

PUBLICACIONES PREVIAS Y POSTERIORES A LA TESIS DOCTORAL ***

DRA. MIRIAM SUÁREZ-ROMERO

- **Tesis Doctoral:** Representación mediática del liderazgo político femenino. Estudio de caso de Angela Merkel durante la crisis económica en España
- **Universidad de Sevilla**
- **Línea Periodismo**



1. ARTICULOS EN REVISTAS CIENTÍFICAS INDEXADAS

García-Orta, M.J., García-Prieto, V. y Suárez-Romero, M. (2019). Nuevos hábitos de consumo audiovisual en menores: aproximación a su análisis mediante encuestas. *Doxa Comunicación. Revista interdisciplinaria de estudios de Comunicación y Ciencias Sociales*, 28, 241-260. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n28a13>

Suárez-Romero, M. y Ortega-Pérez, A. (2019). Género y opinión. El rol secundario de las mujeres en los espacios periodísticos. *iQUAL. Revista de Género e Igualdad*, 2, 133-146. doi: 10.6018/iQual.324321

Quevedo-Redondo, R. y Suárez-Romero, M. (2017). Del retrato de la Dama de Hierro a la fotografía de Mutti Angela. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 23(1), 535-551. <http://dx.doi.org/10.5209/ESMP.55612>

Suárez-Romero, M. (2015). El humor gráfico como herramienta de crítica: los líderes políticos internacionales en las viñetas de El País. *IC Journal- Revista Científica de Información y Comunicación*, 12, pp. 227-255. <http://icjournal-ojs.org/index.php/IC-Journal/article/view/312>

* Publicaciones editadas durante el periodo académico de realización de la Tesis Doctoral y posteriores en un máximo de 2 años.

* Las publicaciones tienen que estar vinculadas con la temática de la Tesis Doctoral.

* Las publicaciones estarán en su totalidad, o en parte, en coautoría con los directores/as.

Suárez-Romero, M. y Romero-Domínguez, L.R. (2015). La canciller de la austeridad: la construcción de la imagen de Angela Merkel en La Vanguardia. *Anàlisi. Quaderns de Comunicació i Cultura*, 52, 63-79. DOI: <http://dx.doi.org/10.7238/a.v0i52.2511>

Suárez-Romero, M. y Ortega-Pérez, A. (2015). Prácticas comunicacionales alternativas en la concienciación medioambiental: la función crítica del humor gráfico. *Razón y Palabra*, 19(91), 261-279. Disponible en:
http://www.razonypalabra.org.mx/N/N91/Monotematico/12_SuarezOrtega_M91.pdf

Suárez-Romero, M. (2014). La nueva Dama de Hierro de Europa: la creación de la imagen de Angela Merkel en la prensa española (estudio de caso de El Mundo). *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, 27, 21-30. ISSN-e 1139-1979.

2. COMUNICACIONES EN CONGRESOS

Suárez-Romero, M. (2018). “Digital gender gap. Evolución de los estudios sobre la disgregación en los espacios digitales”. Comunicación y Música: mensajes, manifestaciones y negocios (pp.169-170). VV. AA. Cuadernos Artesanos de Comunicación, 145. La Laguna (Tenerife): Latina. ISBN: 978-84-16458-94-3. D.L.: TF- 800-2018. DOI: 10.4185/CAC145

Suárez-Romero, M. y Romero-Domínguez, L.R. (2018). Aproximación académica e institucional a la brecha digital de género. Libro de resúmenes del VI Congreso Nacional de ULEPICC-España (páginas 33 y 34), celebrado en la Facultad de Periodismo de la Universidad de Castilla-La Mancha el 22 y 23 de noviembre de 2018 en Cuenca, España.

García-Orta, M.J., García-Prieto, V. y Suárez-Romero, M. (2018). Nuevos hábitos de consumo audiovisual en menores: aproximación a su análisis mediante encuestas. I Congreso Internacional sobre Vulnerabilidad y Cultura Digital. Celebrado en Madrid, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad CEU San Pablo, 18 y 19 de octubre de 2018. Organizado por Universidad CEU San Pablo, Universidad Rey Juan Carlos y Universidad Complutense de Madrid.

Suárez-Romero, M. y Romero-Domínguez, L.R. (2018). Género y comunicación en las publicaciones científicas recientes. En Isabel Vázquez Bermúdez, María Jesús Cala Carrillo, Ana Guil Bozal, Carmen García Gil, Rocío Martínez Torres y Consuelo Flecha García. Investigación y género. Reflexiones desde la investigación para avanzar en igualdad (pp. 811-820). Libro de Actas del VII Congreso Universitario Internacional Investigación y Género, celebrado en Sevilla el 28 y 29 de junio de 2018, organizado por SEMIUS (Seminario Interdisciplinar de Estudios de la Mujeres de la Universidad de Sevilla). ISBN: 978-84-948975-3-5

Suárez Romero, M. (2017). Cobertura mediática y liderazgo político femenino en el caso de Angela Merkel (2005, 2009, 2013). En M.A. Blanco Ruiz y C. Sainz de Baranda Andújar (Eds.), Investigación joven con perspectiva de género II (pp.26-41). Libro de Actas del II Congreso de Jóvenes Investigadorxs con Perspectiva de Género, celebrado en la Universidad Carlos III de Madrid, Getafe, 26 y 27 de junio de 2016. Madrid: Instituto de Estudios de Género, Universidad Carlos III de Madrid. ISBN: 978-84-16829-23-1. Disponible en <https://e-archivo.uc3m.es/handle/10016/26051>

Romero-Domínguez, L. y Suárez-Romero, M. (2017). 'Manufacturing Politicians: Angela Merkel's Image in the Spanish Press during German Federal Elections'. The European Conference on Media, Communication & Film 2017, pp.1-14. Official Conference Proceedings. ISSN: 2188-9643. Organised by The International Academic Forum (IAFOR). Publicado en The IAFOR Papers. ISSN: 2188-9643.

Suárez-Romero, M. (2017). Mujer, política y estereotipos: un liderazgo condicionado. En J.C. Suárez Villegas, L.A. Guadarrama Rico, J. Valero Vilchis y P. Panarese (Eds). La desigualdad de género invisibilizada en la comunicación (pp. 114-122). Aportaciones al III Congreso Internacional de Comunicación y Género y al I Congreso Internacional de Micromachismo en la comunicación. Madrid: Dykinson. ISBN 978-84-9148-106-5.

García-Prieto, V. y Suárez-Romero, M. (2017). Las mujeres con discapacidad ante los medios de comunicación digitales. En J.C. Suárez Villegas, L.A. Guadarrama Rico, J. Valero Vilchis y P. Panarese (Eds). La desigualdad de género invisibilizada en la comunicación (pp.174-185). Aportaciones al III Congreso Internacional de Comunicación y Género y al I Congreso Internacional de Micromachismo en la comunicación. Madrid: Dykinson. ISBN 978-84-9148-106-5.

Suárez-Romero, M. (2016). Angela Merkel en El País y El Mundo: un pluralismo mediático ficticio. En Guadarrama Rico, L. A. y Suárez Villegas, J.C. (Coords.), Libro de Actas del III Congreso Internacional de Ética de la Comunicación. Desafíos éticos de la comunicación en la Era digital, pp. 408-419. Madrid: Editorial DYKINSON. ISBN: 978-84-9085-698-7

Ortega Pérez, A. y Suárez-Romero, M. (2016). La mujer como creadora de opinión: el caso de El País. En Guadarrama Rico, L. A. y Suárez Villegas, J.C. (Coords.), Libro de Actas del III Congreso Internacional de Ética de la Comunicación. Desafíos éticos de la comunicación en la Era digital, pp. 431-442. Madrid: Editorial DYKINSON. ISBN: 978-84-9085-698-7

3. CAPÍTULOS DE LIBROS

Romero-Domínguez, L. y Suárez-Romero, M. (2017). Europa: la pérdida de su diversidad y la sombra de EEUU. En R. Reig y A. Labio (Eds.). *El laberinto mundial de la información. Estructura mediática y poder* (pp.75-100). Barcelona: Anthropos/Siglo XXI México y Argentina.

Romero-Domínguez, L. y Suárez-Romero, M. (2017). Audiencias interactivas: rentabilidad y ética en el punto de mira. En J.C. Suárez Villegas y J. Cruz Álvarez (Eds), *Desafíos éticos en el periodismo digital* (pp. 93-115). Madrid: Dykinson. ISBN: 978-84-9085-978-0, ISBN electrónico: 978-84-9085-997-1

4. LIBROS



5. OTROS ARTÍCULOS Y PUBLICACIONES