparte contenido en redes sociales a través de sus *reels*, los cuales tienen una duración aproximada de 1 minuto. Además de los videos asociados a programas de televisión podemos distinguir dos temáticas principales. Por un lado, videos visibilizando arquitectas contando su biografía y curiosidades, por otros videos hablando sobre edificios residenciales y presupuestos.

Visualmente el contenido sigue la misma línea de diseño, tanto la tipografía con títulos claros como las fotografías de fondo hacen claro el contenido del video. Este suele empezar con una pregunta, una cita o una frase breve que llame la atención; después el video continúa con la imagen clara de Núria apoyándose de imágenes puntuales y en todo momento con subtítulos para poder visionarlos sin audio.

Figura 6.5.4.
Portadas de los reels de
Núria en Instagram.



Los reels que realiza para *Animals Arquitectes* son cápsulas de los episodios en formato vertical, de nuevo, acompañados por subtítulos y con imágenes claras. Las portadas vuelven a seguir un hilo conductor con títulos claros con la misma tipografía y en este caso se indica que pertenecen al programa.

Podemos ver a Núria en otras plataformas como TikTok, desde la cuenta de alguno de los programas contando partes de un episodio, pero no desde su propia cuenta. Sin embargo, Núria es una pieza clave para comprender cómo el lenguaje o los medios empleados definirán el tipo de público al que va a ir destinado el contenido, ejemplos que se pueden observar en los dos casos de estudio siguientes.

6.5.1 Caso de estudio 5.1: Escala Humana

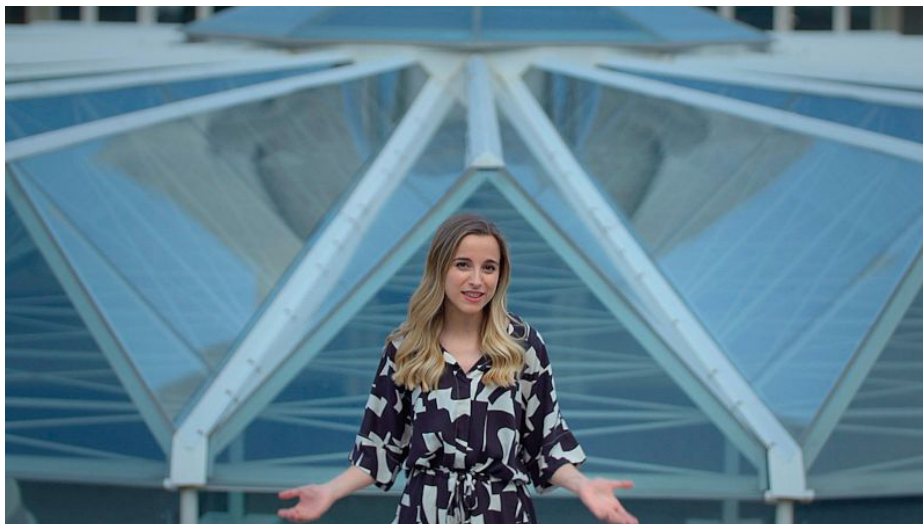
6.5.1.1. Fotografía de
Jaume Clèries, Núria
Moliner y Jaume Prat.



El programa televisivo *Escala Humana*, emitido por La 2 de RTVE desde 2018, ha sido seleccionado como caso de estudio por su singularidad dentro del panorama mediático: se trata de una iniciativa de divulgación arquitectónica institucional, producida desde un medio público generalista, que ha logrado integrar de forma explícita temas relacionados con el género, el cuidado, la accesibilidad o la sostenibilidad, sin recurrir a un lenguaje exclusivamente técnico ni elitista. Esta selección responde al interés del presente trabajo por explorar diferentes escalas y formatos de comunicación, y por analizar cómo la perspectiva de género puede ser incorporada no solo desde el activismo o los márgenes, sino también desde plataformas de gran alcance.

En términos tipológicos, *Escala Humana* representa el caso de un programa audiovisual de larga duración, que combina entrevistas, reportajes y narración en primera persona, y apuesta por mostrar una arquitectura cercana a la experiencia cotidiana. Su inclusión en esta selección contribuye a ampliar el espectro de estrategias comunicativas analizadas, demostrando cómo es posible generar nuevos imaginarios arquitectónicos desde entornos institucionales, alcanzando a públicos diversos a través de narrativas sensibles, accesibles y con voluntad transformadora.

Hay tres figuras importantes para entender el programa: Jaume Clèries como director, Núria Moliner como presentadora y asesora de contenidos y Jaume Prat como arquitecto, además de otras 4 personas que conforman el núcleo del programa.



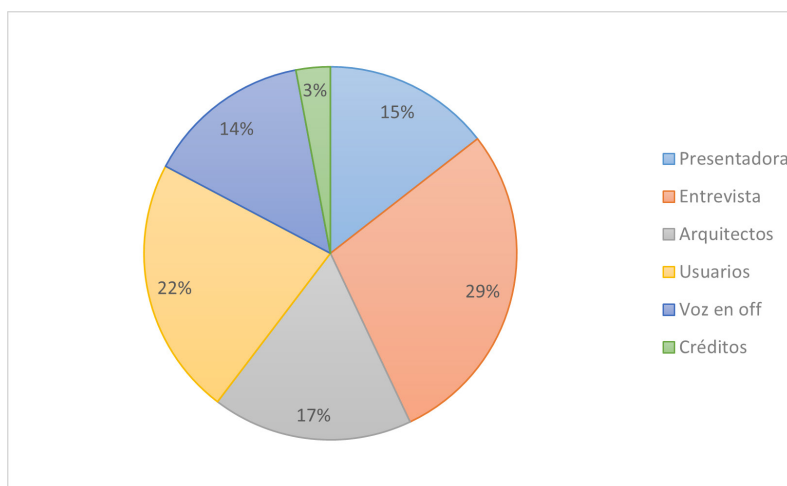
6.5.1.2. Núria Moliner presentando Escala Humana.

La iniciativa es en un principio personal pero luego pasó a formar parte de la cadena pública, por lo que la productora recibió 3,4 millones de euros de 2020 a 2023.

Escala humana consta de 52 episodios; la primera temporada fue emitida desde el 9 de enero al 3 de abril de 2019, la segunda desde el 13 de enero hasta el 6 de abril de 2020, la tercera temporada desde el 7 de octubre hasta el 30 de diciembre de 2020 y la cuarta desde el día 6 de octubre hasta el 29 de diciembre de 2021.

Cada temporada está compuesta por diversos capítulos con temáticas distintas. Sin embargo, se puede observar uniformidad entre los capítulos ya que todos rondan los 28 minutos de duración y cada temporada se compone de 13 episodios.

Lo que pretendemos es sencillo: mirar lo que nos rodea después de habernos dado cuenta que nacemos, vivimos y morimos rodeados de arquitectura. La frase no es mía, si no de nuestro director, Jaume Clèries, alma mater del programa, que creyó en él incluso cuando el resto de los que nos habíamos implicado en su preparación creíamos que se quedaría en un proyecto que no pasaría del papel.¹⁰



6.5.1.3. Porcentajes de las distintas secciones de un episodio de Escala Humana. Elaboración propia.

10. Cita de un artículo de Jaume Prat.

En los capítulos de Escala Humana se pueden identificar diferentes secciones; destaca la entrevista que conforma un 29% del episodio, casi con el mismo porcentaje que la parte en la que los usuarios hablan sobre las obras con un 22%; tanto los arquitectos hablando de las obras como la parte en la que Núria habla como presentadora o hay voz en *off* presentan porcentajes similares cerca del 15%. Los créditos ocupan la mínima parte del episodio con un 3%.

6.5.1.4. Análisis de los episodios que hablan de género. Elaboración propia

*0: no aparece ninguna mujer.

1: se les da visibilidad.

½: aparecen mujeres.

¼: aparecen muy poco.

	GÉNERO		GÉNERO		GÉNERO		GÉNERO
T1xE1	0	T2xE1	1	T3xE1	½	T4xE1	¼
T1xE2	1	T2xE2	½	T3xE2	1	T4xE2	0
T1xE3	½	T2xE3	½	T3xE3	0	T4xE3	1
T1xE4	¼	T2xE4	1	T3xE4	½	T4xE4	¼
T1xE5	1	T2xE5	½	T3xE5	1	T4xE5	¼
T1xE6	0	T2xE6	0	T3xE6	¼	T4xE6	0
T1xE7	½	T2xE7	½	T3xE7	1	T4xE7	½
T1xE8	1	T2xE8	1	T3xE8	1	T4xE8	1
T1xE9	½	T2xE9	¼	T3xE9	½	T4xE9	1
T1xE10	0	T2xE10	¼	T3xE10	½	T4xE10	1
T1xE11	1	T2xE11	1	T3xE11	¼	T4xE11	½
T1xE12	1	T2xE12	1	T3xE12	¼	T4xE12	½
T1xE13	¼	T2xE13	1	T3xE13	¼	T4xE13	½

Analizando todos los capítulos se descubre que el 36,5% de ellos están dando visibilidad a las mujeres, haciendo hincapié en el décimo episodio de la cuarta temporada que está dedicado enteramente a arquitectas. El 13,4% de los episodios no tienen presencia femenina.

6.5.1.5. Tabla share por temporadas de Escala Humana.

ESPECTADORES	SHARE 1ª T	SHARE 2ª T	SHARE 3ª T	SHARE 4ª T
132.000-259.000	0,90%	1,20%	1,20%	1,30%

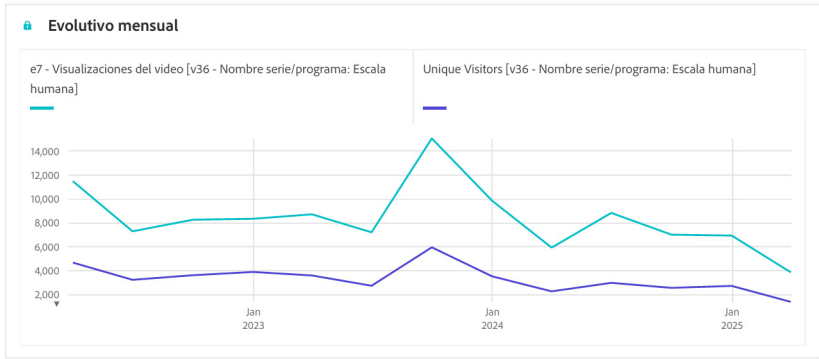
En cuanto a las audiencias de Escala Humana el *share*¹¹ osciló entre el 0,8 y el 2,5 % que, en números de espectadores se situó entre los 132.000 y los 259.000 por programa.

El promedio del *share* fue subiendo de temporada en temporada. Así, en la primera se situó en el 0,9 %; en la segunda y tercera, en un 1,20 % y en la cuarta, en un 1,30 %. Hay que tener en cuenta, también, que el horario de emisión oscilaba entre las 20 y las 21 horas, un horario copado por los telediarios.

Los datos anteriores corresponden al momento de emisión del programa, sin embargo, a lo largo de los años ha ido disminuyendo la audiencia de cada episodio en la plataforma RTVE Play. Desde el año 2022 hasta el 2025 han recibido 108 visualizaciones¹² al mes, sin embargo, son 38 los visitantes únicos en ese mismo período de tiempo.

11. El *share* se utiliza para medir el porcentaje de espectadores que ven un programa de televisión respecto al total de televisiones que hay encendidas en el momento.

12. Datos proporcionados por el Área de audiencias digital del Archivo de RTVE.



6.5.1.6. Evolución de las visualizaciones de Escala Humana desde el año 2022 al 2025. Datos proporcionados por el Área de audiencias digital del Archivo de RTVE.

A continuación, se muestra una gráfica con la evolución de la audiencia, aunque hay momentos con picos de audiencia se observa un claro descenso de estas.

Ranking consumo VOD	
VOD	
e7 - Visualizaciones del video	
Unique Visitors	
v30 - Nombre del audio/video (advanced)	
Page: 1 / 1 Rows: 100 1-97 of 97	
	105,626 out of 1,640,016,387
	35,309 out of 96,933,280
1. Escala humana - Perspectivas	12,095 11.5%
2. Escala humana - Mirando al mar	4,346 4.1%
3. Escala humana - Verde que te quiero verde	4,188 4.0%
4. Escala humana - Maneras de vivir	3,600 3.4%
5. Escala humana - De diseño	3,590 3.4%
6. Escala humana - Es brutal	3,556 3.4%
7. Escala humana - Rebelion en las aulas	3,364 3.2%
8. Escala humana - Kilometro cero	2,915 2.8%
9. Escala humana - Arquitectas con "A"	2,896 2.7%

6.5.1.7. Ranking de consumo VOD. Datos proporcionados por el Área de audiencias digital del Archivo de RTVE.

Observando el *ranking* de consumo VOD¹³ se obtiene el episodio más visto, en este caso corresponde al último episodio emitido denominado «Perspectivas». El capítulo especial sobre arquitectas ocupa la novena posición en el ranking, por lo que obtiene bastante audiencia comparado con los 96 episodios restantes.

Esta iniciativa ha recibido numerosos premios: en 2019 ganó el Premio Especial de Arquitectura y Sociedad del Colegio Oficial de Arquitectos de Sevilla (COAS), en 2020 el Premio Especial a la labor de divulgación Life Hábitat y en 2021 el Premio en la Muestra de Investigación XV BEAU (Bienal Española de Arquitectura y Urbanismo).

13. Ranking de consumo VOD es la clasificación de los contenidos más consumidos en la plataforma. Procede del inglés Video On Demand (VOD).

6.5.2 Caso de estudio 6.2: Animals Arquitectes

6.2.1. Frame del episodio de H Arquitectes en Animals Arquitectes.



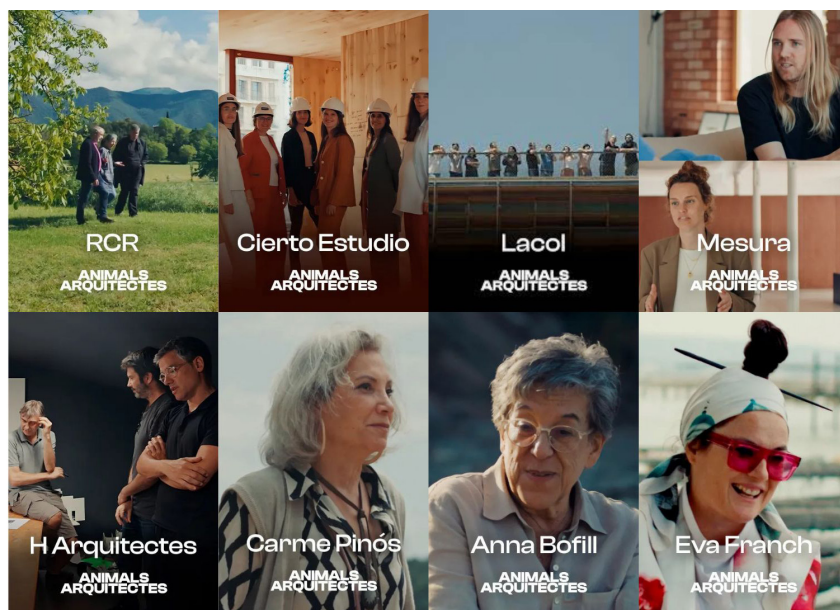
Animals Arquitectes es un programa de la televisión presentado y dirigido por Núria Moliner, se vuelve a escoger como caso de estudio un programa audiovisual ya que parte del equipo de Escala Humana participa en este programa, por lo que podría considerarse una evolución del anterior. En este caso la perspectiva es completamente diferente, ya que es un programa el cual destina cada capítulo a un estudio de arquitectura.

El proyecto comenzó en el año 2023, cuando Núria y Matilda Vidal, realizadora de televisión y fotografía, coincidieron en el programa Escala Humana y quisieron continuar trabajando juntas dándole visibilidad a la arquitectura. Nació la idea del proyecto y lo presentaron al concurso público “la crida” de tv3 donde participaban más de doscientos proyectos, y fueron seleccionadas.

Tuvimos mucha suerte en que nos seleccionaran, pero no teníamos dudas de que era el momento en que la arquitectura ocupara su lugar en la televisión pública porque la arquitectura es cultura.¹⁴

La primera temporada del programa se estrenó en 3Cat y después en TV3, y está formada por 8 capítulos monográficos con una duración de 30 minutos. Cada episodio está dedicado a una arquitecta/o o estudio: Anna Bofill, H Arquitectes, LaCol, Carme Pinós, Mesura, Ciertto Estudio y Eva Franch. La primera temporada iba a cargo de la productora Teideees, sin embargo,

14. Cita de Matilda Vidal.



6.2.2. Collage de las portadas de los capítulos de *Animals Arquitectes*. Elaboración propia.

la segunda se está realizando con la productora Prestalgia, la productora de Núria Moliner y Judith Francisco.

El equipo está conformado por 10 personas más el operador de dron. Co-dirigen juntas Núria y Matilda, además cuentan con Camilo Villaverde un guionista que también trabajó en *Escala Humana*. En la primera temporada contaron con Anna Llarch como segunda guionista y en la segunda temporada cuentan con la guionista Núria Bonet. Además de Aitor Navarro como director de fotografía, Joel Rojas de montador, Kote García con el grafismo, los drones a cargo de Ramir de Aerial Productions.

La selección de las protagonistas fue muy estudiada, tenían claro que querían visibilizar a muchas arquitectas que se habían quedado bajo la sombra de sus parejas o socios, pero también querían mostrar que hay maneras de construir de forma consciente, e incluso otras maneras de vivir cómo las que promueven las cooperativas de viviendas. También tratan temas como la rehabilitación, la importancia de los materiales locales y la recuperación de la arquitectura de nuestros antepasados.

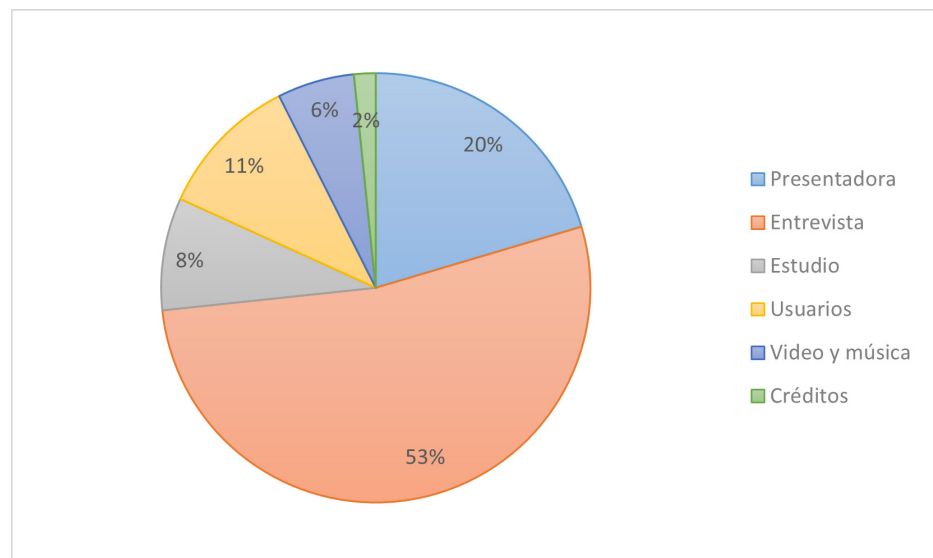
El programa ha llegado a todo tipo de público gracias a la labor de la presentadora, que ha conseguido crear un vínculo emocional con el espectador a través de las historias personales que cuentan en las entrevistas, de esta manera se han separado del enfoque de *Escala Humana*.

Además de la elaboración del documental, se han acompañado de contenido divulgativo en redes sociales para difundir el programa, llegando así a otro tipo de público a través de plataformas como Instagram y TikTok. Tienen una estrategia muy pautada en consenso con 3Cat, para cada episodio elaboran: una cápsula de promoción del capítulo con la protagonista, una cápsula de divulgación de Núria explicando un concepto relacionado con el episodio, 3 cápsulas de tres momentos destacados del programa, una pieza rodada con la presentadora para promocionar la nueva temporada, una promoción de temporada y un artículo periodístico.

La primera temporada de *Animals Arquitectes* está formada por 8 capítulos con un tiempo de duración similar. El primer episodio está dedicado a Anna Bofill con una duración de 30 minutos 23 segundos; el segundo episodio de H Arquitectes dura 33 minutos 25 segundos. La cooperativa La Col es la protagonista del tercer episodio con una duración de 30 minutos 52 segundos; el cuarto episodio dedicado a RCR dura 32 minutos 25 segundos. Carme Pinós es la protagonista del quinto episodio con una duración de 35 minutos y 9 segundos. El sexto episodio está dedicado a Mesura, tiene una duración de 27 minutos, 49 segundos. El séptimo episodio lo protagoniza Cierto Estudio con una duración de 30 minutos 13 segundos. Por último, el octavo episodio está dedicado a Eva Franch y dura 25 minutos 59 segundos.

Como podemos observar, la duración media de los capítulos es de 31 minutos 54 segundos.

6.2.3. Porcentajes de las distintas secciones de un episodio de *Animals Arquitectes*.
Elaboración propia.



La mitad del episodio está formado por la entrevista con un 53%. Del resto del tiempo restante, Núria habla durante el 20%, seguido de los usuarios 11%, el propio estudio 8%, la parte con música e imágenes de la obra 6%, y por último los créditos que ocupan un 2% de cada episodio.

Los contenidos digitales de *Animals Arquitectes* han acumulado 5,25 millones de reproducciones de video y han generado casi 110.000 interacciones. El alcance medio por publicación ha sido de 56.500 usuarios, destacando las publicaciones en Instagram que han superado los 100.000 de media.

Los dos contenidos de video más vistos en redes han superado las 500.000 reproducciones, uno de TikTok sobre la Casa 1413 de H Arquitectes (con 726.000 reproducciones) y el de La Borda, de La Col, en Instagram (con casi 500.200 reproducciones). En la plataforma 3Cat acumula 126.000 reproducciones. El capítulo más consumido hasta ahora de la plataforma ha sido el dedicado a Anna Bofill con más de 36.000 reproducciones, seguido del dedicado al estudio H Arquitectes con 21.400.

Esta iniciativa fue finalista en la IX edición de Arquia como mejor programa cultural de los Premios Zapping de televisión.

7. ANÁLISIS COMPARATIVO

Una vez desarrollados los casos de estudio de forma individual, este capítulo proporciona un análisis comparativo que permita identificar patrones comunes, estrategias discursivas recurrentes, diferencias de enfoque y niveles de impacto entre las distintas iniciativas seleccionadas. Lejos de buscar una jerarquía entre ellas, se trata de poner en diálogo propuestas de distinta naturaleza, ya sean institucionales, independientes o digitales, para comprender cómo se está comunicando la arquitectura desde una perspectiva de género en contextos y formatos diversos. Este ejercicio comparativo permite reconocer qué recursos formales, qué tipos de contenido y qué modos de relación con el público resultan más eficaces a la hora de cuestionar el canon, visibilizar otras voces y generar nuevas formas de narrar la arquitectura. Asimismo, el análisis ofrece una base crítica para pensar futuras estrategias de comunicación más inclusivas, así como para detectar vacíos o líneas de trabajo aún por explorar.

7.1 Enfoques

El análisis comparativo de enfoques permite observar cómo se articula la perspectiva de género en cada una de las iniciativas seleccionadas, y hasta qué punto esta atraviesa los temas tratados, las formas de enunciación y las estrategias narrativas utilizadas. Atender a los enfoques no implica solo revisar los temas abordados, sino también considerar qué arquitecturas se muestran, qué voces se privilegian y qué sensibilidades se transmiten. En algunos casos, el enfoque de género es explícito y vertebrata toda la propuesta comunicativa, en otras se manifiesta de forma más transversal. Este apartado busca identificar regularidades y matices en la forma en que cada iniciativa construye sus discursos, y valorar hasta qué punto logran generar nuevos imaginarios o proponer modelos más inclusivos.

	Visibilización de mujeres		Organización de actividades		Difusión resultados de investigación		Aportación gráfica	
	Publicación de biografías	Publicación de sus obras	Centradas en perspectiva de género	Docentes	Publicaciones científicas	Otros medios	Planos	Fotografías
NAM		x	x	x	x	x	x	x
Un día Una arquitecta	x	x	x	x	x	x	x	x
Musas de Vanguardia	x	x	x	x		x	x	x
Feminismo/s					x	x	x	x
Núria Moliner	x	x	x			x	x	x
Escala Humana		x				x		x
Animals Architectes	x	x				x	x	x

Figura 7.1.1.

Partiendo de la clasificación realizada en: Ruiz-Morote Tramblin, Laura; Pérez-Moreno, Lucía C. (2024). *Espacio virtual y activismo feminista. Cuentas en español para visibilizar mujeres arquitectas en Instagram y Twitter.*

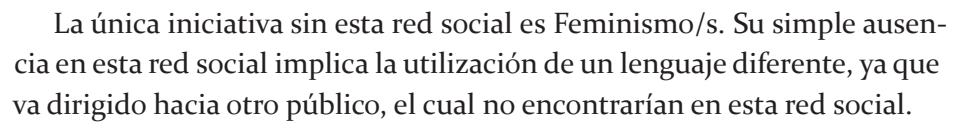
En el análisis de los enfoques de las distintas iniciativas se han identificado cuatro temáticas principales. La primera corresponde a la visibilización de mujeres arquitectas, que se manifiesta fundamentalmente a través de dos subcategorías: la difusión de biografías y la publicación de obras arquitectónicas realizadas por ellas. La segunda categoría es la organización de actividades, pueden tener un carácter divulgativo o formativo, como charlas, talleres o programas docentes. La tercera categoría hace referencia al medio por el que difunden los resultados de la investigación, algunas iniciativas optan por publicaciones científicas mientras que otras utilizan medios alternativos como redes sociales, blogs o formatos audiovisuales. Por último, se ha considerado como cuarta categoría la presencia de aportación gráfica, es decir, el uso de planos, fotografías o diagramas que complementen el contenido discursivo.

A partir de esta clasificación se puede observar patrones clave, como el hecho de que las iniciativas más completas sean NAM y Un día | Una Arquitecta, dos proyectos que han apostado por la utilización de diferentes medios, alejados de los convencionales. Los dos programas de televisión no organizan actividades, a diferencia del resto de iniciativas que generan un marco del que surgen nuevos proyectos tales como charlas o exposiciones. Feminismo/s se caracteriza por ser la iniciativa más académica, ya que se limitan a las publicaciones científicas, pero apenas se comparten resultados en otros medios, por ello se puede prever que su público objetivo es el mundo académico.

Prácticamente todas las iniciativas presentan los dos tipos de aportaciones gráficas esperados, los planos y las fotografías o videos sobre las obras. Sin embargo, en Escala Humana apenas se ven planos de las obras, se sustituyen por unos diagramas sencillos que permiten comprender al espectador los diferentes espacios que componen un edificio. Siempre con un grafismo de formas geométricas simples y colores, acompañado de una explicación, incluso en ocasiones, dibujados por la propia Núria Moliner.

Un elemento clave en los contenidos es el lenguaje que emplean, podemos observarlo mediante los hashtags que utilizan en la red social Instagram.

Hashtags mayoritarios
de las cuentas: 1 NAM, 2
Un Día | Una Arquitecta,
3 Musas, 4 Núria. Fuente:
Not Just Analytics.



7.2 Equipos

Los equipos que lideran las distintas iniciativas analizadas reflejan no solo distintas formas organizativas, sino también distintas maneras de entender la autoría, la comunicación y el feminismo en arquitectura. Desde colectivos horizontales hasta plataformas personales o estructuras institucionales, la composición y funcionamiento de estos equipos incide directamente en su alcance, en la estrategia de comunicación y en el tipo de contenido generado. Este apartado analiza cómo se configuran, qué tipo de liderazgo ejercen y qué impacto tiene esta configuración en la construcción de nuevas narrativas arquitectónicas.

Hay equipos institucionales o académicos como NAM y Feminismo/s, los cuales suelen tener una estructura jerárquica, con figuras de liderazgo académico que responden a convocatorias públicas. Aportan rigor y continuidad, pero en ocasiones, menos agilidad comunicativa.

Otros equipos son horizontales o colaborativos, como es el caso de Un Día | Una Arquitecta y Musas de Vanguardia. Promueven la autoría distribuida, la co-creación y la participación abierta, esto les aporta flexibilidad y autenticidad, pero puede limitar la sistematización.

A diferencia de las anteriores, también aparecen iniciativas unipersonales con redes de colaboración, este es el caso de Núria Moliner. Estas iniciativas tienen una voz clara y fuerte, con control directo sobre el discurso y la estética. En ocasiones, se corre el riesgo de personalizar en exceso la narrativa o depender del carisma individual.

En los contextos institucionales hay un esfuerzo por consolidar equipos diversos y con trayectorias académicas reconocidas.

En iniciativas más activistas o digitales, la figura de la mujer como impulsora adquiere un papel clave para conectar el contenido con la audiencia, como ocurre en el caso de Luciana y Mara.

En todos los casos seleccionados, las mujeres lideran o colideran los equipos, esto supone no solo un cambio en el contenido, sino también en el enfoque metodológico, el tono y las prioridades comunicativas: se habla de cuidados, la colectividad, lo emocional o lo cotidiano como temas legítimos.

Las autorías colectivas han derivado en la descentralización del discurso arquitectónico, alineado a los principios de la horizontalidad y el reconocimiento de múltiples voces por encima del reconocimiento individual.

7.3 Contenidos

Más allá de la estructura de los quipos o de las plataformas utilizadas, un elemento fundamental en el análisis comparativo es cómo cada iniciativa aborda la arquitectura desde una perspectiva de género en cuanto a contenidos. No se trata únicamente de visibilizar a mujeres arquitectas, sino de transformar el propio enfoque disciplinar: qué historias se cuentan, qué temas se priorizan, qué formas de habitar se consideran relevantes.

1. De la biografía a la política del espacio.

Muchas iniciativas comienzan por reconstruir genealogías femeninas (biografías, proyectos, trayectorias), como forma de corregir el relato histórico sesgado como lo hacen *Un Día | Una Arquitecta*, *Musas de Vanguardia* o *NAM*. Sin embargo, otras van más allá y problematizan la arquitectura misma desde una mirada feminista: cuestionan la normatividad del habitar, los roles de género en el espacio doméstico, la invisibilización de los cuidados o las formas de sociabilizar alternativas.

2. Temas emergentes desde una mirada feminista.

Algunos de los temas recurrentes en los contenidos de estas iniciativas son:

- La vivienda y el cuidado, no solo desde la función, sino desde la experiencia encarnada del habitar.

- La mujer como usuaria, clienta o planificadora, que introduce necesidades y valores diferentes: seguridad, accesibilidad, flexibilidad y emocionalidad.

- La dimensión afectiva del espacio: lugares de encuentro, de crianza, duelo, alegría, muchas veces omitidos en la narrativa arquitectónica heroica.

- El tiempo como dimensión arquitectónica: no solo cronológico, sino cíclico, cotidiano, íntimo.

- Los cuerpos diversos: no normativos, no productivos, que requieren otra espacialidad.

3. Modos de narrar desde el género.

Hay un cambio, no solo en el qué se dice, sino en el cómo se cuenta: se incorporan relatos personales, registros emocionales, anécdotas, subjetividades. Estas formas de contar también son contenidos: decir «yo» en arquitectura es una forma política de romper con la supuesta neutralidad disciplinar.

7.4 Financiación

Figura 7.2.1.

Financiación y entidad de las iniciativas. Elaboración propia.

	Cantidad	Apoyo institucional	Tipo
NAM	107.853,72	Generalitat Valenciana	Pública
Un día Una arquitecta	–	–	Privada
Musas de Vanguardia	–	CCEBA	Privada
Feminismo/s	11.544,06	Vicerrectorado **	Pública
Núria Moliner	–	–	–
Escala Humana	3,4 millones	RTVE	Pública
Animals Arquitectes		3cat	Pública

*Centro Cultural de España en Buenos Aires

***Desde 2024 hasta el año 2014

***De la Universidad de Alicante

Según los casos de estudio hay tres modelos de financiación claros muy relacionados con la ideología de los proyectos. A continuación se presenta una clasificación de los modelos económicos:

- a. Financiación institucional pública.
Ejemplos: NAM, Feminismo/s, Escala Humana.
Características: fondos europeos, universidades, ministerios o cadenas públicas.
Ventajas: permiten continuidad, impacto a gran escala y visibilidad institucional.
Riesgos: pueden implicar dependencia de convocatorias, lentitud administrativa y menor flexibilidad creativa.
- b. Proyectos auto-gestionados o autofinanciados.
Ejemplos: Un Día | Una Arquitecta, fase inicial de Musas de Vanguardia.
Características: trabajo voluntario, tiempo personal, redes colaborativas.
Ventajas: total libertad discursiva, independencia, mayor rapidez y adaptabilidad.
Riesgos: riesgo de precarización del trabajo cultural feminista, agotamiento de sus integrantes, y menor visibilidad fuera de nichos especializados.

c. Modelos mixtos y colaboraciones privadas.

Ejemplos: *Animals Architectes*, ya que cuenta con financiación de medios públicos, producción profesional y estrategia en redes.

Características: participación en concursos, alianzas con productoras o instituciones mixtas.

Ventajas: permiten profesionalización sin renunciar a parte del control creativo.

Riesgos: dependencia de lógicas de marketing o de rendimiento audiovisual que puedan diluir el contenido crítico.

7.5 Situación en redes, tiempos y audiencias

SITUACIÓN EN REDES

Para continuar el análisis, se realiza una comparativa del uso de redes sociales por parte de las iniciativas.

Figura 7.3.1.

Comparativa de uso de las redes sociales por parte de las iniciativas. Elaboración propia.

	INSTAGRAM	X	FACEBOOK	YOUTUBE	TIKTOK	LINKEDIN
NAM	X	X		*1		X
Un día Una arquitecta	X			X		
Musas de Vanguardia	X			*2		
Feminismo/s		X	X			
Núria Moliner	X	X			*3	X
Escala Humana	X	X		*4		
Animals Architectes	*5			*6	*7	

*1 Sus conferencias están subidas a la cuenta de Youtube del Colegio Territorial de Arquitectos de Alicante.

*2 Suben sus charlas a Youtube a través del Centro Cultural de España en Buenos Aires (CCEBA).

*3 Aparece en Tiktok hablando sobre Animals Architectes en la cuenta de 3Cat.

*4 Encontramos fragmentos de sus episodios en Youtube en la cuenta de La 2.

*5 Núria Moliner sube reels sobre Animals Architectes a su cuenta de Instagram junto con som3cat.

*6 Encontramos los episodios del programa en la cuenta de Youtube de 3Cat.

*7 Aparece en Tiktok hablando sobre Animals Architectes en la cuenta de 3Cat.

Instagram es la plataforma que más se emplean para difundir, por ello se realiza un estudio más detallado de cada una de las cuentas. Primero se realiza una toma de datos a fecha 23 de abril de 2025 del número de seguidores, publicaciones, fecha del último post y fecha de creación de la cuenta.

Figura 7.3.2.

Cuentas de Instagram en datos. Elaboración propia.

Usuario	INSTAGRAM			
	Creación cuenta	Último Post*	Seguidores	Nº posts
nam.miradassituadas	2022 julio	2025 abril	1.018	144
undia.unaarquitecta	2021 julio	2025 abril	7.099	132
musas_de_vanguardia	2022 mayo	2024 octubre	756	392
Feminismo/s	—	—	—	—
nuria_moliner	2011 junio	2025 abril	65.400	567
escalahumanatve	2019 enero	2021 diciembre	7.137	87
som3cat**	2013 septiembre	2025 abril	597.000	9.176

* A fecha 23/04/2025

** Animals Architectes a través de som3cat

Las cuentas más antiguas son @nuria_moliner y @som3cat creadas en 2011 y 2013 respectivamente. Seguidas de @escalahumanatve en 2019, y @undia.unaarquitecta en 2021. Por último @nam.miradassituadas y @musas_de_vanguardia se crearon en 2022.

El caso de @undia.unaarquitectura es singular, ya que su cuenta existe en X desde 2015, año en el que comenzó la iniciativa, hasta 2019 cuando se terminan de publicar las biografías.

En cuanto al número de seguidores destaca @som3cat como publicador del contenido de Animals Architectes con 597.000 seguidores. De los casos de estudio destaca Núria Moliner con 65.400 seguidores, seguida por el resto de las iniciativas con menos de 10.000 seguidores.

@nuria_moliner es la cuenta con mayor número de publicaciones en Instagram, seguida por @musas_de_vanguardia (392), @nam.miradassituadas (144), @undia.unaarquitectura (132) y @escalahumanatve (87). La cuenta @som3cat supera a todas las anteriores con 9.176 publicaciones, ya que comparten contenido de diferentes programas de la plataforma, por ello no es considerada como caso de estudio.

Usuario	X*			
	Creación cuenta	Último post**	Seguidores	Nº posts
nam_arquitectas	2023 junio	2025 abril	117	333
undiaunaarq	2015 junio	2019 mayo	1.895	2.706
musas de vanguardia	—	—	—	—
rev_feminismos	2020 enero	2025 enero	110	60
nuria_moliner	2011 septiembre	2025 abril	8.261	4.432
escalahumanatve	2019 enero	2020 diciembre	6.188	513
animals arquitectes	—	—	—	—

* Anteriormente llamada Twitter

** A fecha 23/04/2025

Figura 7.3-3.

Cuentas de X en datos.
Elaboración propia.

A diferencia de la red social anterior, ni Musas de Vanguardia ni *Animals Architectes* tienen cuenta en X; sin embargo, encontramos @rev_feminismos, cuya cuenta se abrió en enero de 2020 y está activa actualmente. De esta manera observamos que hasta la iniciativa más académica se ayuda de las redes sociales para compartir sus resultados.

La mayoría de las cuentas realizan publicaciones compartidas, excepto Escala Humana que se limitó a compartir fragmentos del programa sin asociarse a ninguna cuenta más. Con estas colaboraciones se consigue una mayor audiencia.

AUTORÍA	colaborativas	solas
nam.miradassituadas	76,25%	23,75%
undia.unaarquitectura	88,13%	11,87%
musas_de_vanguardia	31,89%	68,11%
nuria_moliner	56,36%	43,64%
escalahumanatve	00,00%	100,0%

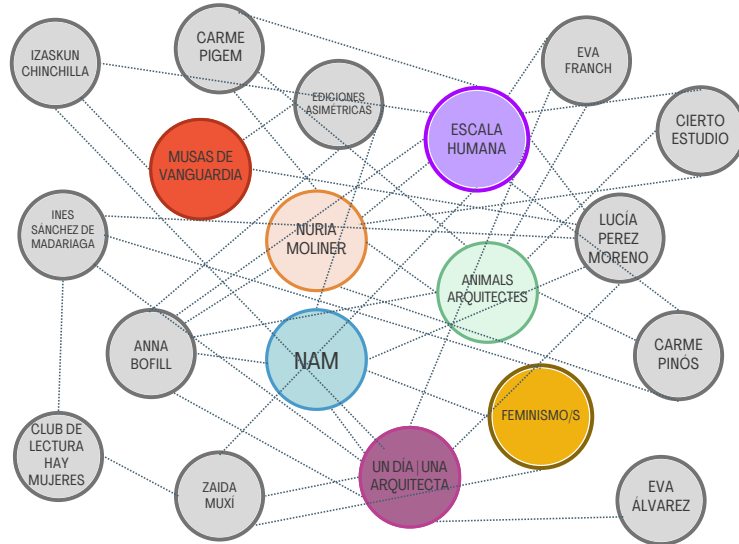
Figura 7.3-4.

Autoría de las publicaciones de Instagram. Elaboración propia.

Todas estas iniciativas conforman una red, evitando crecimientos disgregados de manera que todas parten de las mismas informaciones y el avance de una iniciativa supone el avance de todas.

Figura 7.3.5.

Diagrama de relaciones entre iniciativas. Elaboración propia.



TIEMPOS

Teniendo en cuenta el medio principal de difusión hablada de cada iniciativa podríamos ver el formato y duración de sus intervenciones:

Figura 7.3.6.

Tabla comparación de formatos. Fuente: elaboración propia.

	Duración	Formatos
NAM	1:19:00	Charla
Un día Una arquitecta	0:10:32	Vídeo Corto
Musas de Vanguardia	1:37:00	Charla
Feminismo/s	—	—
Núria Moliner	0:01:04	Reels
Escala Humana	0:28:20	Episodio
Animals Architectes	0:31:54	Episodio

En el caso de NAM publican videos en YouTube con charlas comentando sus iniciativas con una duración media de 1 hora 19 minutos, en este caso emplean un formato de charlas. En el caso de Un día Una Arquitecta suben un video resumen de cada temporada cuya duración media es de 10 minutos 32 segundos. Musas de Vanguardia se caracteriza por sus encuentros y charlas que realizan en cada temporada, la duración media de estas charlas es de 1 hora 37 minutos. Feminismo/s no realiza este tipo de contenido. Núria Moliner emplea los reels para difundir contenido sobre arquitectas y los programas que presenta, en este caso apuesta por un formato de vídeo cortos, también conocidos como reels cuya duración media es de 1 minuto 4 segundos. Escala humana tiene 52 episodios con una duración de 28 minutos 20 segundos. Por último, los capítulos de *Animals Architectes*: 31 mi-

nutos 54 segundos. De esta manera, se puede observar claramente la relación directa que tiene el formato con la duración.

Un elemento clave en las creaciones audiovisuales son los diferentes momentos en las que se divide el episodio, diferenciando entre la entrevista y los testimonios de los usuarios, ya que enmarcan una conversación diferente.

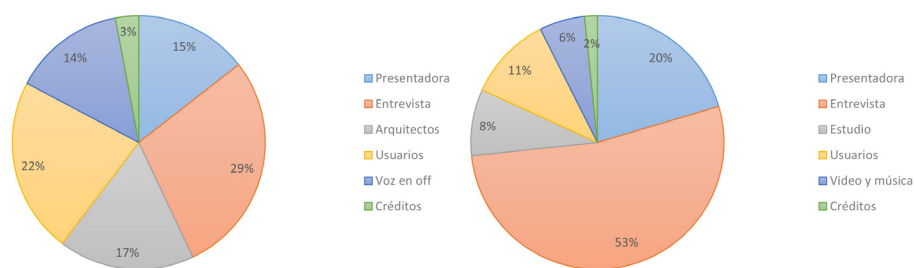


Figura 7.3.7.

Porcentajes de las distintas secciones de un episodio de *Escala Humana* y *Animals Arquitectes* respectivamente. Elaboración propia.

Analizando diferentes episodios de cada programa se llegan a encontrar seis categorías: parte presentada por Núria, la entrevista, testimonios de los arquitectos, testimonios de los usuarios, video con música o voz en *off* enseñando la obra y los créditos.

Ambos muestran un porcentaje similar en cuanto a la cantidad de tiempo que habla la presentadora, sin embargo, la fracción más llamativa es la correspondiente a la entrevista. En *Escala humana* ocupa un 29%, mientras que en *Animals Arquitectes* conforma más de la mitad del episodio con un 53%. De nuevo, otra de las grandes diferencias es la cantidad de tiempo de los testimonios, en el primer programa los arquitectos hablan un 17% del tiempo y los usuarios un 22%, conformando un 39% del total. Mientras que en el segundo los porcentajes disminuyen, los estudios hablan un 8% y los usuarios un 12%, sumando en total un 20% del total del episodio.

Mientras que en *Animals Arquitectes* se sigue una secuencia desde el exterior al interior, primero con introducciones individuales y después con un gran contenido de entrevista (53%); en *Escala Humana* se van contrapeando las diferentes partes, intercalando testimonios de usuarios con comentarios de arquitectos, colocándolos al mismo nivel de importancia. También destaca la incorporación de voz en *off* con imágenes de las obras, cuestión que no se observa en los capítulos del otro programa. Por ello los porcentajes están más repartidos en *Escala Humana*. De esta manera se conforman dos programas completamente diferentes en su composición, aunque con las mismas bases principales.

AUDIENCIAS

El blog Un día | Una arquitecta acumula 4 millones de visitas desde el inicio del blog. Sin embargo, Musas de Vanguardia en YouTube tiene una media de 463 visualizaciones y Núria Moliner cuenta con una media de visualizaciones de sus reels de 175.333 visualizaciones.

Figura 7.3.8.

*Datos de visualizaciones,
comentarios y likes en
Instagram. Elaboración propia.*

	Visualizaciones	Comentarios	Likes
NAM	1.249	4	46
Un día Una arquitecta	4.099	11	646
Musas de Vanguardia	334	0	25
Feminismo/s	–	–	–
Núria Moliner	175.333	56	4.422
Escala Humana	2.118	0	201
Animals Architectes	–	–	–

La cuenta de Núria Moliner es la que tiene mejores métricas, con 175.333 visualizaciones de media en sus publicaciones, 56 comentarios y 4.422 likes. Sin embargo, la iniciativa con menos impacto es Musas de Vanguardia con 334 visualizaciones de media, 25 likes y ningún comentario.

Figura 7.3.9.

*Nacionalidad de la audiencia.
Elaboración propia.*

	1º País	2º País	3º País
NAM	España	China	Chile
Un día Una arquitecta	–	–	–
Musas de Vanguardia	–	–	–
Feminismo/s	España	EE.UU.	España
Núria Moliner	España	–	–
Escala Humana	España	–	–
Animals Architectes	España	–	–

Podemos ver cómo todas las iniciativas tienen mucho impacto en España y algunas de ellas tiene mucha relación con Latinoamérica.

Por último, podemos observar el *engagement*¹⁵ que generan en la red social Instagram.

	<i>Engagement</i>	<i>Valor tipo</i>
NAM	4,85%	5,70%
Un día Una arquitecta	20,55%	4,00%
Musas de Vanguardia	6,33%	8,00%
Feminismo/s	–	–
Núria Moliner	5,01%	2,40%
Escala Humana	2,99%	4,00%
Animals Arquitectes	–	–

Figura 7.3.10.

*Engagement de las cuentas de Instagram.*¹⁶

Un día | Una arquitecta y Núria Moliner están por encima del *engagement* típico de cuentas similares. En concreto la iniciativa de Inés Moisset dista un 16,55%, por lo que es la cuenta con más interacción en redes sociales; la cuenta con menos interacción es la de Escala Humana.

Las redes sociales permiten romper barreras disciplinares y llegar a públicos no especializados, pero también imponen sus propias lógicas de consumo rápido, estética homogénea y algoritmos que invisibilizan contenidos más complejos o incómodos. Las arquitectas, tradicionalmente excluidas del relato, encuentran aquí espacios de revalorización simbólica, aunque muchas veces sin apoyo económico equivalente.

Los tiempos de producción feministas no siempre encajan en las exigencias del algoritmo o del *prime time*. Producir con cuidado, en comunidad y con rigor implica otros ritmos. Algunas iniciativas han priorizado la sostenibilidad emocional del equipo sobre la inmediatez, resistiendo así a los tiempos capitalistas de la visibilidad.

Es fundamental distinguir entre alcance (cuántas personas ven el contenido) e impacto (quién lo incorpora a sus prácticas y discursos). La cercanía de algunas iniciativas permite generar comunidad, no solo audiencia. Esta dimensión afectiva y relacional es clave para la comunicación feminista y transformadora.

La forma en la que estas iniciativas se insertan en el ecosistema digital no es neutra: cada elección de canal, formato y ritmo refleja un posicionamiento ideológico, una estrategia de visibilización y una forma de entender la arquitectura. En muchos casos, el medio no solo transmite el mensaje, sino que es parte del mensaje feminista que cuestiona jerarquías, promueve referentes y reclama nuevas formas de narrar la disciplina.

¹⁵. Se utiliza para medir el nivel de interacción real que tiene la audiencia con el contenido, es decir, comentan en sus publicaciones, comparten su contenido y le siguen.

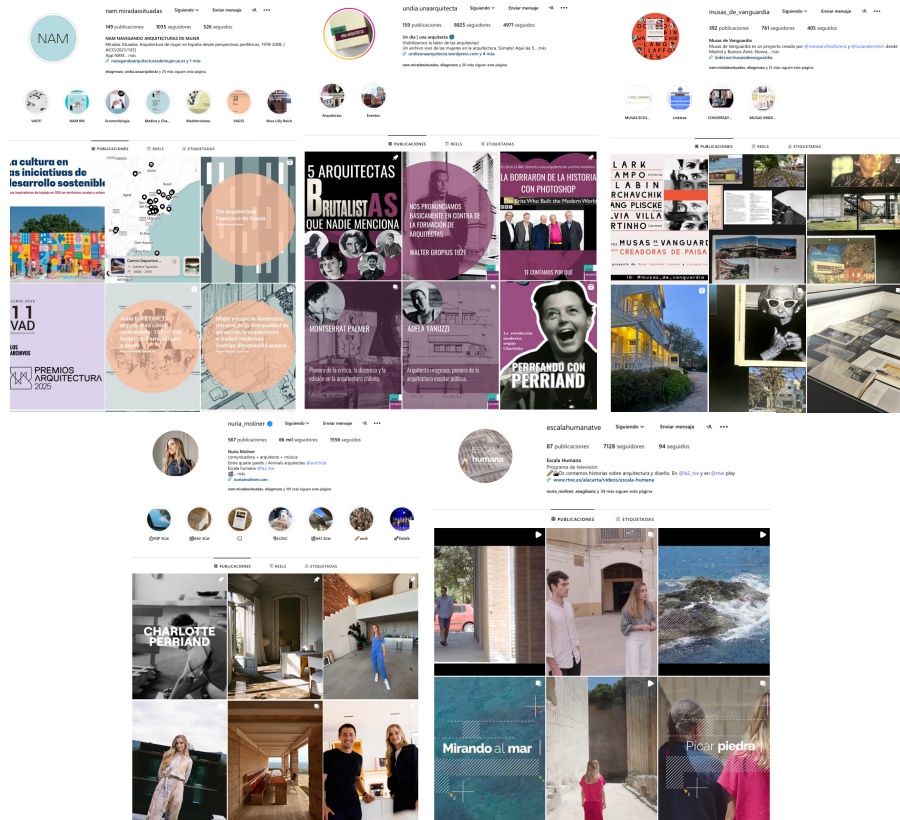
¹⁶. Datos aportados por el informe de Not Just Analytics.

7.6 Identidad visual

La identidad visual va asociada a una paleta de color representativa de las iniciativas, como es el caso de NAM con el azul que le caracteriza en su aplicación o Un día | Una arquitecta con el color morado. Sin embargo, no solo eso marca coherencia en el contenido, la tipografía, el orden y la continuidad en su discurso son factores clave.

Figura 7.4.1.

Fotografías de las cuadrículas de los perfiles de Instagram.



Uno de los factores clave en redes sociales es poder asociar la cuenta a una persona, al no ser una cuenta anónima genera más confianza y hará que los usuarios se sientan identificados. Un ejemplo perfecto es el caso de Núria Moliner, a ella le asociamos los programas Escala Humana y *Animals Arquitectes*, ya que es la cara visible detrás de esta iniciativa. Si Núria no fuera la presentadora y el programa se presentase simplemente con voz en off no llegaría tanto al público.

En Instagram podemos diferenciar dos tipos de publicaciones, los *reels* cuyo contenido en video consigue que la cuenta llegue a más gente y los posts, los cuáles se muestran a los seguidores de la cuenta principalmente.

	Tipo de publicación	Periodicidad
NAM	reel	3-4 días
Un día Una arquitecta	post	cada día
Musas de Vanguardia	post	3 días
Feminismo/s	–	–
Núria Moliner	reel	6 días
Escala Humana	reel	no activo
Animals Architectes	reel	–

Figura 7.4.2.
Tipos de publicaciones predominantes y frecuencia.
Elaboración propia.

Se realiza una toma de datos de los tiempos entre publicaciones durante el último año. Podemos ver que la iniciativa Un día | Una arquitecta es la que publica con más asiduidad, mientras que Escala Humana publicaba cada 17 días cuando estaba activa la cuenta.

Para Un día | Una arquitecta y Musas de Vanguardia son imprescindibles los posts, ya que 9 de cada 10 publicaciones son en este formato. Sin embargo, para NAM y Núria los *reels* son el elemento clave, ya que es el tipo de publicación que más repiten, 6 de cada 10 y 8 de cada 10 respectivamente.

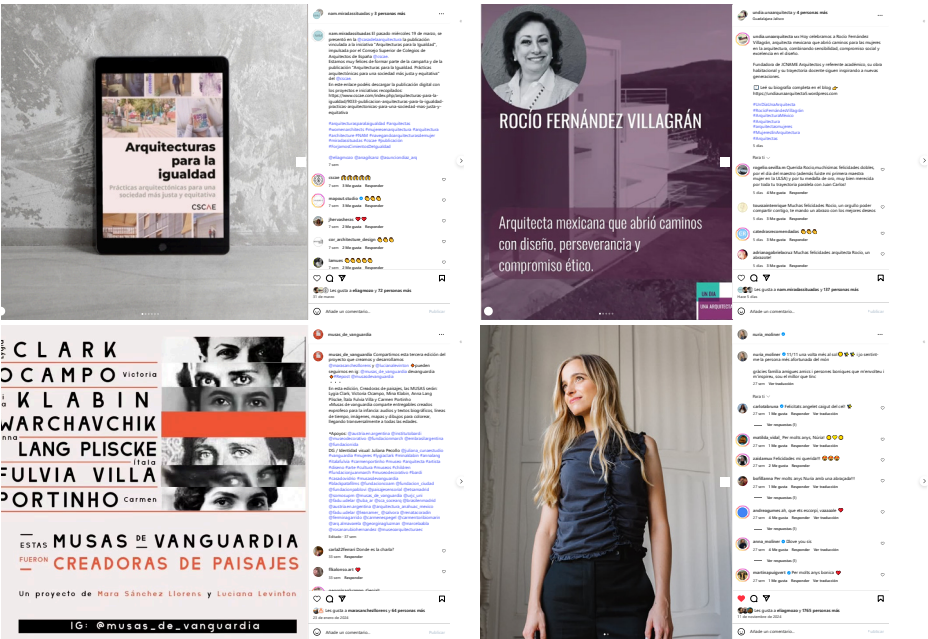
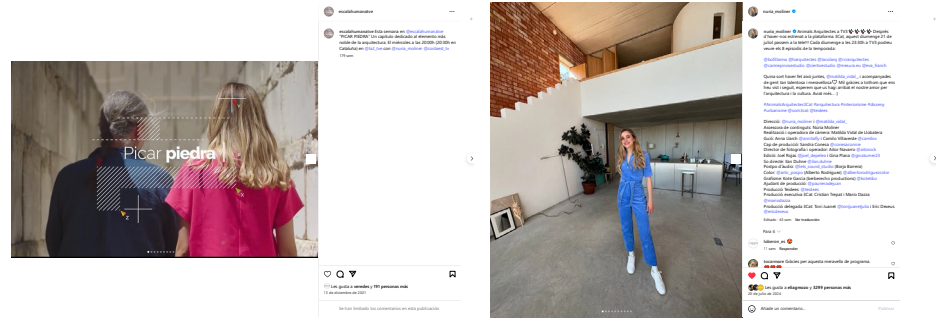


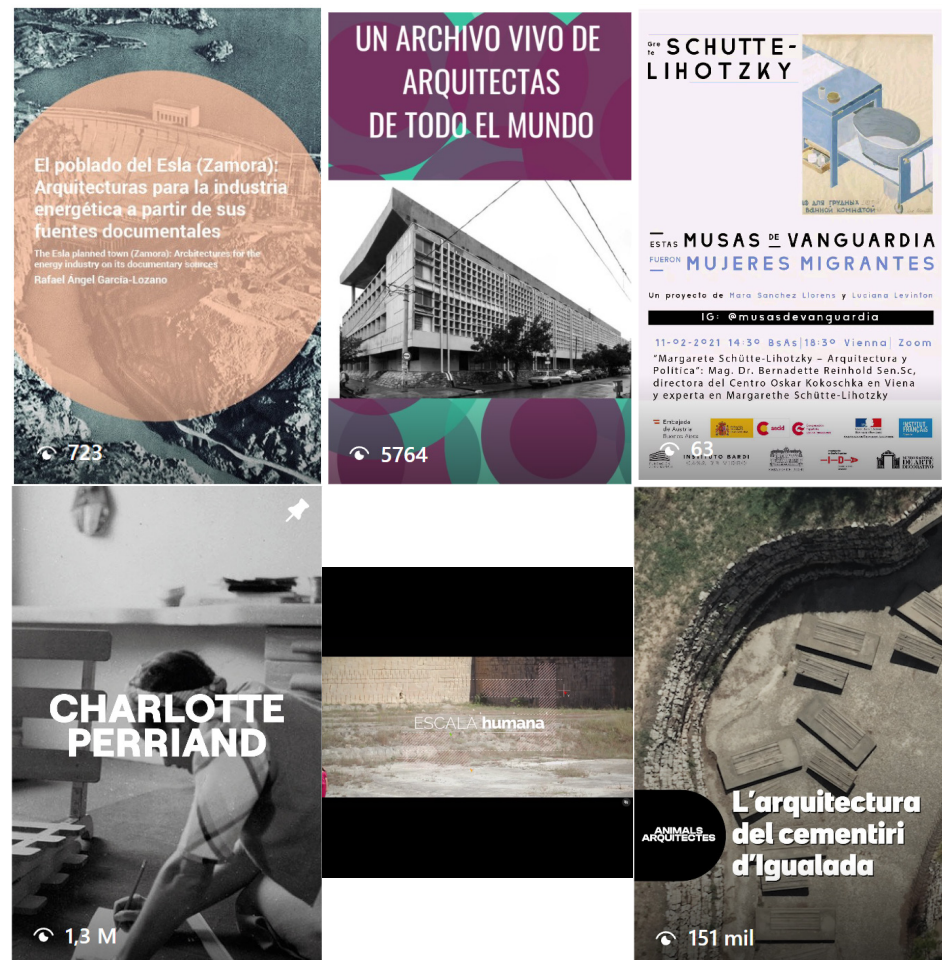
Figura 7.4.3.
Fotografías de los posts de los perfiles de Instagram.



Observamos algunas cuentas como @undia.unaarquitecta o @musas_de_vanguardia en las que se cuidan más las portadas de las publicaciones que las de los reels, ya que es el contenido en el que más se esfuerzan en publicar. Sin embargo, tanto @nam.miradassituadas, @nuria_moliner y las publicaciones de *Animals Arquitectes* se cuidan especialmente las portadas, ya que se tiene en cuenta el atractivo que estas aportan para los espectadores. La cuenta de @escalahumanatve tiene la intención de compartir fragmentos del programa y no crean contenido explícitamente para redes, por lo que observamos una estética descuidada, por ejemplo, manteniendo el formato horizontal pese a que los móviles consumen contenido en vertical.

Figura 7.4.4.

Fotografías de las portadas de los reels de los perfiles de Instagram.



Las historias de Instagram aportan una mirada más cercana, permitiendo compartir contenido que se borra 24 horas después de subirlo, es útil para compartir carteles de charlas, eventos o incluso lanzamientos de publicaciones. De esta manera se establecen lazos con los seguidores y permiten un seguimiento continuo de las iniciativas.

La mayoría de las cuentas realizan publicaciones compartidas, excepto Escala Humana que se limitó a compartir fragmentos del programa sin asociarse a ninguna cuenta más. Con estas colaboraciones se consigue una mayor audiencia.

El diseño como posicionamiento:

NAM y Feminismo/s:

- Utilizan identidades visuales sobrias, con códigos académicos o institucionales.
- Predominan paletas neutras, diagramación funcional y tipografías tradicionales.
- Se prioriza la legibilidad y el rigor por encima de la expresividad.

Un Día | Una Arquitecta:

- Construye una identidad versátil pero coherente en redes, combinando ilustraciones, fotografías y textos con un marcado carácter gráfico.
- Refuerza el archivo como estética: cada publicación es parte de una gran constelación visual.
- Apuesta por la claridad, pero también por el afecto; homenajear a las autoras con cuidado y belleza.

Musas de Vanguardia y *Animals Architectes*:

- Son los proyectos visualmente más experimentales. Integran animación, *collage*, color y una gramática híbrida entre el arte, la divulgación y la arquitectura.
- Rompen la neutralidad visual tradicional de lo académico y afirman una estética propia, identitaria y feminista, que interpela desde lo emocional y lo sensorial.

Núria Moliner:

- En Escala Humana y otras intervenciones, su presencia y forma de hablar configuran parte de la identidad del proyecto.
- El cuerpo es también discurso visual: el rostro, la voz, el ritmo, la ropa, la mirada.
- El proyecto visualiza la arquitectura como experiencia cotidiana, cercana y plural, en contraposición al relato heroico o hipermasculinizado tradicional.

En todos los casos, hay un esfuerzo consciente por alejarse de los lenguajes visuales dominantes en el relato arquitectónico. En su lugar, se busca crear estéticas desde el cuidado, el archivo, la voz múltiple y lo sensible.

Sin embargo, también hay tensiones: la profesionalización visual puede generar barreras de entrada para colectivos menos dotados técnicamente. La repetición de ciertos estereotipos feministas en cuanto a la estética (paletas pastel, formas orgánicas, tipografías suaves) corre el riesgo de generar nuevas normas implícitas.

Una identidad gráfica cuidada ayuda a que las iniciativas sean recordadas, compartidas y valoradas. Lo visual es parte de una estrategia para disputar espacio simbólico en una disciplina que históricamente ha invisibilizado a muchas mujeres.

8. Conclusiones

El presente trabajo ha tenido como objetivo analizar cómo determinadas iniciativas de comunicación abordan la arquitectura desde una perspectiva de género, a fin de comprender qué estrategias discursivas, formatos y canales están contribuyendo actualmente a transformar el imaginario arquitectónico tradicional. Frente a una historia de la arquitectura que ha excluido sistemáticamente a muchas profesionales y ha mantenido formas de representación profundamente sesgadas, estas iniciativas plantean nuevas formas de narrar, enseñar y difundir la disciplina, integrando otros valores, voces y miradas. La revisión del estado de la cuestión ha puesto en evidencia la escasa atención que, desde el ámbito académico, se le ha dedicado al cruce entre comunicación, arquitectura y género. Mientras los estudios sobre urbanismo y género, o vivienda y género, han ido ganando espacio en los últimos años, el análisis de cómo se comunica la arquitectura con enfoque feminista sigue siendo una línea incipiente. El mapeo realizado permite trazar una primera cartografía de proyectos, perfiles y plataformas que, desde distintos lugares y escalas, están impulsando ese cambio de relato.

La selección de casos de estudio ha respondido a la voluntad de mostrar la diversidad de formatos y enfoques existentes, desde medios institucionales como el programa Escala Humana de RTVE hasta cuentas de redes sociales, plataformas digitales o iniciativas de base activista. El análisis comparativo ha permitido identificar tanto los puntos en común como las diferencias en relación con los contenidos, el lenguaje utilizado, el tratamiento visual y los públicos a los que se dirigen. Uno de los hallazgos más relevantes es que la perspectiva de género no se limita a la visibilización de mujeres arquitectas, sino que se expresa también en la elección de temas tratados (cuidados, colectividad, cuerpo, sostenibilidad), en la forma en que se estructura el discurso y en la voluntad de cuestionar los valores establecidos por el canon disciplinar.

Asimismo, el estudio confirma que los canales de comunicación desempeñan un papel fundamental en la transformación del relato arquitectónico. Las redes sociales, los medios audiovisuales y los formatos híbridos permiten una mayor apertura hacia públicos no especializados, lo que favorece la construcción de un imaginario más inclusivo y cercano. Sin embargo, también se evidencian limitaciones, como la dependencia de ciertas dinámicas de visibilidad o la dificultad para mantener una línea editorial sólida y crítica en contextos marcados por la inmediatez y el consumo rápido de contenidos.

En conjunto, las iniciativas analizadas no solo contribuyen a ampliar el repertorio de referentes, sino que promueven una reflexión más profunda sobre qué arquitectura se valora, cómo se cuenta y desde qué lugar se produce conocimiento. Al integrar la perspectiva de género como herramienta crítica y propositiva, estas propuestas no solo revisan el pasado, sino que también abren posibilidades para imaginar otras formas de habitar, proyectar y comunicar en el presente y en el futuro.

El trabajo deja abiertas varias líneas de investigación que merecen ser desarrolladas en estudios posteriores, como el análisis del impacto real de estas iniciativas en los entornos académicos y profesionales, o la relación entre comunicación digital, activismo y pedagogía en arquitectura. En cualquier caso, resulta evidente que repensar la comunicación arquitectónica desde el género no es solo una cuestión de representación, sino una vía para transformar las estructuras profundas del discurso disciplinar.

En cuanto a las conclusiones finales, este trabajo ha buscado comprender cómo, más allá de nombrar a las ausentes, ciertas iniciativas están reconfigurando las formas de narrar, producir y legitimar la arquitectura desde una mirada feminista.

Los principales aprendizajes del análisis comparativo:

Sobre los equipos y enfoques organizativos, hay diversidad de modelos: desde colectivos horizontales hasta figuras individuales mediáticas o estructuras institucionales. La forma de organizar el equipo incide directamente en el tipo de narrativa producida.

En cuanto a la financiación, las iniciativas feministas operan entre la precariedad y la institucionalización. Acceder a fondos condiciona los ritmos y formatos, pero también abre posibilidades de escala y legitimidad.

Cada medio impone condiciones: lo inmediato de las redes, la durabilidad del archivo, la complejidad de la academia. Las audiencias varían, pero hay un interés creciente por discursos alternativos, especialmente entre estudiantes y jóvenes profesionales.

La identidad visual como tema clave, ya que el diseño no es accesorio: proyecta ideología, genera memoria, construye comunidad. Estéticas feministas no normativas desplazan la neutralidad gráfica tradicional.

El enfoque feminista no solo rescata nombres: transforma los temas, los relatos y las formas de contar. Aparecen nuevos centros de interés: lo doméstico, los cuidados, la experiencia cotidiana, los cuerpos diversos, los afectos. Hay que reconocer el valor de estas iniciativas como acciones de resistencia cultural dentro de un campo que aún es muy masculino y jerárquico, y poner en valor su contribución no solo en la comunicación, sino también en la transformación disciplinar.

Este trabajo articula una mirada transversal que cruza comunicación, género y arquitectura, genera un marco útil para futuras investigaciones o prácticas que quieran repensar cómo se cuenta la arquitectura. Aporta una sistematización de casos que puede servir como referencia pedagógica o profesional. De esta manera se plantean una serie de propuestas o líneas futuras. ¿Cómo ampliar este archivo? ¿Qué otras iniciativas podrían analizarse? ¿Cómo trasladar estos enfoques a la docencia, la crítica, el comisariado o el urbanismo? Invitar a pensar cómo construir una arquitectura que no solo sea feminista en el contenido, sino también en su manera de operar, compartir y cuidar.

9. Bibliografía

- Agudo Arroyo, Y. y Sánchez de Madariaga, I. (2011). Construyendo un lugar en la profesión: trayectorias de las arquitectas españolas. *Feminismo/s*, número 17; pp. 155-181. <https://doi.org/10.14198/fem.2011.17.08>
- Bofill, A. (2025). *Hacia la ecomorfología*. Ediciones asimétricas.
- Braojos Bueno, Laura Inés. Primera generación de arquitectas españolas: el acceso a la escuela: Designing the Future. <https://dtfmagazine.com/primerageneracion-de-arquitectas-espanolas-el-acceso-a-la-escuela/?cv=1>
- Bravo Bravo, J. (2011). Así en la cocina como en la fábrica. *Feminismo/s*, número 17; pp. 183-211. <https://doi.org/10.14198/fem.2011.17.09>
- Carrasco Hormigos, M. (2020). *La difusión millennial de la arquitectura: plataformas y redes sociales*. [Trabajo Fin de Grado, Universidad Politécnica de Madrid].
- CCEBA. (10 de noviembre, 2022). Naturalezas proyectadas: Izaskun Chinchilla-Musas de vanguardia. [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=GuQJKZ-_YF8
- Chías Navarro, P. (2011). Estudiantes de arquitectura: ¿un ámbito de igualdad? *Feminismo/s*, número 17; páginas 91-103. <https://doi.org/10.14198/fem.2011.17.05>
- Chinchilla, I. (2020). *La ciudad de los cuidados*. Los libros de la Catarata.
- Fariña Tojo, José (2014). Necesidades cotidianas de la mujer: servicios, equipamientos y espacio público. En: «Xornadas muller e urbanismo. Unha nova mirada sobre a planificación urbanística inclusiva», 2-3 octubre 2014, Ourense. pp. 49-58.
- García Bellot, C. (2024). *Trabajadoras olvidadas de Madrid. Oficios, memorias y espacio urbano*. [Trabajo Fin de Grado, Universidad Politécnica de Madrid].
- Gilsanz Díaz, A. y Blanco Lage, M. (2024). Arquitectas desapercibidas en la región mediterránea del (sur)este español. *Feminismo/s*, número 44; pp. 232-270. <https://doi.org/10.14198/fem.2024.44.09>
- González Jiménez, Beatriz Soledad and Ruiz Colmenar, Alberto (2022). La fotografía de Eileen Gray. Un paseo arquitectónico por E.1027. «Zarch: Journal of Interdisciplinary studies in Architecture and Urbanism» (n. 18); pp. 86-99. ISSN 2387-0346.
- Gutiérrez-Mozo, M. E. (2018). Dossier monográfico MAS-MES: Mujeres, Arquitectura y Sostenibilidad – Medioambiental, Económica y Social. *Feminismo/s*, número 32. <https://doi.org/10.14198/fem.2018.32>
- Gutiérrez-Mozo, M. E. y Parker San José, S. (2024). Las arquitectas y sus obras en la Comunidad de Madrid, 1978-2008. *Feminismo/s*, número 44; pp. 163-201. <https://doi.org/10.14198/fem.2024.44.07>
- Jaso Moreno, S. (2022). *Obras y arquitectas del siglo XX en Madrid: análisis de equipos*. [Trabajo Fin de Grado, Universidad Politécnica de Madrid]. Archivo Digital UPM. https://oa.upm.es/70284/1/TFG_Enero22_Jaso_Moreno_Saraide2.pdf

- Muxí Martínez, Z. (2020). Género y arquitectura. Una perspectiva desde lo conceptual. Conversando con Zaida Muxí. [Entrevista]. *Revista Arquitectura y Urbanismo*, vol. XXXVII, núm. 1, pp. 71-76. <https://www.redalyc.org/pdf/3768/376846368007.pdf>
- Muxí Martínez, Z. y Ciocchetto, A. (2011). La ley de barrios en Cataluña: la perspectiva de género como herramienta de planificación. *Feminismo/s*, número 17; pp. 131-153. <https://doi.org/10.14198/fem.2011.17>
- Navarro Martínez, H. y García-Badell Delibes, G. (2018). Mecenazgo en femenino. La reivindicación sostenible a través del encargo arquitectónico. *Feminismo/s*, número 32; pp. 65-99. <https://doi.org/10.14198/fem.2018.32.03>
- Novella Abril, S. y Sánchez de Madariaga, I. (2024). Primeras arquitectas y urbanistas tituladas en la Europa del Mediterráneo Oriental (1900-2000). Los casos de Chipre, Grecia y Turquía. *Feminismo/s*, número 44; pp. 38-76. <https://doi.org/10.14198/fem.2024.44.03>
- Parra-Martínez, J. (2024). Dossier monográfico Women and the Experience of/from the Outside: Peripheral Visions of Spanish Architectural Culture (1978-2008). *Feminismo/s*, número 44. <https://feminismos.ua.es/issue/view/1163/269>
- Pérez Moreno, L. C. (2013). *Nueva Forma: la construcción de una cultura arquitectónica en España (1966-1975)*. [Tesis doctoral, Universidad Politécnica de Madrid]. Archivo Digital UPM. https://oa.upm.es/19857/4/LUCIA_CARMEN_PEREZ_MORENO_A_3.pdf
- Rodríguez Pedret, C. (2012). Arquitectura en el limbo. Los medios de masas y la difusión de la cultura moderna. <https://riunet.upv.es/handle/10251/14940>
- Ruiz-Morote Tramblin, Laura; Pérez-Moreno, Lucía C. (2024). Espacio virtual y activismo feminista. Cuentas en español para visibilizar mujeres arquitectas en Instagram y Twitter. En libro de actas: ICAG 2023 – VI International Conference on Architecture and Gender. Valencia, 3-6 October 2023. <https://doi.org/10.4995/ICAG2023.2023.16786>
- Ruiz Usero, P. (2024). *Carmen Gil Torres: arquitectura y servicio público 1991-2008*. [Trabajo Fin de Grado, Universidad Politécnica de Madrid]. Archivo Digital UPM. https://oa.upm.es/83639/1/TFG_Jun24_Ruiz_Usero_Paula.pdf
- Sánchez Llorens, Mara (2016). Introducción: Conversaciones sobre el futuro. *Mujer - Sociedad - Arquitectura*. Monografía (Otro). E.T.S. Arquitectura (UPM), Madrid.
- Sánchez de Madariaga, I., Novella Abril, I. (2021). *Proyectando con perspectiva de género. Guía para planificar ciudades y pueblos inteligentes y sostenibles*. Junta de Extremadura.
- Zucchini, E. (2015). *Género y transporte: análisis de la movilidad del cuidado como punto de partida para construir una base de conocimiento más amplia de los patrones de movilidad. El caso de Madrid*. [Tesis Doctoral, Universidad Politécnica de Madrid]. Archivo Digital UPM. <https://doi.org/10.20868/UPM.thesis.39914>

Páginas web:

NAM: <https://navegandoarquitecturasdemujer.ua.es/>

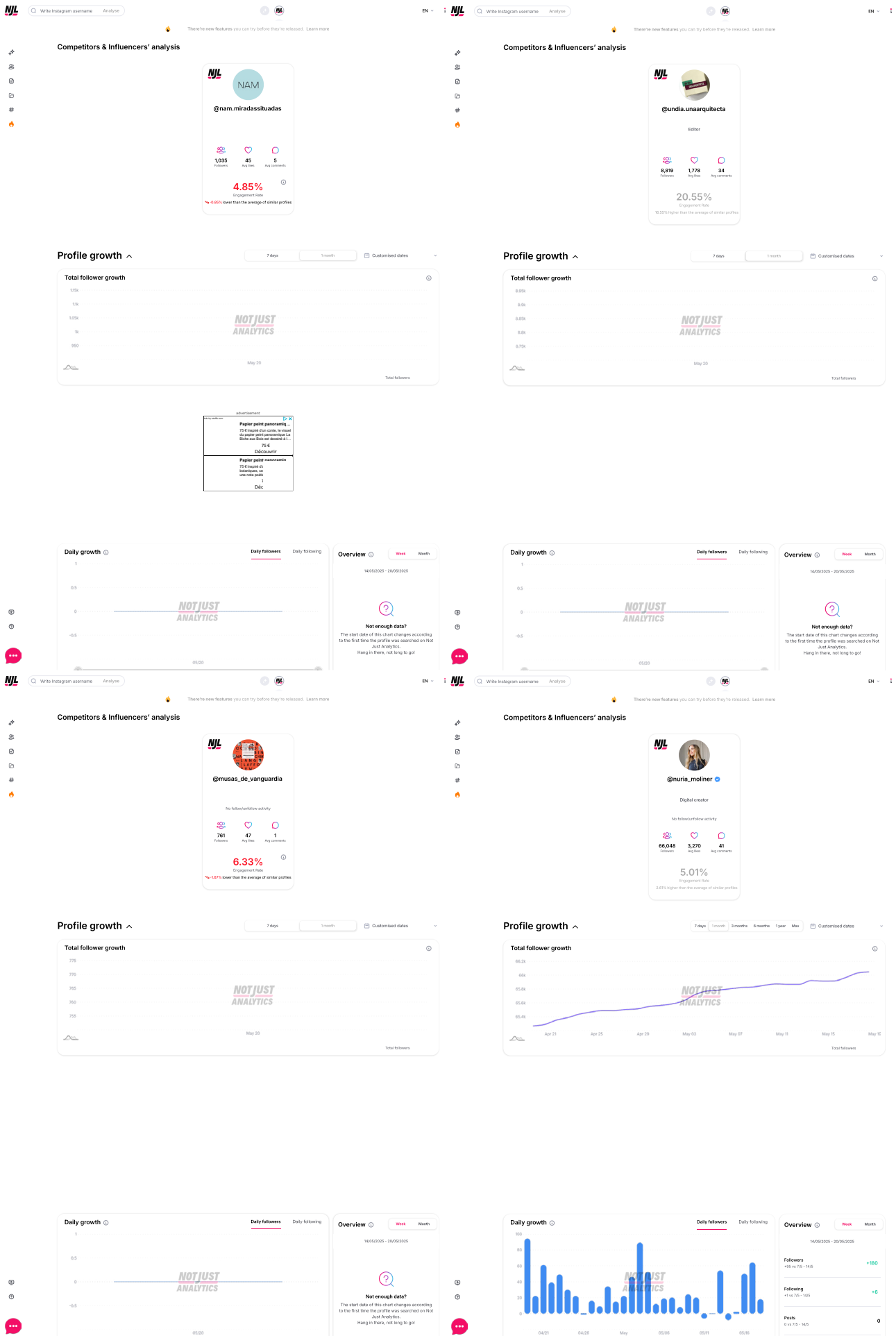
Un Día | Una Arquitecta: <https://undiaunaarquitecta.wordpress.com/>

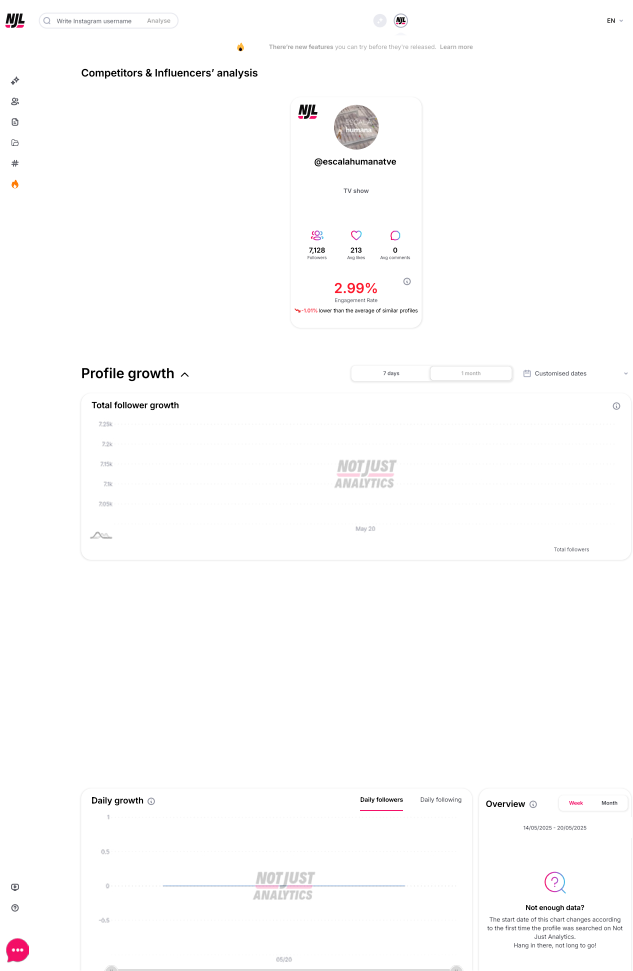
Feminismo/s: <https://feminismos.ua.es/>

Núria Moliner: <https://www.nuriamoliner.com/>

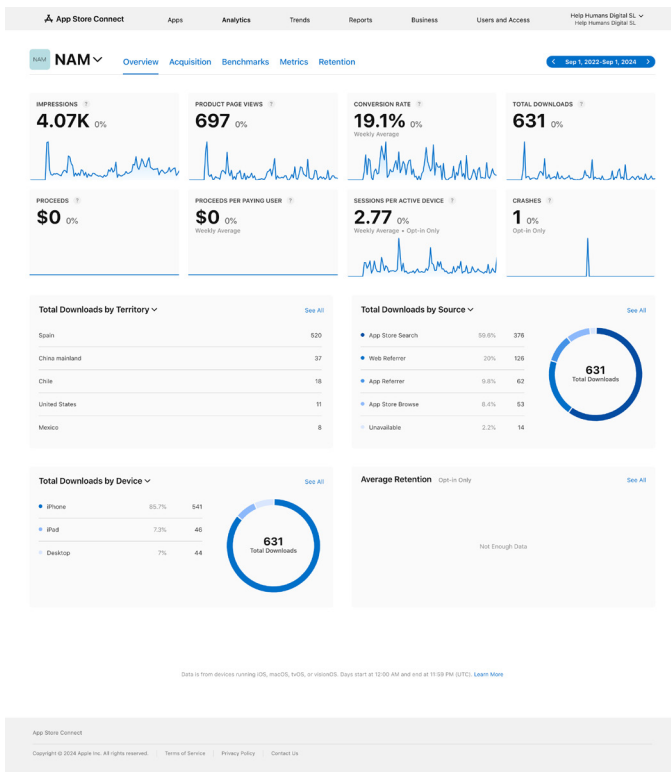
10. Anexos

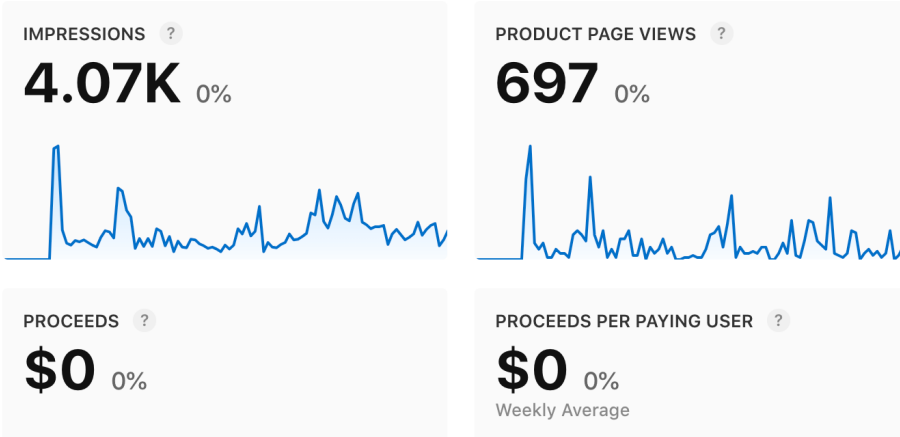
10.1 Informes de las cuentas de Instagram con Not Just Analytics.



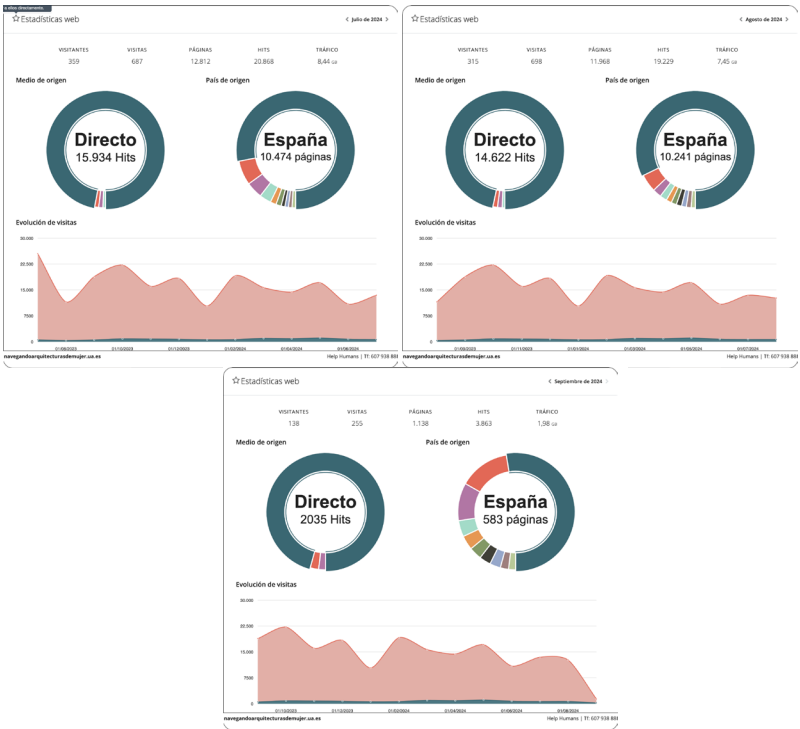


10.2 Informes de la app de NAM.

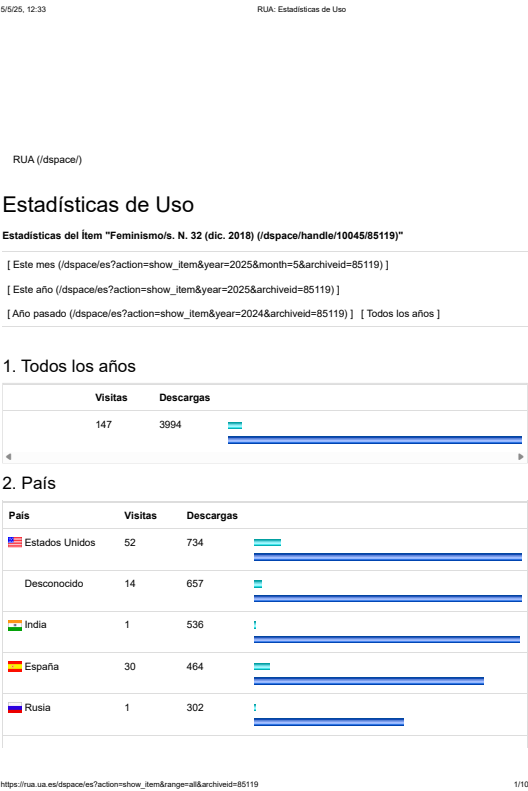
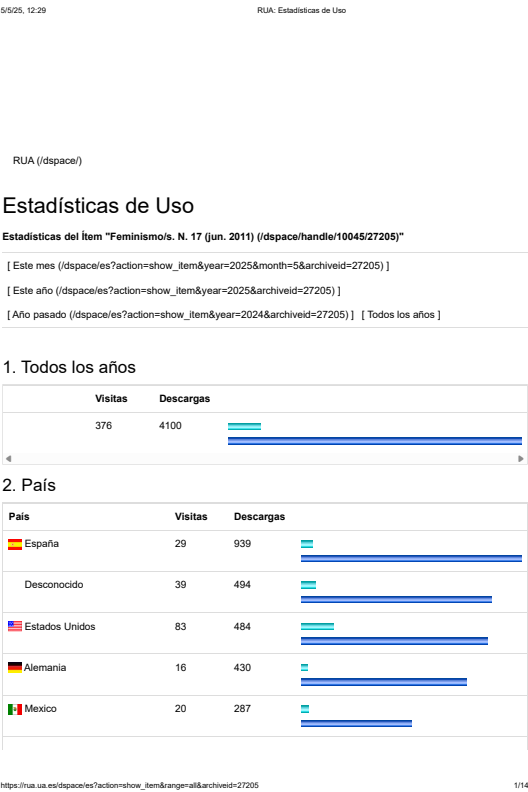




Days	All countries / regions
Sep 10, 2024	220
Percentage of total	100%
Sep 9, 2024	217
Percentage of total	100%
Sep 8, 2024	220
Percentage of total	100%
Sep 7, 2024	220
Percentage of total	100%
Sep 6, 2024	222
Percentage of total	100%
Sep 5, 2024	223
Percentage of total	100%
Sep 4, 2024	230
Percentage of total	100%
Sep 3, 2024	222
Percentage of total	100%
Sep 2, 2024	233
Percentage of total	100%
Sep 1, 2024	227
Percentage of total	100%



10.3 Informes de la revista Feminismo/s.



RUA (/dspace/)

Estadísticas de Uso

Estadísticas del ítem "Feminismo/s. N. 44 (julio 2024) (/dspace/handle/10045/144742)"

[Este mes (/dspace/es?action=show_item&year=2025&month=5&archivid=144742)]

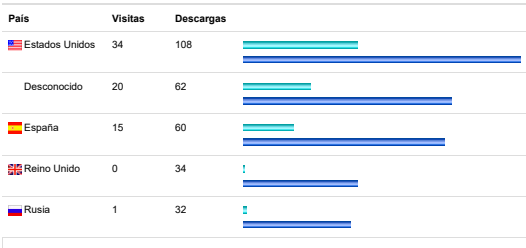
[Este año (/dspace/es?action=show_item&year=2025&archivid=144742)]

[Año pasado (/dspace/es?action=show_item&year=2024&archivid=144742)] [Todos los años]

1. Todos los años



2. País



https://rua.ua.es/dspace/es?action=show_item&rangelall&archivid=144742

1/4

10.4 Recopilación de datos de cada iniciativa.

Escala Humana T1 E2	inicio	fin	duración
1 Núria	0:00:00	0:00:33	0:00:33
5 Voz en off	0:00:33	0:01:18	0:00:45
1 Núria	0:01:18	0:01:47	0:00:29
3 Arquitecta	0:01:47	0:02:11	0:00:24
1 Núria	0:02:11	0:02:35	0:00:24
2 Entrevista	0:02:35	0:05:25	0:02:50
5 Voz en off	0:05:25	0:05:53	0:00:28
2 Entrevista	0:05:53	0:07:17	0:01:24
4 Usuarios	0:07:17	0:08:22	0:01:05
3 Arquitecta	0:08:22	0:08:49	0:00:27
5 Voz en off	0:08:49	0:09:08	0:00:19
4 Usuarios	0:09:08	0:09:21	0:00:13
4 Usuarios	0:09:21	0:11:43	0:02:22
1 Núria	0:11:43	0:12:51	0:01:08
5 Voz en off	0:12:51	0:13:16	0:00:25
3 Cooperativa	0:13:16	0:14:28	0:01:12
5 Voz en off	0:14:28	0:15:01	0:00:33
3 Cooperativa	0:15:01	0:17:57	0:02:56
2 Entrevista	0:17:57	0:21:53	0:03:56
1 Núria	0:21:53	0:22:29	0:00:36
4 Usuarios	0:22:29	0:23:01	0:00:32
5 Voz en off	0:23:01	0:24:37	0:01:36
4 Usuarios	0:24:37	0:26:50	0:02:13
1 Núria	0:26:50	0:27:49	0:00:59
6 Créditos	0:27:49	0:28:40	0:00:51

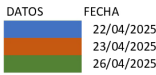
ANIMALS ARQUITECTES E1	inicio	fin	duración
3 Anna	0:00:00	0:01:44	0:01:44
1 Núria	0:01:44	0:03:44	0:02:00
2 Núria y Anna	0:03:44	0:05:49	0:02:05
5 Video y música	0:05:49	0:07:29	0:01:40
2 Núria y Anna	0:07:29	0:08:33	0:01:04
5 Video y música	0:08:33	0:09:04	0:00:31
4 Usuarios	0:09:04	0:12:10	0:03:06
2 Núria y Anna	0:12:10	0:15:25	0:03:15
1 Núria	0:15:25	0:19:17	0:03:52
2 Núria y Anna	0:19:17	0:25:50	0:06:33
5 Video y música	0:25:50	0:26:57	0:01:07
2 Núria y Anna	0:26:57	0:29:13	0:02:16
3 Anna	0:29:13	0:29:55	0:00:42
6 Créditos	0:29:55	0:30:23	0:00:28

10.4.1 NAM

INSTAGRAM							
seguidores	publicaciones	tipo publicación	periodicidad	publicación compartida	visualizaciones	comentarios	likes
1018	144	6 de cada 10 son reels	cada 4-5 días	7-8 de cada 10	media 1.249	media 3-4	media 46
		reel	4 17-abr		847	5	42
		post	6 13-abr		-	0	29
		reel	7 10-abr		693	0	19
		reel	3 03-abr		985	5	38
		post	4 31-mar		-	5	73
		reel	6 27-mar		2.402	0	51
		reel	0 21-mar		1.791	13	70
		reel	1 21-mar		754	0	39
		reel	3 20-mar		1.379	4	37
		post	1 17-mar		-	3	74
		post	3 16-mar		-	2	59
		reel	2 13-mar		612	2	26
		reel	0 11-mar		1.350	5	57
		post	5 11-mar		-	1	30
		reel	1 06-mar		706	0	36
		post	2 05-mar		-	0	60
		post	3 03-mar		-	0	102
DESTACA	N.A.	reel	1 28-feb		8.387	84	252
		reel	1 27-feb		534	0	13
		directo	2 26-feb		1.399	0	52
		post	0 24-feb		-	0	72
		reel	4 24-feb		829	1	29
		reel	4 20-feb		705	0	27
		post	3 16-feb		-	0	78
		reel	1 13-feb		641	2	22
		post	6 12-feb		-	16	131
		reel	2 06-feb		948	2	29
		post	5 04-feb		-	0	30
		post	0 30-ene		-	11	115
		reel	7 30-ene		542	0	18
		reel	7 23-ene		667	0	29
		reel	7 16-ene		1.890	0	28
		reel	10 09-ene		985	0	24
		reel	6 30-dic-24		603	1	21
		reel	4 24-dic-24		2.536	22	50
		reel	8 20-dic-24		261	0	14
		reel	7 12-dic-24		620	3	32
	Feminismos	reel	6 05-dic-24		494	0	24
		reel	2 29-nov-24		319	0	19
		post	6 27-nov-24		-	0	54
		reel	6 21-nov-24		662	3	35
	Feminismos	reel	1 15-nov-24		680	1	46
		reel	5 14-nov-24		749	0	15
		post	2 09-nov-24		-	6	88
		reel	3 07-nov-24		822	0	26
		post	4 04-nov-24		-	0	32
		reel	4 31-oct-24		1.130	4	30
		post	3 27-oct-24		-	0	33
		reel	3 24-oct-24		1.307	0	22
		post	4 21-oct-24		-	0	45
		reel	0 17-oct-24		1.800	2	64
		reel	6 17-oct-24		1.495	2	52
		post	1 11-oct-24		-	0	35
		reel	6 10-oct-24		599	0	21
		post	1 04-oct-24		-	7	84
		reel	2 03-oct-24		723	1	27
		post	3 01-oct-24		-	0	50
		post	2 28-sep-24		-	2	48
		reel	6 26-sep-24		749	0	36
		post	8 20-sep-25		-	4	59
		reel	7 12-sep-24		565	0	19
		reel	7 05-sep-24		488	0	18
		reel	7 29-ago-24		1.162	2	43
		reel	7 22-ago-24		1.143	0	31
		reel	7 15-ago-24		1.727	0	59
	ines moisset	reel	7 08-ago-24		1.689	3	68
		reel	2 01-ago-24		1.604	2	60
		post	5 30-jul-24		-	1	56
		reel	2 25-jul-24		953	0	23
	feminismos	post	5 23-jul-24		-	13	51
		reel	7 18-jul-24		1.139	6	58
		reel	7 11-jul-24		1.874	0	38
		reel	2 04-jul-24		1.442	0	37
		reel	4 02-jul-24		2.838	16	60
		post	17 28-jun-24		-	1	42
		post	19 11-jun-24		-	10	56
		post	9 23-may-24		-	4	30
		post	11 14-may-24		-	3	38
		post	2 03-may-24		-	0	25
		post	8 01-may-24		-	1	40
		post	23-abr-24		-	0	37
		31 de 80 post	362	61	61.219	281	3742
		49 de 80 reels	79 intervalos	61 de 80 son compartido	1249,37	3,49	46,20
		6 de cada 10 son reels	4,58	7,6 de cada 10	post:	post:	
		4 de cada 10 son post			reels:	reels:	
						90	1667
						2,90	53,77
						191	1986
						3,90	40,53

10.4.2 Un Día | Una Arquitecta

INSTAGRAM							
seguidores	publicaciones	tipo publicación	periodicidad	publicación compartida	visualizaciones	comentarios	likes
7.099	132	9 de cada 10 son post	cada 5 días, ultimnt cada 1	9 de cada 10	media 4,099	media 10-11	media 646
DESTACA		post	1 22-abr-25		—	1	120
		post	2 21-abr-25		—	0	66
		post	1 19-abr-25		—	17	713
		post	1 18-abr-25		—	0	96
		post	1 17-abr-25		—	1	121
		post	1 16-abr-25		—	4	103
		post	1 15-abr-25		—	0	72
		post	2 14-abr-25		—	1	287
		post	1 12-abr-25		—	96	4.386
		post	1 11-abr-25		—	1	106
		post	1 10-abr-25		—	0	81
		post	1 09-abr-25		—	3	87
		post	1 08-abr-25		—	0	120
		post	2 07-abr-25		—	0	88
		post	1 05-abr-25		—	117	6.676
		post	1 04-abr-25		—	14	220
		post	1 03-abr-25		—	0	118
		post	1 02-abr-25		—	1	127
		post	1 01-abr-25		—	1	68
		post	2 31-mar-25		—	5	111
		post	1 29-mar-25		—	7	698
		post	1 28-mar-25		—	1	98
		post	1 27-mar-25		—	3	129
		post	1 26-mar-25		—	14	264
		post	1 25-mar-25		—	1	303
		post	2 24-mar-25		—	19	143
		post	1 22-mar-25		—	86	14.800
		post	1 21-mar-25		—	7	190
		post	1 20-mar-25		—	3	117
		post	1 19-mar-25		—	2	115
		post	1 18-mar-25		—	0	99
		post	2 17-mar-25		—	0	87
		post	1 15-mar-25		—	36	1.716
		post	1 14-mar-25		—	3	109
		post	1 13-mar-25		—	1	111
		post	1 12-mar-25		—	0	87
		post	1 11-mar-25		—	0	105
		post	1 10-mar-25		—	0	131
		reel	1 09-mar-25		2399	3	184
		post	1 08-mar-25		—	2	156
		reel	1 07-mar-25		4719	6	170
		post	1 06-mar-25		—	6	240
		post	1 05-mar-25		—	0	93
		post	1 04-mar-25		—	9	413
		reel	3 03-mar-25		5673	9	212
		reel	77 28-feb-25		8134	20	272
		reel	15 13-dic-24		1865	5	133
		post	13 28-nov-24		—	1	56
		post	0 15-nov-24		—	0	131
		post	29 15-nov-24		—	2	225
		reel	16 17-oct-24		1805	2	64
		post	14 01-oct-24		—	2	102
		post	7 17-sep-24		—	1	116
		post	4 10-sep-24		—	0	37
		post	6 06-sep-24		—	9	65
		post	32 31-ago-24		—	11	369
		post	2 30-jul-24		—	0	105
		post	37 28-jun-24		—	2	158
		post	22-may-24		—	85	1780
53 de 59 post		305	52 de 59	24595	620	38149	
6 de 59 reels		58 intervalos	8,81 de cada 10	4099,17	10,51	646,59	
9 de cada 10 son post		5,26			post:	post:	
			moda: 1 día entre semana, 2 fines			575	37114



10.4.3 Musas de Vanguardia

INSTAGRAM							
seguidores	publicaciones	tipo publicación	periodicidad	publicación compartida	visualizaciones	comentarios	likes
756	392	9 de cada 10 son post	cada 3 días	3 de cada 10	media 334	media 0	media 25
		reel	1 15-oct-24		320	0	17
		reel	2 14-oct-24		285	0	15
		reel	1 12-oct-24		299	0	20
		post	1 11-oct-24		—	0	70
		post	1 10-oct-24		—	0	66
		post	1 09-oct-24		—	0	35
		post	1 08-oct-24		—	0	36
		post	1 07-oct-24		—	0	61
	destaca minin	reel	1 06-oct-24		1125	1	43
		reel	7 05-oct-24		297	1	17
		post	0 28-sep-24		—	9	139
		post	1 28-sep-24		—	3	117
		post	0 27-sep-24		—	0	49
		post	0 27-sep-24		—	6	83
		post	1 27-sep-24		—	9	113
		post	0 26-sep-24		—	0	15
		post	0 26-sep-24		—	0	19
		post	0 26-sep-24		—	2	28
		post	0 26-sep-24		—	0	40
		post	2 26-sep-24		—	0	21
		post	0 24-sep-24		—	0	18
		post	1 24-sep-24		—	0	17
		post	0 23-sep-24		—	0	52
		post	0 23-sep-24		—	0	24
		post	2 23-sep-24		—	0	29
		post	0 21-sep-24		—	0	22
		post	1 21-sep-24		—	2	36
		post	1 20-sep-24		—	0	19
		post	0 19-sep-24		—	0	18
		post	2 19-sep-24		—	0	21
		post	1 17-sep-24		—	1	23
		post	0 16-sep-24		—	1	22
		post	0 16-sep-24		—	0	18
		post	0 16-sep-24		—	0	23
		post	0 16-sep-24		—	0	32
		post	0 16-sep-24		—	0	26
		post	14 16-sep-24		—	0	25
		post	0 02-sep-24		—	0	48
		post	3 02-sep-24		—	1	46
		post	1 30-ago-24		—	0	86
		post	24 29-ago-24		—	0	20
		post	7 05-ago-24		—	1	30
		post	8 29-jul-24		—	0	19
		post	5 21-jul-24		—	0	21
		post	5 16-jul-24		—	1	21
		post	6 11-jul-24		—	0	21
		post	0 05-jul-24		—	0	15
		post	18 05-jul-24		—	1	21
		post	4 17-jun-24		—	0	18
		post	2 13-jun-24		—	0	15
		post	21 11-jun-24		—	1	22
		post	4 21-may-24		—	0	43
		reel	0 17-may-24		225	0	10
		reel	2 17-may-24		245	0	10
		reel	7 15-may-24		227	0	15
		post	0 08-may-24		—	0	11
		post	4 08-may-24		—	0	10
		post	4 04-may-24		—	0	10
		reel	1 30-abr-24		116	0	9
		post	0 29-abr-24		—	0	16
		post	3 29-abr-24		—	0	20
		post	0 26-abr-24		—	0	10
		post	2 26-abr-24		—	0	18
		post	2 24-abr-24		—	0	15
		post	4 22-abr-24		—	0	11
		post	1 18-abr-24		—	0	13
		post	2 17-abr-24		—	0	10
		post	3 15-abr-24		—	0	17
		post	0 12-abr-24		—	0	21
		post	3 12-abr-24		—	0	21
		post	4 09-abr-24		—	0	11
		post	2 05-abr-24		—	0	20
		post	0 03-abr-24		—	0	11
		post	2 03-abr-24		—	0	12
		post	0 01-abr-24		—	0	15
		post	5 01-abr-24		—	0	13
		post	0 27-mar-24		—	0	17
		post	0 27-mar-24		—	0	17
		post	1 27-mar-24		—	0	12
		post	3 26-mar-24		—	0	24
		post	0 23-mar-24		—	0	15
		post	5 23-mar-24		—	0	14
		post	3 18-mar-24		—	0	19
		post	5 15-mar-24		—	0	18
		post	0 10-mar-24		—	0	17
		post	0 10-mar-24		—	0	16
		post	0 10-mar-24		—	0	12
		post	2 10-mar-24		—	0	11
		reel	3 08-mar-24		301	0	20
		reel	6 05-mar-24		186	0	13
		post	0 28-feb-24		—	0	20
		post	0 28-feb-24		—	0	15
		post	6 28-feb-24		—	0	15
		post	0 22-feb-24		—	0	14
		post	0 22-feb-24		—	0	17
		post	3 22-feb-24		—	0	14

post	9	19-feb-24	-	0	22
post	0	10-feb-24	-	0	13
post	10	10-feb-24	-	0	13
post	2	31-ene-24	-	0	15
post	2	29-ene-24	-	0	22
post	0	27-ene-24	-	0	22
post	1	27-ene-24	-	0	29
post	3	26-ene-24	-	0	15
post	0	23-ene-24	-	0	24
post	42	23-ene-24	-	0	20
reel	0	12-dic-23	151	0	11
reel	0	12-dic-23	187	0	11
reel	0	12-dic-23	531	1	29
reel	5	12-dic-23	244	2	10
post	1	07-dic-23	-	2	18
post	4	06-dic-23	-	1	25
post	0	02-dic-23	-	0	14
post	39	02-dic-23	-	0	24
post	11	24-oct-23	-	2	20
post		23-oct-23	-	1	17
15 de 116 reels	368	37 de 116	4401	49	2898
101 de 116 post	3,2	3 de cada 10	293,40	0,42	24,98
8,7 de cada 10 son post cada 3 días					post: 2670
					post: 25,92
					reels: 228
					reels: 15,20

YOUTUBE			
temporada	día	duración	visualizaciones
1ºMM	18-dic-20	1:32:52	456
1ºMM	11-feb-21	1:54:28	284
1ºMM	25-mar-21	1:54:36	748
1ºMM	18-nov-21	1:29:22	230
1ºMM	16-dic-21	2:20:48	467
2º E	18-mar-22	1:34:17	317
2º E	19-may-22	1:50:26	474
2º E	16-jun-22	1:33:52	1.339
2º E	15-sep-22	0:48:21	416
2º E	10-nov-22	1:25:34	162
2º E	30-nov-22	1:24:33	197
17:49:09			
datos día 21 mayo 2025		1:37:12	5090
			462,73

10.4.5 Núria Moliner

INSTAGRAM									
seguidores	duración	tipo publicación	periodicidad	publicación compartida	visualizaciones	comentarios	likes	seguidores	
65,4 mil		8 de cada 10 reels	cada 6 días	6 de cada 10	media 175.333	media 56	media 4422	8.261	
publicaciones	567								
	0:01:00	reel	1	21-abr-25	49.200	4	586		
	0:01:05	reel	3	20-abr-25	131.000	30	2.677		
	0:00:32	reel	2	17-abr-25	93.400	0	594		
	0:01:12	reel	2	15-abr-25	60.200	5	1.143		
	0:01:13	reel	1	13-abr-25	62.600	11	695		
	-	post	1	12-abr-25	-	36	3.914		
	0:00:42	reel	2	11-abr-25	58.300	9	609		
	0:01:08	reel	1	09-abr-25	73.200	27	2.268		
	0:00:39	reel	2	08-abr-25	240.000	123	3.169		
	0:00:44	reel	1	06-abr-25	123.000	36	1.892		
	0:01:05	reel	1	05-abr-25	92.100	27	1.648		
	0:00:44	reel	1	04-abr-25	293.000	70	5.329		
	0:00:51	reel	1	03-abr-25	197.000	48	3.006		
	0:01:05	reel	1	02-abr-25	51.400	4	700		
	0:00:57	reel	0	01-abr-25	316.000	34	2.727		
	-	post	2	01-abr-25	-	31	1.870		
	-	post	3	30-mar-25	-	67	4.656		
	0:00:52	reel	6	27-mar-25	90.300	25	1.461		
	-	post	14	21-mar-25	-	14	461		
	-	post	3	07-mar-25	-	9	546		
	-	post	7	04-mar-25	-	20	1.030		
	0:00:59	reel	9	25-feb-25	179.000	46	7.923		
	-	post	5	16-feb-25	-	6	742		
	0:01:03	reel	7	11-feb-25	284.000	90	9.274		
	-	post	6	04-feb-25	-	98	1.965		
	0:01:14	reel	30	29-ene-25	108.000	72	4.922		
	-	post	49	30-dic-24	-	13	893		
	-	post	28	11-nov-24	-	81	1.765		
	-	post	7	14-oct-24	-	69	1.331		
	-	post	20	07-oct-24	-	18	1.752		
	0:01:26	reel	9	17-sep-24	76.400	101	3.910		
	0:00:58	reel	7	08-sep-24	125.000	46	3.176		
	0:00:55	reel	7	01-sep-24	153.000	119	2.638		
	0:01:05	reel	4	25-ago-24	127.000	9	1.560		
	0:00:57	reel	3	21-ago-24	226.000	73	9.018		
	0:01:02	reel	1	18-ago-24	151.000	33	3.351		
	0:00:54	reel	6	17-ago-24	54.700	17	1.934		
	0:01:12	reel	5	11-ago-24	123.000	22	2.234		
	0:01:02	reel	2	06-ago-24	38.300	24	1.440		
	0:00:59	reel	4	04-ago-24	503.000	421	19.100		
	0:01:24	reel	3	31-jul-24	54.900	25	1.673		
	0:01:00	reel	3	28-jul-24	137.000	26	2.311		
	0:01:14	reel	4	25-jul-24	131.000	77	4.594		
	0:01:13	reel	1	21-jul-24	78.100	11	1.452		
	-	post	3	20-jul-24	-	73	3.266		
	0:00:58	reel	7	17-jun-24	148.000	35	5.265		
	0:01:29	reel	5	10-jun-24	74.500	56	2.847		
	0:01:27	reel	8	05-jun-24	204.000	38	3.293		
	0:01:15	reel	7	28-may-24	50.600	34	1.854		
DESTACA	0:01:07	reel	7	21-may-24	1.300.000	329	68.100		
	0:01:24	reel	7	14-may-24	108.000	16	2.755		
	0:01:04	reel	7	07-may-24	72.800	35	2.865		
	0:01:28	reel	5	30-abr-24	466.000	178	8.274		
	0:00:56	reel	1	25-abr-24	230.000	78	4.478		
	0:00:55	reel		24-abr-24	230.000	100	10.300		
SUMA	0:44:29	42 de 55 reels	332	31 de 55	7.364.000	3099	243236		
	0:01:04	13 de 55 post	6,15	5,63 de 10	175333	56,35	4422,47		
		7,6 de cada 10 reels				post:	post:		
						535	24.191		
						41,15	1860,85		
						reels:	reels:		
						2564	219.045		
						61,05	5215,36		

10.4.6 Escala Humana

INSTAGRAM							
seguidores	publicaciones	tipo publicaci	periodicidad	publicación compartida	visualizaciones	comentarios	likes
7137	87	cada 17 días		ninguna	media 2.118	media 0	media 201
	reel	2	28-dic-21		2846	0	155
	post	5	26-dic-21		–	0	301
	reel	1	21-dic-21		2448	0	118
	post	5	20-dic-21		–	0	218
	reel	2	15-dic-21		2124	0	129
	post	5	13-dic-21		–	0	192
	reel	2	08-dic-21		3067	0	196
	post	7	06-dic-21		–	0	469
	reel	0	29-nov-21		1744	0	148
	post	5	29-nov-21		–	0	125
	reel	1	24-nov-21		1318	0	92
	post	8	23-nov-21		–	0	354
	reel	6	15-nov-21		3294	0	204
	reel	8	09-nov-21		1592	0	115
	reel	6	01-nov-21		2224	0	170
	reel	10	26-oct-21		1868	0	143
	reel	4	16-oct-21		3323	0	229
	reel	7	12-oct-21		1525	0	181
	reel	2	05-oct-21		2140	0	300
	reel	20	03-oct-21		1215	0	149
	reel	257	13-sep-21		1438	0	247
	reel		30-dic-20		1721	0	187
		363		ninguna	33887	0	4422
		17,28571429			2117,94		201
							post:
							1659
							276,5
							reels:
							2763
							172,69

Episodio	Duración (minutos)
E1xT1	0:27:55
E2xT1	0:28:40
E3xT1	0:28:33
E4xT1	0:27:31
E5xT1	0:28:24
E6xT1	0:28:37
E7xT1	0:29:00
E8xT1	0:27:46
E9xT1	0:28:32
E10xT1	0:27:40
E11xT1	0:28:02
E12xT1	0:28:50
E13xT1	0:27:42
E1xT2	0:28:04
E2xT2	0:28:31
E3xT2	0:28:24
E4xT2	0:28:58
E5xT2	0:28:18
E6xT2	0:28:27
E7xT2	0:28:19
E8xT2	0:28:37
E9xT2	0:28:34
E10xT2	0:29:14
E11xT2	0:28:08
E12xT2	0:28:09
E13xT2	0:29:07
E1xT3	0:28:41
E2xT3	0:28:10
E3xT3	0:28:32
E4xT3	0:28:29
E5xT3	0:28:55
E6xT3	0:28:44

ESPECTADORES	SHARE 1º T	SHARE 2º T	SHARE 3º T	SHARE 4º T
132.000-259.000	0,90%	1,20%	1,20%	1,30%

nº	duración E2	%	Sección	Porcentaje
1	0:04:09	14,48	Presentadora	14,48%
2	0:08:10	28,49	Entrevista	28,49%
3	0:04:59	17,38	Arquitectos	17,38%
4	0:06:25	22,38	Usuarios	22,38%
5	0:04:06	14,30	Voz en off	14,30%
6	0:00:51	2,97	Créditos	2,97%
	0:28:40	100		

	GÉNERO		GÉNERO
T1xE1	0	T2xE1	1
T1xE2	1	T2xE2	½
T1xE3	½	T2xE3	½
T1xE4	¼	T2xE4	1
T1xE5	1	T2xE5	½
T1xE6	0	T2xE6	0
T1xE7	½	T2xE7	½
T1xE8	1	T2xE8	1
T1xE9	½	T2xE9	¼
T1xE10	0	T2xE10	¼
T1xE11	1	T2xE11	1
T1xE12	1	T2xE12	1
T1xE13	¼	T2xE13	1

