

Universidad Miguel Hernández de Elche
Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de Elche
Titulación de Periodismo

Trabajo Fin de Grado
Curso Académico 2017-2018



UNIVERSITAS
Miguel Hernández

UNIVERSITAS Miguel Hernández

**La perspectiva de género en la labor comunicativa:
análisis de contenido en un medio de prensa escrita**

*A perspective of gender in the communicative task:
analysis of content in written press*

Alumna: Ángela Martínez González

Tutora: Raquel Lorente Martínez

Resumen

El papel de los medios de comunicación es esencial para la construcción de un marco social integrador e igualitario. La reivindicación feminista y la lucha por la igualdad de derechos entre mujeres y hombres ya forma parte de la agenda de los medios. Sin embargo, todavía no existe una ley de igualdad que regule los medios de comunicación privados en España, por lo que la tarea para incluir la perspectiva de género se convierte en una labor ética del propio medio. Esta investigación pretende estudiar la inclusión de la perspectiva de género en la labor comunicativa, estudiando el caso de un medio de prensa escrita español.

La metodología empleada ha sido un estudio descriptivo y transversal del periódico seleccionado a través del análisis de su contenido y técnicas para cuantificar las variables de estudio. Se ha estudiado si la producción de contenidos de hombres y mujeres es equitativa y si tienen igual protagonismo en las noticias publicadas; así como si el medio sigue las recomendaciones para un uso del lenguaje no sexista y si el contenido de las noticias está influido por los estereotipos asociados al género.

Se ha observado que la producción de contenidos y el protagonismo de las noticias es desigual, visibilizándose más a los hombres que a las mujeres. Por otra parte, el medio demuestra tener especial cuidado con el uso del lenguaje, aunque se sigue proyectando una imagen estereotipada de ambos sexos. Se concluye así que la incorporación de la perspectiva de género en la labor comunicativa se incluye en la producción de contenidos del periódico analizado, pero precisa una verdadera transformación en la estructura de poder y en el reparto de contenidos, que garantice la equidad entre sexos en la producción de información, y en la cualificación de los y las periodistas, que deben estar formados en perspectiva de género.

Palabras clave: prensa, feminismo, género, visibilidad, igualdad

Abstract

The role of media is essential for the construction of an including and equal social frame. The feminist recognition and the struggle for equality of rights between women and men is already part of media's agenda. Nevertheless, an equality law that regulates private media in Spain doesn't exist yet, therefore the task to include gender perspective becomes an ethical duty of the media itself. This research intends to study the inclusion of gender perspective in the communicative work, focusing on the case of Spanish written media.

The methodology used for that has been a descriptive and cross-wise study on the selected newspaper through the analysis of its contents and techniques to quantify the study variables. It has been looked into if the production of contents on men and women are equal and if they both given the same prominence in the published news, as well as if the media follows the recommendations of usage of non-sexist language and if the content of news is influenced by stereotypes based on gender.

It has been observed that the production of contents and the importance of news is unequal, displaying men rather than women. On the other hand, media seems to have good care of the usage of language, although a stereotyped version of both genders is still presented. As a whole, gender perspective into the communicative task is included in the production of contents of the analyzed newspaper, but a real transformation in the power structure and the distribution of contents is very much needed, which guarantees equality between genders in the information production, and in the qualification of both male and female journalists, who must be trained in gender perspective.

Keywords: press, feminism, gender, visibility, equality

Índice

Resumen	3
Abstract.....	4
1. Introducción	6
2. Estado de cuestión.....	7
a) Periodismo e integración	7
b) Situación de las mujeres desde la Edad Contemporánea hasta la actualidad	7
c) Leyes para la igualdad en España.....	9
d) Presencia de las mujeres en los medios de comunicación.....	10
e) Importancia del uso del lenguaje no sexista y las barreras para su utilización ...	12
3. Método	14
4. Resultados	18
a) Representación de mujeres y hombres en la redacción de noticias	18
b) Presencia de mujeres y hombres como protagonistas de las noticias.....	26
c) Uso de un lenguaje no sexista en los titulares del periódico y contenido estereotipado según el género.....	33
5. Discusión.....	40
6. Referencias bibliográficas	44

1. Introducción

La desigualdad entre mujeres y hombres no se puede considerar todavía como un problema del pasado, sino que la lucha por la equidad de ambos sexos en todos los ámbitos de la vida es un tema de gran actualidad. En los últimos años, y más aún los últimos meses, se percibe en España un ambiente mucho más reivindicativo que apoya la lucha feminista. Millones de personas abarrotan las calles para alzar la voz contra, entre otros, los techos de cristal, la brecha salarial, la violencia machista y el sistema judicial que critican por ser misógino.

Pero ¿cómo es la labor comunicativa de los medios de comunicación actualmente? Todo apunta a que es el mismo periodismo el que niega su propio don transformador que empuje a la sociedad hacia la justicia y la igualdad. Aquí es donde prevalece la necesidad de que los y las periodistas apuesten por un periodismo integrador y con perspectiva de género que promueva la creación de una cultura informativa nueva en la que los problemas sociales y políticos de las mujeres sean también un foco de reflexión y que se aleje de la visión patriarcal y machista (Muntané, 2017). Además, como señala Gallagher et al. (2009), más del 50% de la población está formada por mujeres y debería ser completamente inadmisibles que los medios de comunicación no reflejasen esta realidad. Por lo que ignorar la perspectiva de género en la labor comunicativa hace al periodismo cómplice de la discriminación hacia las mujeres (referido en CIMAC et al., 2009: 34).

Esta investigación pretende analizar la inclusión de la perspectiva de género en la labor comunicativa de un medio de prensa escrita durante la semana de la mujer, planteándose como objetivos específicos: primero, analizar la representación de mujeres y hombres en la redacción de noticias incluidas en el periódico y comprobar si los contenidos producidos por ambos es equitativa en las distintas secciones del periódico; segundo, analizar si los titulares de las noticias representan equitativamente a mujeres y hombres y comprobar si el protagonismo en los titulares de ambos es similar en las distintas secciones del periódico; y tercero, comprobar si el uso del lenguaje de los titulares del medio sigue las recomendaciones para evitar un uso sexista del mismo y si su contenido está influido por los estereotipos asociados al género.

2. Estado de cuestión

a) Periodismo e integración

El Periodismo debe ser el reflejo de la realidad que vive una sociedad y tener en cuenta su capacidad para hacer tangibles los cambios de un mundo que evoluciona constantemente. Pero el mundo cambia tan deprisa que la mente humana no es capaz de comprender los tránsitos históricos, sociales y culturales hasta que no están asentados en la sociedad. Por eso, son los propios medios de comunicación quienes tienen un papel crucial para el desarrollo y la configuración del nuevo entorno.

Siguiendo el estudio de Aguirre y Roblas (2010), el buen trabajo periodístico procura traducir de forma comprensiva y fiel, ideas completas y verídicas, cuyo fin es orientar la opinión pública de manera responsable y consecuente. Para que esto sea posible, la ciudadanía ha de conocer los problemas sociales para poder buscar una construcción social que integre a todo el mundo por igual, sin distinciones culturales, económicas ni sociales. Es más, estas diferencias deberían intercambiarse entre sí y favorecer la creación de una sociedad compleja, globalizada, diversa e integradora.

Entre estas desigualdades que obstaculizan el desarrollo de una sociedad idílica basada en la integración reside la discriminación hacia las mujeres sustentada en una sociedad androcéntrica, misógina y patriarcal. Y es que las mujeres han sido silenciadas, marginadas e invisibilizadas, han sido privadas de sus derechos y han estado siempre relegadas a un papel secundario en todos los ámbitos de la vida.

b) Situación de las mujeres desde la Edad Contemporánea hasta la actualidad

Como apuntan Tajahuerce y Padilla (2015), pese a que las mujeres formaron parte de las revoluciones liberales que dieron comienzo a la Edad Contemporánea, su triunfo no les permitió un espacio de libertad. sino que fueron excluidas del nuevo modelo político, social y económico. Dicha exclusión quedó retratada en la Declaración de Derechos del Hombre y del Ciudadano de 1789, en la que las mujeres fueron completamente olvidadas en el texto.

Olympe de Gouges fue portavoz de las reivindicaciones feministas que denunciaban que la Declaración no incluía a las mujeres, sino que se hablaba solo de “hombre”, “hombres”, “ciudadano” y “ciudadanos”. Además, reclamaba que el texto incluyera algunos cambios que pusieran sobre la mesa la realidad de las mujeres. Por este gesto, así como por su confrontación con Robespierre y Marat, la condenaron y guillotinaron. Fue en 1950, 161 años después, cuando las Naciones Unidas (ONU) cambiaron la Declaración de los Derechos del Hombre y del Ciudadano por la Declaración Universal de los Derechos Humanos.

Aun así, hasta que las investigadoras feministas de los años sesenta y ochenta no rechazaron la idea de que las desigualdades sexuales se daban por cuestiones biológicas, sino que se trataba de una construcción social (O. Rose, 2010: 211), la lucha feminista no avanzó. A continuación, se creó la Convención para la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer (CEDAW) de la Asamblea General de la ONU en 1979. Aunque el paso más importante se dio en la Conferencia Mundial de Derechos Humanos celebrada en Viena en 1993, en la que se reafirmaron y renovaron los principios de la Declaración Universal de Derechos Humanos, afirmando que:

“Los derechos humanos de la mujer y de la niña son parte inalienable, integrante e indivisible de los derechos humanos universales. La plena participación, en condiciones de igualdad, de la mujer en la vida política, civil, económica, social y cultural en los planos nacional, regional e internacional y la erradicación de todas las formas de discriminación basadas en el sexo son objetivos prioritarios de la comunidad internacional” (Tajahuerce y Padilla, 2015: 176).

Dos años más tarde tuvo lugar la Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer de las Naciones Unidas en Pekín. Su importancia reside en que fue la primera vez que los derechos humanos de las mujeres se trataron a escala mundial. En ella, tal y como refieren en su investigación Tajahuerce y Padilla (2015), se identificaron los obstáculos de las mujeres “para vivir en igualdad, desarrollo y paz” (pág. 176), entre los que se encuentra “la movilización insuficiente de los medios de información para promover la contribución de la mujer a la sociedad” (pág. 176). Además, en esta conferencia se destacó la necesidad de perseguir y eliminar a través de la autorregulación las imágenes negativas de las mujeres, con el fin de desechar los estereotipos sexistas, la pornografía y las escenas de violencia.

A partir de entonces se empezó a valorar el poder de los medios de comunicación en cuanto a la igualdad. No obstante, no hay que olvidar que, pese a que las mujeres han sido periodistas desde siempre, la profesión nunca se lo ha puesto fácil. Asimismo, ellas también han sido protagonistas de la noticia, pero su opinión importaba menos. Cuando el periodismo se convirtió en empresa y sostén de un sistema económico, privó a las mujeres de sus derechos políticos, se formó como profesión masculina y se esforzó en dar voz y visibilidad al poder patriarcal (Tajahuerce y Padilla, 2015). Sin embargo, es desde los propios medios de comunicación desde los que se debe luchar contra esta desigualdad.

La visibilización de las mujeres en los medios comenzó cuando la violencia machista se comenzó a tratar como tal y no como “crímenes pasionales” o problemas privados y familiares. Las noticias sobre mujeres asesinadas tratadas con perspectiva de género posibilitan que la opinión pública tome conciencia sobre el problema. Si bien, para que este objetivo se cumpla, es estrictamente necesario que la información la den profesionales con una formación adecuada desde la perspectiva de género. Solo de esta manera, los y las periodistas transmitirán a la ciudadanía una realidad que visibilice la historia de las mujeres y la causa de su discriminación, de manera que se ponga fin a los estereotipos y los prejuicios asociados al género.

c) Leyes para la igualdad en España

Para que la lucha sea efectiva es necesaria la existencia de políticas de género sobre los medios de comunicación. En España hay reguladas dos Leyes Orgánicas en esta materia. Por un lado, la ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género, que expone que la violencia machista no es de ámbito privado y que es un símbolo de la desigualdad de la sociedad actual. Establece, además, que se considerará ilícita la publicidad que use la imagen de la mujer con carácter vejatorio o discriminatorio y que se erradicarán las conductas que favorezcan la desigualdad, en defensa de los derechos humanos, de la libertad y de la dignidad.

Por otro lado, la Ley de Igualdad (Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres) establece que los medios de comunicación de titularidad pública transmitirán “una imagen igualitaria, plural y no estereotipada de mujeres y hombres en la sociedad, y promoverán el conocimiento y la difusión del principio de igualdad entre mujeres y hombres” (Ley Orgánica referida en Tajahuerce y Padilla et al.,

2015: 178), en tanto que colaborarán en campañas institucionales que fomenten la igualdad y que velen por la erradicación de la violencia machista. Por ello, la Corporación RTVE está obligada a reflejar la presencia de mujeres en todos los ámbitos de la vida social, al uso de un lenguaje no sexista, y a adoptar los códigos de autorregulación que transmitan el principio de igualdad. Por su parte, los medios privados tan solo están obligados a evitar todo tipo de discriminación y promover los acuerdos de autorregulación para cumplir la ley.

Es importante destacar que en ambas leyes existen protocolos en materia de igualdad para dar informaciones sobre violencia machista, sin embargo, no existe ningún tipo de formación para detectar la desigualdad ni para difundir cualquier tipo de contenido que haga posible la toma de conciencia de la posición de mujeres y de hombres en el ámbito laboral y de la discriminación indirecta, ni de cómo romper con los estereotipos, los roles de género y los prejuicios. Y tampoco se exige ni se facilita un decálogo para un uso no sexista del lenguaje en ningún ámbito.

d) Presencia de las mujeres en los medios de comunicación

Las mujeres siempre han sido periodistas y protagonistas de las noticias, pero no siempre se les ha dado la visibilidad ni presencia que merecen –que es la misma que obtienen sus compañeros varones-. En la actualidad la profesión periodística cuenta con una muy elevada presencia femenina, pese a ello, los techos de cristal siguen siendo un problema actual para las mujeres en el ámbito de la comunicación. Es una realidad que aun hoy las mujeres encuentran grandes dificultades para acceder a puestos de dirección en los medios de comunicación.

Siguiendo el estudio de (Torregrosa, 2008), hay muchas menos mujeres que dirijan una empresa de comunicación, muchas menos redactoras jefas, menos jefas de sección y además, en la redacción, la proporción cuantitativa y cualitativa de sus puestos es también menor a la de los hombres. La mayoritaria presencia de las mujeres solamente se observa en la corresponsalía de los medios y agencias, sin embargo, se trata del ámbito periodístico en el que la precariedad laboral se manifiesta con más magnitud.

Aunque con la Ley de Igualdad ha aumentado la presencia de las mujeres en los medios de titularidad pública, en la empresa privada hallan muchas más dificultades. En palabras

de Torregrosa (2008), si la presencia física de la mujer como profesional de los medios de comunicación no cambia considerablemente a medio plazo, habrá que considerar que la dificultad para alcanzar puestos de dirección se basa en “un modelo que no confía en las mujeres, que no les hace justicia y que sigue patrones de conducta machista o retrógrada” (pág. 129).

Por otro lado, la representación mediática de las mujeres muchas veces se deja llevar por tópicos, simplificaciones y estereotipos, además de que, en los espacios informativos, la proporción en la que se menciona a las mujeres es mucho menor que la de los hombres. Todo ello es fruto de la propia sociedad que sigue sin confiar y sin dar oportunidades a toda la ciudadanía de forma idéntica, o al menos, similar (Torregrosa, 2008).

El ejemplo más claro se observa en la sección de deportes de cualquier medio. Así lo muestra el estudio de Martos, Leruite y Zabala (2015), en el que concluye que la presencia de mujeres deportistas en los medios de comunicación es extremadamente minoritaria, y que en muchas ocasiones se acentúan los estereotipos de género, erotizando y sexualizando la imagen de las mujeres en lugar de publicitar sus logros. Dicho estudio afirma que apenas se reconoce a las deportistas españolas porque casi no se publicita su imagen, y que tan solo tienen nombre las “deportistas mediáticas” que son aquellas que o destacan de manera sobresaliente por sus logros deportivos, o su deporte simplemente no rompe con los estereotipos de género.

En la investigación de Gallur y García (2016) en la que analizan los estereotipos de género en distintos diarios europeos, escogieron El País para estudiar el caso español. Los resultados fueron que los medios han incorporado a su discurso y a su producción de noticias una imagen estereotipada de las mujeres, de manera que se ha convertido en una estrategia de selección de hechos noticiables. Añaden que en el diario destaca la presencia de los principales estereotipos femeninos que muestran a la mujer como víctima de sucesos negativos y como alguien que necesita protección, pero, por otro lado, destacan también la atención que presta el medio a la lucha de la mujer por sus derechos. Aun así, según aseguran, el periódico se encuentra en plena transición y camina hacia una idea más progresista.

e) Importancia del uso del lenguaje no sexista y las barreras para su utilización

El lenguaje es una construcción social que hace de espejo de todos los cambios históricos, sociales y culturales, por lo que en su más amplio concepto es él quien construye el propio mundo y la realidad tal y como la conocemos. También, siguiendo las palabras de Butler et al. (2004) el lenguaje es “un medio de reproducción de las relaciones de poder” (referido en Jiménez, Traverso y Román et al., 2011: 175). Y añade Jiménez et al. (2011) que cuando se utiliza según qué palabras para designar a determinados sujetos o colectivos, se contribuye a su visibilización, reconocimiento e identificación, mientras que lo que no se nombra, no existe.

Y yendo más allá, aquello que se nombra mal tampoco existe (Fernández, 2017). Es decir, no solo cuando se excluye a las mujeres del discurso, sino cuando se le considera un ser subordinado o inferior, al dejar entrever que una mujer pertenece a un hombre o se habla de ella como un sujeto pasivo, también se las está discriminando a través del lenguaje.

Por lo tanto, una organización social y un pensamiento sexista y androcéntrico se ven reflejados en un uso sexista del lenguaje. Siguiendo a Sánchez-Apellániz et al. (2009), el sexismo lingüístico es el “uso discriminatorio del lenguaje por razón de sexo, que puede contribuir a destacar el papel preponderante de un sexo respecto a otro, o a ocultar la presencia o contribución de uno de ellos” (referido en Jiménez et al., 2011: 175).

Hay claras evidencias sexistas en el uso cotidiano de la lengua castellana. Según la OXFAM Intermón (2017), el más claro ejemplo es el uso abusivo del masculino como genérico, pero también son discriminatorias las frases en las que las mujeres aparecen como “apéndices” de los hombres, las distinciones en los tratamientos a mujeres y hombres, no utilizar un adjetivo femenino en determinados trabajos ejercidos por mujeres, así como el uso de profesiones de forma despectiva. Como señala el estudio de Berejano (2013), el castellano tiene numerosos recursos “antisexistas”, tales como el uso de genéricos (“persona”, “víctima”), colectivos (“la ciudadanía” en lugar de “los ciudadanos”), abstractos (“dirección” en vez de “los directores”), uso de perífrasis (“la clase política”, y no “los políticos”), desdoblamiento (“el niño y la niña” en vez de “los niños”) o la pronombrización (“quien viaja”, en lugar de “el que viaja”).

En definitiva, hay numerosos recursos a emplear, pero para adquirirlos como hábitos es necesario mucho esfuerzo y voluntad. Primero hay que tomar conciencia de la gran importancia que tiene hacer un buen uso del lenguaje y poder caminar hacia una sociedad justa e igualitaria, para después conseguir llevarlo a la práctica en todos los ámbitos de la vida: laboral, familiar, educativo, etc.

Aun así, son la propia sociedad y la misma institución que regula las normas gramaticales de la lengua castellana quienes se encargan de poner numerosas barreras a la utilización del lenguaje no sexista e inclusivo. Atendiendo al estudio de Berejano (2013), la Real Academia Española es la primera en censurar públicamente, por ejemplo, el desdoblamiento del sustantivo en masculino y femenino, porque según la institución “el criterio básico [...] es la economía y la simplificación”. No obstante, aceptando el uso del masculino genérico se apoya la invisibilización de las mujeres y los discursos jamás podrán ser integradores, diversos ni inclusivos.

Otras barreras percibidas por el estudio de Jiménez et al. (2011) para un uso del lenguaje no sexista son el desconocimiento o la dificultad percibida para un uso de fórmulas no sexistas, la consideración del lenguaje no sexista como confuso y complicado, el peso que ejerce la tradición o el hecho de que no se le dé la importancia que realmente tiene a este problema.

La reivindicación feminista y la lucha por la igualdad de derechos ya forma parte de la agenda de los medios de comunicación españoles, pero eso no significa que las empresas periodísticas estén haciendo esfuerzos por elaborar todas sus noticias desde una mirada igualitaria, inclusiva y no sexista. Por eso, el propósito de este trabajo es analizar si la perspectiva de género realmente forma parte de la labor comunicativa en la empresa periodística privada.

3. Método

Como se ha establecido en la introducción del trabajo, el objetivo principal del presente estudio es analizar la inclusión de la perspectiva de género en la labor comunicativa de un medio de prensa escrita durante la semana de la mujer. Para alcanzar este propósito se definieron tres objetivos específicos que guiaron el diseño del trabajo; a saber:

- a) Analizar la representación de mujeres y hombres en la redacción de noticias del periódico y comprobar si los contenidos producidos por ambos sexos son equitativos.
- b) Analizar los titulares de las noticias del periódico para ver si representan igualitariamente a mujeres y hombres y comprobar si el protagonismo de ambos sexos es equitativo.
- c) Estudiar el uso del lenguaje en los titulares del periódico para comprobar si sigue las recomendaciones para evitar un uso sexista del mismo y si el contenido de estos está influido por los estereotipos asociados al género.

Junto a los objetivos se definieron también tres hipótesis basadas en la teoría estudiada:

- a) Que la presencia de varones sería superior a la de mujeres tanto como autores como protagonistas de las noticias.
- b) Que la representación de mujeres y hombres estaría influida por los estereotipos asociados al género.
- c) Que se encontraría un uso sexista del lenguaje en la redacción de titulares del periódico con gran abuso de masculinos genéricos.

Para llevar a cabo este análisis se escogió el periódico El País, tanto su versión impresa como la digital, durante la semana de la mujer de 2018 (desde el 5 de marzo de 2018 hasta el 11 de marzo de 2018). Se seleccionó este periódico porque es un medio de comunicación privado que colabora con la Agencia de Comunicación y Género, la cual asesora a los medios sobre la perspectiva de género en su labor comunicativa, entendiendo con ello que el periódico trataría de incorporar dicha perspectiva, sobre todo, en la semana de la mujer en la que se espera que este tema se trate con especial sensibilidad.

Se ha desarrollado un estudio descriptivo y transversal de El País a través del análisis de su contenido, en el que, tras la lectura de los periódicos seleccionados, se han seguido los siguientes pasos:

Se decidió analizar tanto la versión impresa como la digital del periódico para la consecución de los dos primeros objetivos porque, partiendo de la premisa de que ambos formatos llegan a sectores de la población distintos (prensa escrita a adultos mayores y prensa digital a adultos jóvenes) y que la accesibilidad gratuita a la versión digital facilita la difusión de información a través de redes sociales, puede ser interesante observar si existen diferencias entre ambas versiones y discutir las implicaciones que esto podría tener.

Generalmente en ambas versiones se publicaban las mismas noticias con un día de diferencia. Sin embargo, en el periódico impreso incluyen todas las que se escriben para ese día concreto, mientras que las que aparecen en la página principal de la web de El País son una selección de las noticias que se publican en el instante en el que sucede la noticia y, además, se actualiza tres veces al día (en el presente estudio se analizó la actualización de por la tarde de todos los días). Por ejemplo, un día cualquiera en la sección de deportes del periódico impreso aparecían diez noticias, pero el día anterior, en la web habían seleccionado cuatro de ellas. También ocurría que, cuando no había novedades en alguna sección, algunas noticias aparecían ancladas a la página principal durante varios días.

Las secciones de las dos versiones son semejantes, aunque tienen algunas variaciones. Así, las secciones exclusivas de la versión impresa son: Página 2, Orbituarios, Pantallas y Contraportada; mientras que en la versión digital son: Destacados, Premios Oscar, Día de la Mujer, Blogs, Televisión, y Motor. En la versión impresa, además, aparecen las secciones Ciencia y Estilo, en cambio, en la digital las amplían como Ciencia y Tecnología y Estilo y Vida. Asimismo, la sección de España en la versión digital excluye las noticias sobre la política del país y las incluye en la sección de Política.

Además de estas características, para realizar el estudio es necesario aclarar que, con motivo de la huelga por el Día de la Mujer del 8 de marzo, la redacción tal día estuvo exenta de mujeres. Por ello, para poder realizar este análisis con objetividad no se ha

contabilizado la autoría de las noticias publicadas el día 9 de marzo en la versión impresa de El País, ni las publicadas el mismo día 8 de marzo en su página web.

El procedimiento seguido para realizar el análisis de contenido ha sido el siguiente:

Por un lado, para alcanzar el primer objetivo se contabilizó el número de noticias publicadas redactadas por mujeres y hombres tanto en la página principal de la web del periódico El País, como en la edición impresa del mismo, atendiendo a la firma en las propias noticias. En los casos en los que firmaron con siglas en lugar de con el nombre de pila, se comprobó en la página web del medio el nombre completo de la persona autora. Y si cupo algún tipo de duda por tratarse de un nombre válido para ambos sexos, se buscó concienzudamente la biografía de la redactora o redactor. Además de contabilizar el total de noticias escritas según el sexo, se observó la presencia de mujeres y hombres en las diferentes secciones del periódico para determinar si la versión impresa y digital de El País sigue o no una distribución de contenidos influida por estereotipos tradicionales asociados al género.

Por otro lado, para extraer los datos del segundo objetivo se determinó que el objeto a analizar serían aquellas noticias que tuvieran una persona protagonista en los titulares. Es decir, el número de veces que aparecen nombres propios de mujeres u hombres, salvo excepciones en las que no se mencionaba ni el nombre ni el apellido, pero sí hacían referencia a una persona (por ejemplo: “La primera mujer en un mundo nada diplomático” que habla de María Rosa Boceta, contabiliza como una mujer más en protagonistas de una noticia).

En ambos casos se siguió el mismo método para la extracción y análisis de los resultados. En primer lugar, se creó una tabla para cada versión del periódico y para cada objetivo distinto en la que se reflejaron todas las secciones. De esta manera, cada día se pudo contabilizar cuántas noticias estaban escritas y protagonizadas por mujeres y hombres en las distintas secciones. En los resultados, con el fin de facilitar la lectura de las tablas, se sombrearon en color amarillo las celdas con los datos que indicaban que en el mismo día en la misma sección había una superioridad igual o mayor al 70% en las noticias publicadas por hombres que por mujeres; del mismo modo, se indicó en color morado cuando la representación mayoritaria (superior o igual al 70%) era femenina.

A continuación, se sumó el total de noticias escritas y protagonizadas según el sexo en cada una de las secciones durante los siete días analizados y se crearon gráficos de líneas que muestran los picos de la distribución de mujeres y hombres en cada sección. Asimismo, se representó gráficamente del mismo modo la presencia total de mujeres y hombres en la redacción y como protagonistas de los titulares cada día de la semana. Y, por último, se estimó la representación total en el periódico de hombres y mujeres también como protagonistas de los titulares y como autores y autoras mediante un gráfico de sectores.

Todo el contenido descrito se codificó cuantitativamente en el programa Excel del software informático Microsoft Office 2013, donde se organizó la información mediante tablas y gráficos.

Para analizar el uso de lenguaje no sexista (primera parte del tercer objetivo del estudio) se analizaron únicamente los titulares, subtítulos y destacados de la versión impresa del periódico, ya que es la versión que contiene más volumen de noticias y cada día son distintas y de actualidad. Así pues, los resultados se dividieron en dos apartados. En primer lugar, se decidió analizar el uso del lenguaje siguiendo las recomendaciones de la guía de OXFAM Intermón “Lenguaje no sexista. Tips para evitar un uso sexista del lenguaje cotidiano” (2017), así como las del estudio de Berejano (2013) “El uso del lenguaje no sexista como herramienta para construir un mundo más igualitario”.

En la guía de OXFAM Intermón se establece una serie de ejemplos de sexismo en el lenguaje, pero no es común que todos los ejemplos se den en los medios de comunicación. El ejemplo por excelencia generalizado es el uso abusivo del masculino genérico, que está muy arraigado al castellano. Además, en la mayoría de guías de recomendaciones para el uso no sexista del lenguaje, es el aspecto al que más voz se le da con el fin de combatirlo, pero también es el más difícil de erradicar en la creación de un discurso para que no sea sexista ni discriminatorio.

Para ello, se creó una tabla en la que se señalaron los usos sexistas del lenguaje separados por días. Se anotó en negrita el uso del masculino genérico en cada titular, subtítulo y destacado y junto a él, se propuso una alternativa no sexista. De otro lado, cuando se observó que había casos en los que se había hecho un buen uso del lenguaje evitando la

fórmula del masculino genérico, se creó una segunda tabla que para reflejar estos ejemplos.

Para la segunda parte de los resultados del tercer objetivo, se comprobó la imagen proyectada de mujeres y hombres en los titulares y subtítulos de las noticias. Así que, se creó un documento en el que se citaron los titulares, subtítulos y destacados de las noticias seleccionadas en las que se encontraron estereotipos asociados al género, pero también los casos en los que no fue así, además extraer casos en los que el tratamiento de ambos sexos es desigual. Estos datos se dividieron por secciones del periódico y siguieron un orden cronológico de aparición. Junto a estos titulares se escribió un comentario con el análisis realizado del tratamiento de la información para hablar de los protagonistas de la noticia.

4. Resultados

En este apartado se describen los resultados sobre la frecuencia y la distribución de la representación de mujeres y hombres periodistas y de hombres y mujeres que protagonizan los titulares de las noticias y, también, se muestran ejemplos sobre la presencia de lenguaje sexista y de estereotipos asociados al género en el periódico analizado.

a) Representación de mujeres y hombres en la redacción de noticias

La frecuencia total de noticias redactadas por mujeres y hombres a lo largo de toda la semana analizada en la versión impresa del periódico El País fue desigual entre ambos sexos. Tal y como se puede observar en el Gráfico 1, el 67% (n= 275) de las noticias fueron escritas por hombres, mientras que un 33% (n=133) fueron escritas por mujeres. Esto indica que la plantilla del periódico cuenta con el trabajo de más hombres que mujeres, y que el peso de las informaciones recae generalmente en manos masculinas.

Lo mismo sucede en el caso de la página principal de la web del diario El País (Gráfico 2), la frecuencia total de noticias redactadas por mujeres y hombres desde el 5 de marzo hasta el 11 de marzo (sin contabilizar el día 8 de marzo por motivo de la huelga durante

el Día de la Mujer) es también desigual. El 70% (n=233) de las noticias fueron publicadas por hombres, mientras que solo el 30% (n=102) fueron publicadas por mujeres.

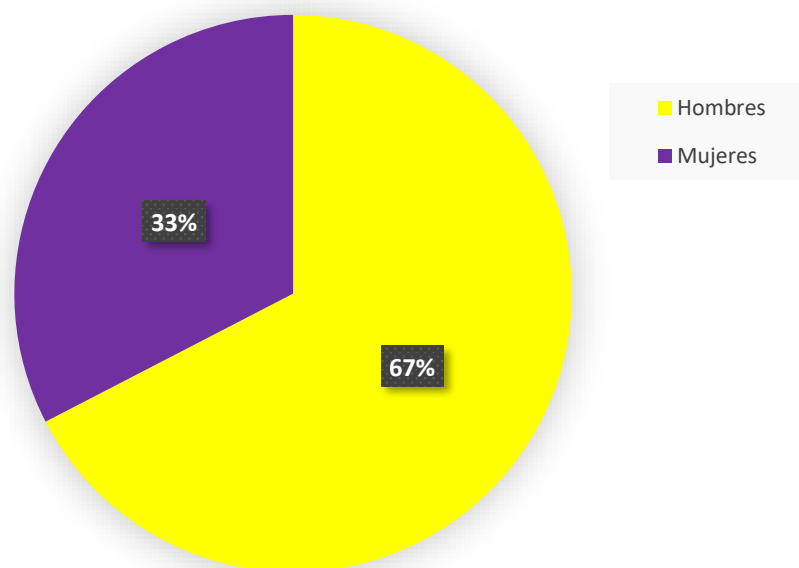


Gráfico 1. Número de noticias totales escritas por hombres y mujeres en El País impreso desde el 05/03/2018 al 11/03/2018. (Fuente: Elaboración propia)

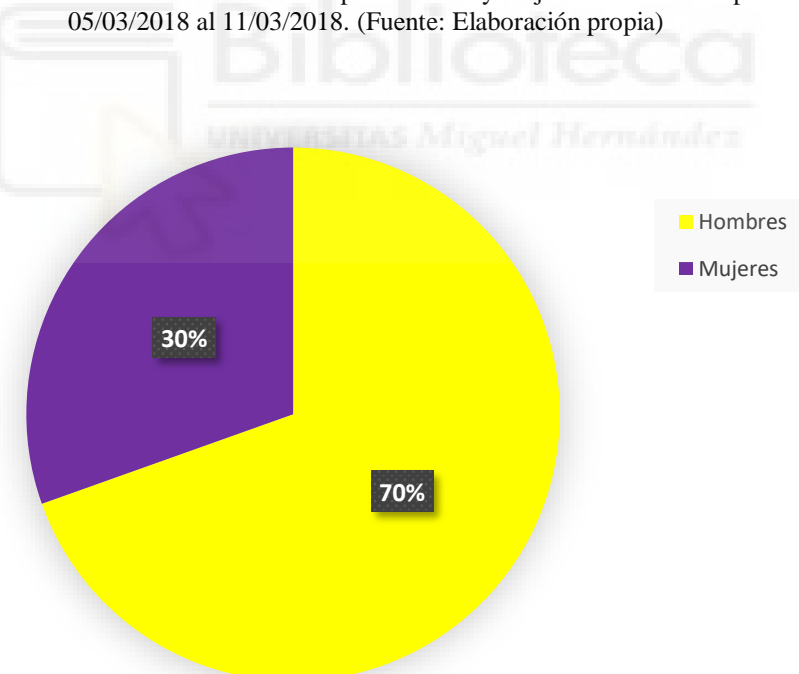


Gráfico 2. Número de noticias totales escritas por hombres y mujeres en El País digital desde el 05/03/2018 al 11/03/2018. (Fuente: Elaboración propia)

De esta manera se observa que tanto el volumen de noticias totales escritas por mujeres y hombres en El País impreso como el de la web son prácticamente idénticos. Si bien, hay que atender a las noticias que desechan del periódico impreso para colgarlas en la página

principal de la web. De las 275 noticias publicadas por hombres en el diario impreso, suben a la web 233, es decir, 42 menos. Mientras que, de las noticias publicadas por mujeres, de 133 publicadas en el diario impreso, 102 aparecen colgadas en la web, 31 menos. Claro que, otro dato a tener en cuenta es que en la web muchas veces las noticias de las secciones menos actualizadas se mantenían varios días.

Cuando se analizó el número de noticias escritas por hombres y mujeres a lo largo de la semana (Gráfico 3) se pudo observar cómo influyó el Día de la Mujer (8 de marzo) en la redacción de noticias en la versión impresa de El País. Pese a la predominancia de noticias de autoría masculina, es interesante atender al volumen de noticias de cada sexo por separado. El dibujo de las líneas de las noticias redactadas por hombres muestra como conforme se aproxima el Día de la Mujer, su presencia disminuye levemente, mientras que las mujeres publican más noticias (sin contar el 9 de marzo, que como se ha puesto de manifiesto en el Método, con motivo de la huelga la redacción estuvo exenta de mujeres).

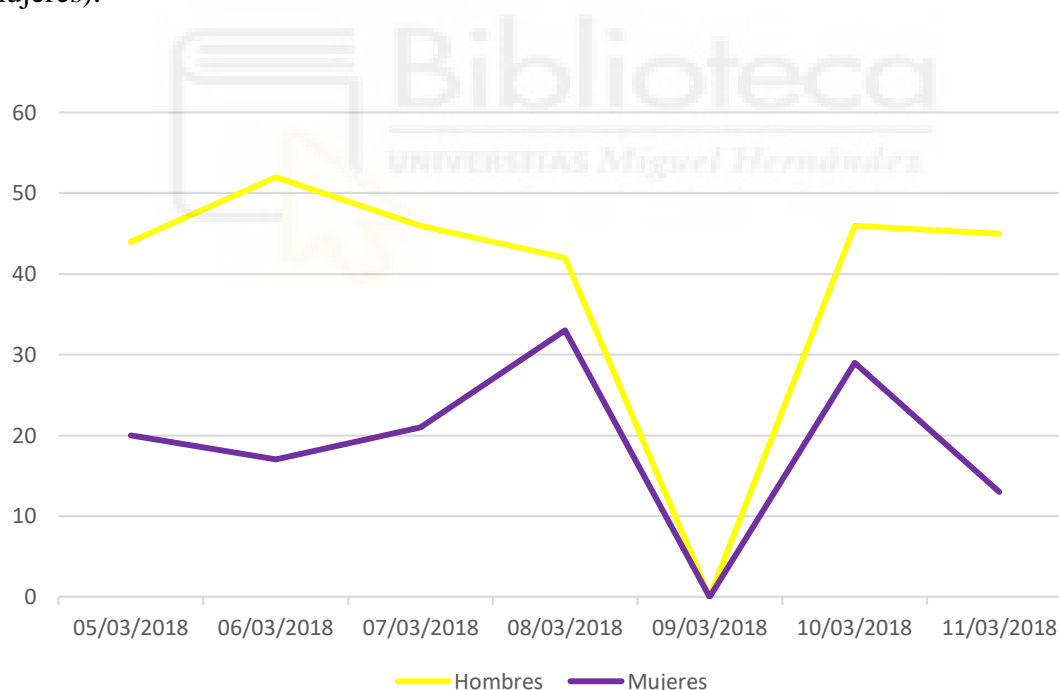


Gráfico 3. Número de noticias totales escritas por hombres y mujeres por días en El País impreso desde el 05/03/2018 al 11/03/2018. (Fuente: Elaboración propia)

Por su parte, la presencia femenina en la redacción de noticias publicadas en El País digital muestra la misma tendencia que en el diario impreso. Los días próximos al 8M aumentan las noticias publicadas por mujeres, y en la presencia de hombres disminuye

levemente. No obstante, el Gráfico 4 es menos claro que en el de la versión impresa (Gráfico 3) debido a lo referido anteriormente sobre las noticias que se mantienen ancladas en la página principal varios días.

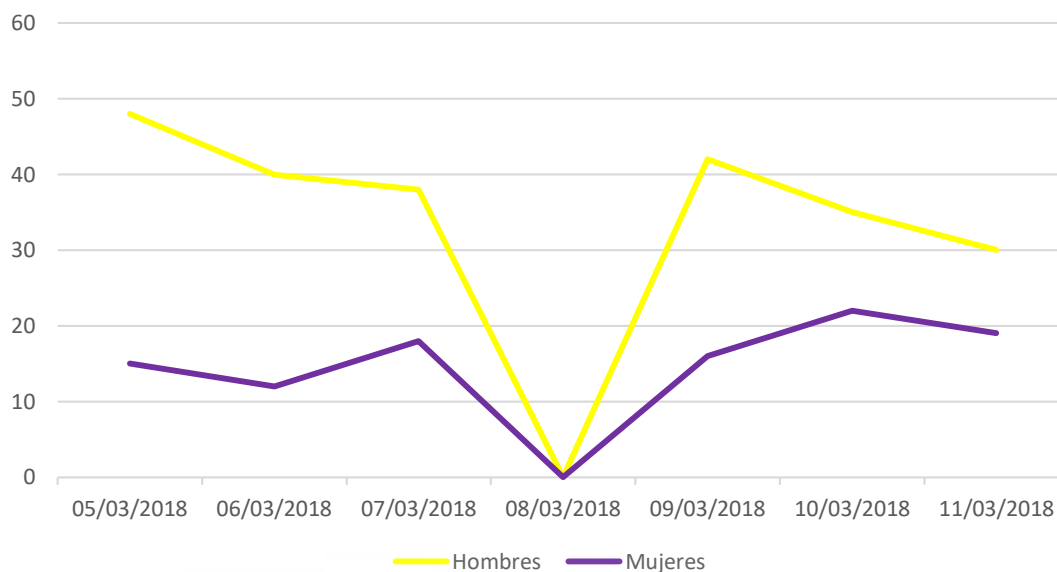


Gráfico 4. Número de noticias totales escritas por hombres y mujeres por días en El País digital desde el 05/03/2018 al 11/03/2018. (Fuente: Elaboración propia)

Respecto a la distribución de hombres y mujeres periodistas que firman noticias en las diferentes secciones del periódico, se ha podido observar, tal y como refleja el Gráfico 5, que en la portada del diario ambos sexos tienen similar presencia (14 noticias escritas por hombres y 12 por mujeres), también es así en las secciones: Contraportada (5 firmadas por hombres y 7 por mujeres), Opinión (10 de hombres y 7 de mujeres), Cultura (24 escritas por hombres frente a 19 de mujeres), Gente (5 escritas por cada sexo) y Estilo (1 noticia escrita por un hombre y 3 por mujeres).

Sin embargo, en las secciones Internacional, España y, especialmente, en Deportes, la presencia masculina es notablemente mayor que la femenina. Destaca el caso de las noticias de deportes, en el que se demuestra cómo hay tan solo cinco noticias publicadas por mujeres, mientras que las publicadas por hombres son 45. La voz femenina en las noticias deportivas queda prácticamente silenciada, mientras que los hombres tienen su hueco inamovible en esta sección. En la sección de noticias internacionales esta diferencia también es notable: 21 noticias publicadas por mujeres, y 50 firmadas con nombres de

hombres. Esta desigualdad también queda reflejada en la sección de economía, en la que 35 noticias están firmadas por hombres y solo 5 por mujeres.

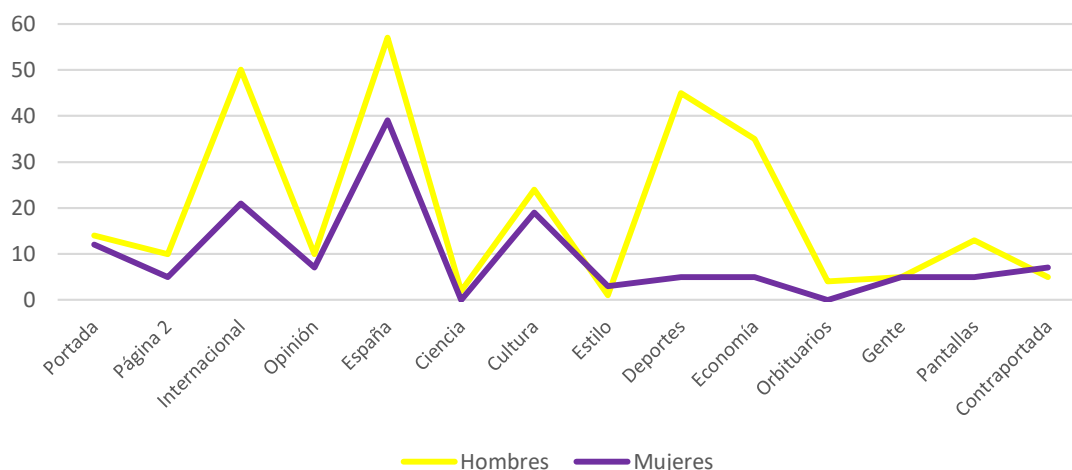


Gráfico 5. Número de noticias escritas por hombres y mujeres en El País impreso según las secciones desde el 05/03/2018 al 11/03/2018. (Fuente: Elaboración propia)

En este caso, en la versión digital (Gráfico 6) sí se perciben grandes cambios respecto al diario impreso. Las noticias escritas por hombres cobran mucho más peso en la portada (28 escritas por hombres y 14 por mujeres) y, sobre todo, en las noticias destacadas de la web (36 con nombre masculino y 10 con nombre femenino). Pero sí son equitativas las noticias publicadas por ambos sexos en las secciones de opinión (11 de hombres y 9 de mujeres). De igual manera, y en sintonía con lo observado en la versión impresa (Gráfico 5), la voz masculina predomina en secciones como Economía, que en este caso cuentan con 27 noticias redactadas por hombres y tan solo 7 por mujeres, en Internacional (23 de hombres, frente a 5 de mujeres) y en Deportes (23 noticias de hombres, y solo 2 escritas por mujeres).

Por otro lado, se observan grandes diferencias respecto a la versión impresa en otras secciones. En el caso de la sección de España, se percibe una equidad entre ambos sexos, que escribieron 8 noticias cada uno, no obstante, existe una sección de Política que no aparece en la versión impresa, en la que son los hombres los que llevan la voz cantante (10 noticias redactadas por hombres y 3 redactadas por mujeres).

Varía notablemente la sección de Cultura de la página web, en la que sí que hay predominio masculino (17 noticias de hombres y 7 de mujeres), y en el caso de la sección

de gente la escriben las mujeres (tan solo una noticia de un hombre y 7 de mujeres). En Estilo y Vida también son las mujeres las que redactan más (7 noticias de hombres y 13 de mujeres).

Atendiendo a estos datos se observa una distribución de la presencia de mujeres y hombres estereotipada, con la que los hombres desarrollan informaciones de temas de gran índole tales como política o asuntos internacionales, y también temas muy mediáticos en torno al deporte. En cambio, las mujeres tienen más presencia que ellos en asuntos banales, como la prensa rosa en la sección de Gente, o artículos sobre bienestar y familia en Estilo y Vida. Aunque es cierto que ambos sexos tienen voz en temas de opinión, obteniendo la visibilidad pertinente por igual.

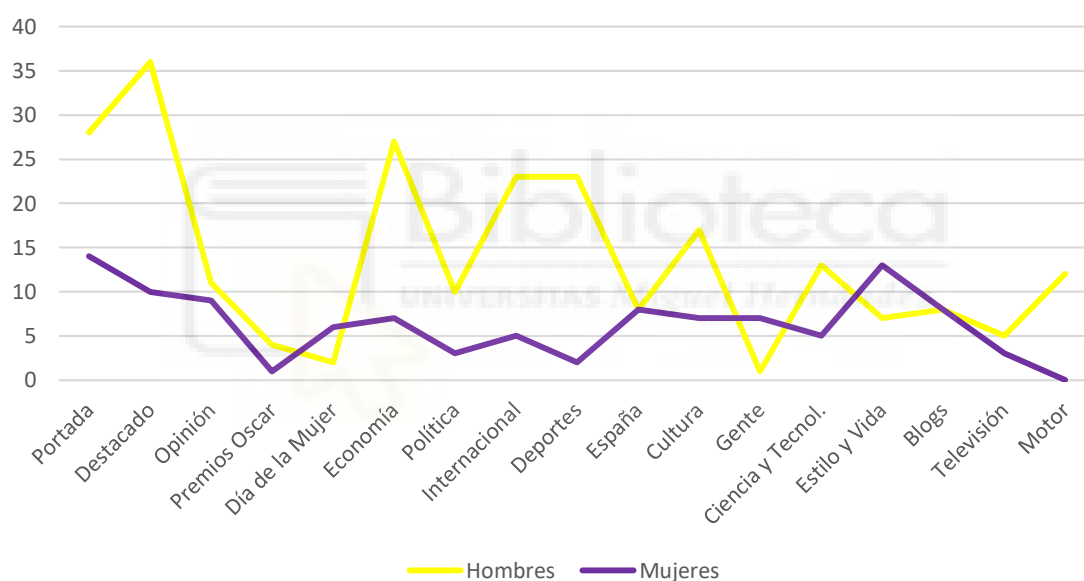


Gráfico 6. Número de noticias escritas por hombres y mujeres en El País digital según las secciones desde el 05/03/2018 al 11/03/2018. (Fuente: Elaboración propia)

Al analizar por días y por secciones el volumen de publicaciones firmadas por mujeres y hombres en la versión impresa del periódico (Tabla 1), destaca lo que sucede en la sección Internacional. Cuanto más cerca está el Día de la Mujer, más presencia tienen las mujeres en la sección internacional del periódico, mientras que esa diferencia crece cuando los días están más lejanos del 8M.

No es así en economía, que precisamente son los días entorno al Día de la Mujer los que las noticias publicadas por hombres se desmarcan. Y tampoco en la sección de deportes,

que todos los días predominan las noticias escritas por hombres, de hecho, solo hay dos mujeres: una que escribe diariamente en la sección, que es Eleonora Giovio, y otra que redactó una sola noticia el sábado 10 de marzo, que es María Alexander.

Tabla 1. Número de publicaciones redactadas por mujeres y hombres cada día en El País impreso según las secciones desde el 05/03/2018 al 11/03/2018. (Fuente: Elaboración propia)

		5-mar.	6-mar.	7-mar.	8-mar.	10-mar.	11-mar.
I.A	H	2	4	3	1	1	3
	M	2	2	0	4	4	0
I.B	H	1	3	1	3	2	0
	M	2	0	2	0	1	0
I.C	H	7	12	9	6	6	10
	M	2	1	5	5	5	3
I.D	H	2	2	1	2	2	1
	M	1	1	2	1	1	1
I.E	H	5	8	13	7	12	12
	M	6	7	4	10	8	4
I.F	H	0	0	0	2	0	0
	M	0	0	0	0	0	0
I.G	H	4	8	5	2	4	1
	M	2	3	1	6	3	4
I.H	H	0	0	0	0	1	0
	M	1	0	1	0	1	0
I.I	H	11	7	6	6	5	10
	M	1	1	0	1	2	0
I.J	H	5	3	7	10	8	2
	M	1	0	1	3	0	0
I.K	H	3	0	0	0	0	1
	M	0	0	0	0	0	0
I.L	H	0	1	0	1	2	1
	M	1	1	1	0	2	0
I.M	H	3	2	1	2	2	3
	M	0	1	2	1	1	0
I.N	H	1	2	0	0	1	1
	M	1	0	2	2	1	1

Nota: Portada (I.A), Página 2 (I.B), Internacional (I.C), Opinión (I.D), España (I.E), Ciencia (I.F), Cultura (I.G), Estilo (I.H), Deportes (I.I), Economía (I.J), Orbituarios (I.K), Gente (I.L), Pantallas (I.M), Contraportada (I.N) / Hombres (H), Mujeres (M)

La desigualdad en la redacción invisibiliza a las mujeres también en la versión digital. Atendiendo al número de publicaciones redactadas por mujeres y hombres cada día de la semana del 5 de marzo al 11 de marzo de 2018 en la página web de El País (Tabla 2) se observa como la presencia masculina eclipsa la femenina. Las mujeres redactaron más del 70% de las noticias en una misma sección que los hombres en once ocasiones. Dichas secciones son la del Día de la Mujer el día previo a la huelga, la sección de España el día

posterior al 8M, y en las secciones de Gente y Estilo y Vida, en la que la presencia masculina es menor que la femenina. Respecto a la sección Internacional, se observa que el Día de la Mujer influyó en la disminución de presencia masculina. El día 9, el día posterior a la huelga, fue el único día en el que hubo equidad en las publicaciones entre ambos sexos.

Tabla 2. Número de publicaciones redactadas por mujeres y hombres cada día en El País digital según las secciones desde el 05/03/2018 al 11/03/2018. (Fuente: Elaboración propia)

		5-mar.	6-mar.	7-mar.	9-mar.	10-mar.	11-mar.
D.A	H	5	7	4	6	5	1
	M	3	2	3	1	2	3
D.B	H	6	4	8	8	6	4
	M	1	1	2	1	2	3
D.C	H	1	3	1	3	2	1
	M	2	1	2	1	1	2
D.D	H	4	0	0	0	0	0
	M	1	0	0	0	0	0
D.E	H	0	1	0	1	0	0
	M	0	1	4	1	0	0
D.F	H	4	5	4	6	4	4
	M	1	0	0	1	4	1
D.G	H	3	2	4	0	1	0
	M	0	2	0	0	1	0
D.H	H	6	4	5	1	4	3
	M	2	0	0	1	1	1
D.I	H	5	3	3	4	4	4
	M	0	1	0	1	0	0
D.J	H	1	1	1	1	0	4
	M	2	0	2	4	0	0
D.K	H	4	4	2	3	2	2
	M	0	0	2	1	2	2
D.L	H	0	0	0	1	0	0
	M	0	0	1	0	3	3
D.M	H	3	3	0	3	2	2
	M	1	0	2	1	1	0
D.N	H	2	0	2	1	2	0
	M	1	4	2	2	2	2
D.Ñ	H	1	1	2	1	1	2
	M	1	1	1	2	2	1
D.O	H	1	1	0	2	0	1
	M	0	0	1	0	1	1
D.P	H	2	2	2	2	2	2
	M	0	0	0	0	0	0

Nota: Portada (D.A), Destacado (D.B), Opinión (D.C), Premios Oscar (D.D), Día de la Mujer (D.E), Economía (D.F), Política (D.G), Internacional (D.H), Deportes (D.I), España (D.J), Cultura (D.K), Gente (D.L), Ciencia y Tecnología (D.M), Estilo y Vida (D.N), Blogs (D.Ñ), Televisión (D.O), Motor (D.P) / Hombres (H), Mujeres (M)

b) Presencia de mujeres y hombres como protagonistas de las noticias

En los resultados se puede observar como el número de protagonistas en los titulares de las noticias según su sexo en la versión impresa de El País la semana analizada es muy desigual (Gráfico 7). Las mujeres fueron nombradas a lo largo de la semana un 19% (n=64), mientras que los hombres protagonizaron el 81% (n=264) de las noticias que tenían protagonista.

Los datos recogidos en cuanto al número de protagonistas de las noticias totales de la semana analizada en El País digital (Gráfico 8) varían bastante respecto a los recogidos en El País impreso. La presencia de mujeres en los titulares crece hasta un 30% (n=55), y la de hombres disminuye al 70% (n=127). Si bien, el fenómeno en este caso no es que aparezcan más mujeres, de hecho, aparecen 9 menos. Es la diferencia de la presencia de nombres masculinos lo que hace que el porcentaje de mujeres protagonistas aumente, ya que los hombres aparecen 140 veces menos que en la versión impresa.

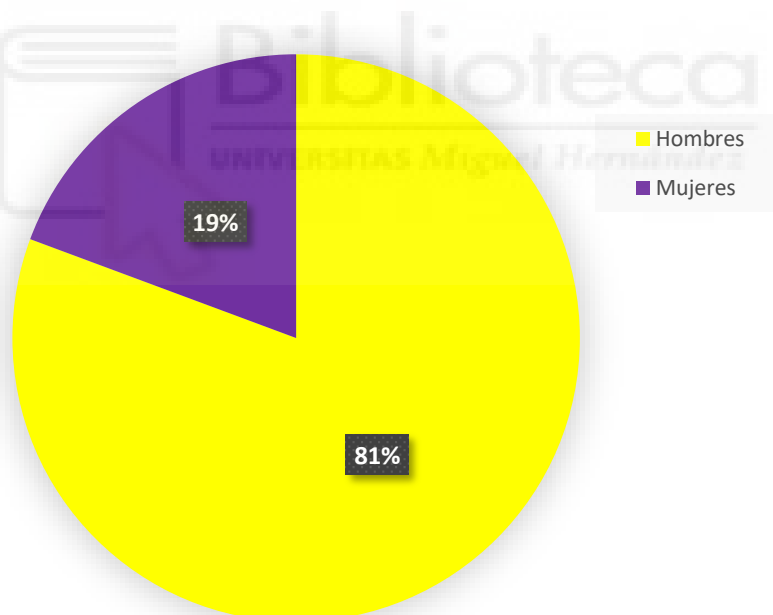


Gráfico 7. Número de protagonistas de noticia totales según sexo en El País impreso desde el 05/03/2018 al 11/03/2018. (Fuente: Elaboración propia)

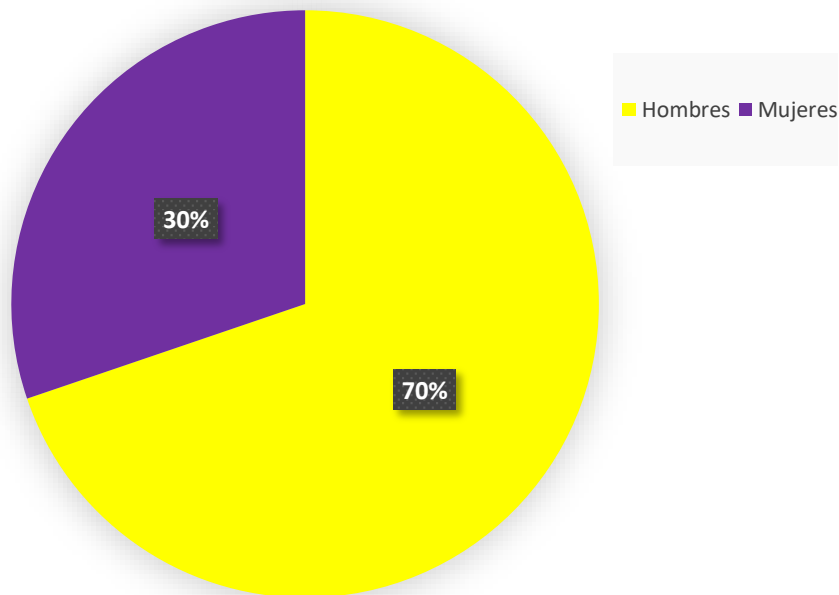


Gráfico 8. Número de protagonistas de noticias totales según sexo en El País digital desde el 05/03/2018 al 11/03/2018. (Fuente: Elaboración propia)

Cuando se analizan los datos semanales, se puede observar cómo las mujeres se nombran siempre menos que los hombres, ni un solo día el sexo femenino se aproxima a tener la representación que tienen los varones. El día que la visibilidad de las mujeres quedó más reducida fue el 6 de marzo, que solamente se mencionó a 3 mujeres, mientras que 58 veces aparecieron hombres en los titulares. Si bien, como se puede observar en el Gráfico 9, el día que más mujeres obtuvieron representación fue precisamente el 8 de marzo, coincidiendo con el Día de la Mujer. Ese día 14 mujeres aparecieron en letra grande y fueron protagonistas de noticias, aun así, el doble de hombres (31) se hicieron con el protagonismo del periódico.

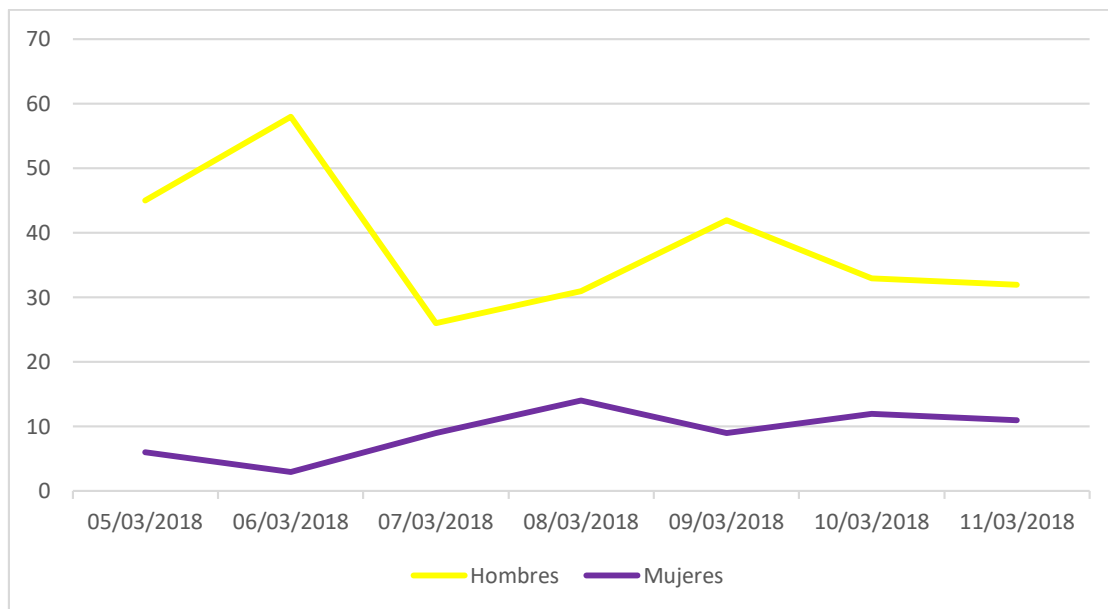


Gráfico 9. Número de protagonistas de noticias totales según sexo por días en El País impreso desde el 05/03/2018 al 11/03/2018. (Fuente: Elaboración propia)

En la versión digital (Gráfico 10) se observa que la tendencia es similar a la versión impresa. Los días próximos al Día de la Mujer la presencia de mujeres apenas aumenta, pero la masculina sí que decrece. Aunque hay que destacar que dos días antes del 8M es el día que más diferencia se encuentra entre el protagonismo de ambos sexos. Los hombres aparecen en los titulares de la página principal de la web en 24 ocasiones, mientras que las mujeres solo son protagonistas en 7.

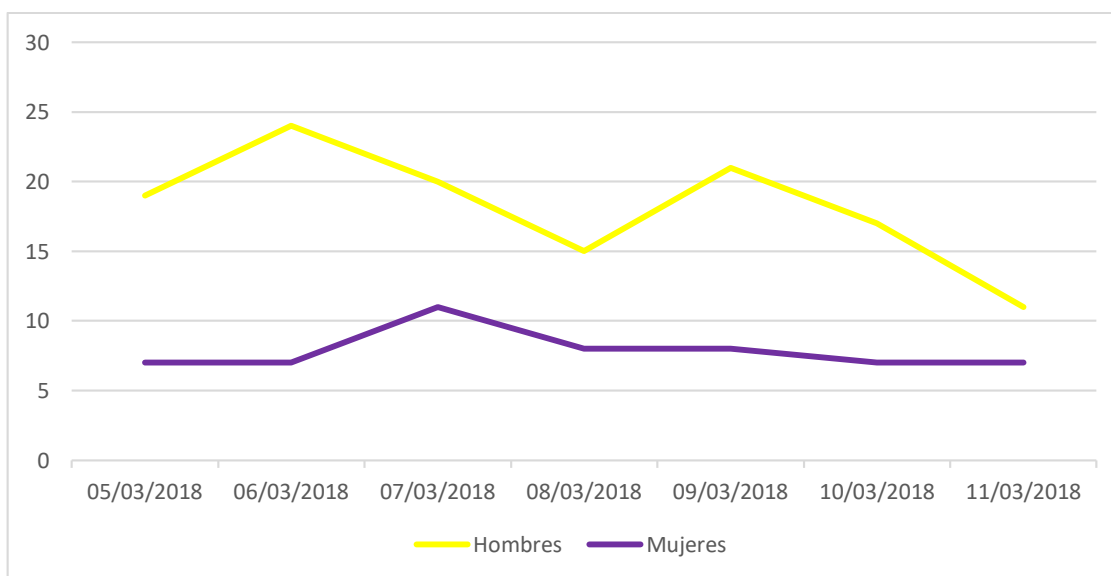


Gráfico 10. Número de protagonistas de noticias totales según sexo por días en El País digital desde el 05/03/2018 al 11/03/2018. (Fuente: Elaboración propia)

Si atendemos a las secciones donde aparecen los y las protagonistas de la versión impresa del diario El País (Gráfico 11) se observa que los hombres fueron protagonistas en la mayoría de secciones, de hecho, tan solo obtuvieron la misma representación en la sección Gente, que es la dedicada a la prensa rosa.

Se presenta gran desigualdad en la portada, en la que 21 hombres fueron nombrados a lo largo de la semana, y solo 3 mujeres aparecieron en ella. En la esfera internacional, las mujeres tampoco tienen voz: 44 hombres protagonizaron noticias de esta sección durante los siete días que duró el análisis, y tan solo 9 mujeres; mismo caso en la sección de España: 41 hombres protagonistas y 19 mujeres. En Cultura son ellos los que llevan la voz cantante, con 30 protagonistas distintos, mientras que ellas solo fueron representadas por 8. Asimismo, es en la sección de Deportes donde la desigualdad destaca más. 82 deportistas fueron protagonistas de los titulares, y tan solo 2 mujeres aparecieron en la sección entera durante siete días.

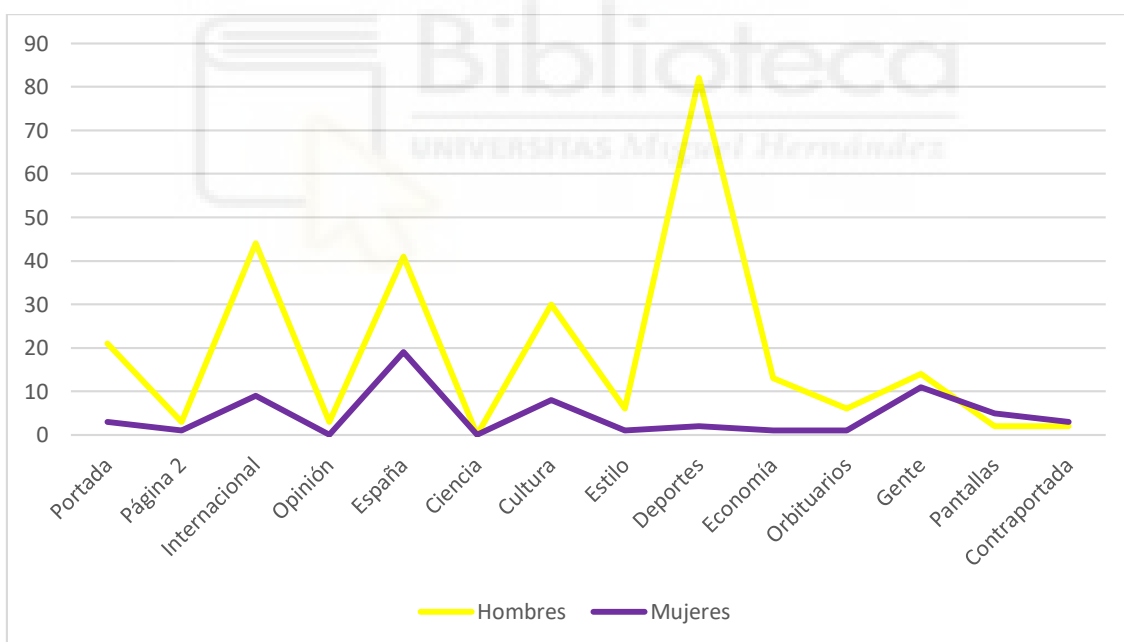


Gráfico 11. Número de protagonistas de según sexo en El País impreso según las secciones desde el 05/03/2018 al 11/03/2018. (Fuente: Elaboración propia)

Comparando estos resultados con los observados en la versión digital (Gráfico 12), se observa que las líneas se comportan muy similar en ambas versiones, aunque hay unas leves variaciones. Los hombres obtuvieron más protagonismo en las portadas y en la sección de noticias destacadas en la página web que en la versión impresa (hasta en 26

ocasiones los hombres ocupan la portada y 15 veces en noticias destacadas, en cambio las mujeres aparecen 9 veces en portada y 6 en destacados). En la sección de deportes, el pico de los hombres es menos acusado en la versión digital que en la impresa (tan solo 18 hombres son protagonistas, y de nuevo solo 2 mujeres aparecen en titulares). Además, en la sección de política ambos protagonismos se aproximan (5 hombres y 4 mujeres se nombran en los titulares de la sección), pero la diferencia es más grande en economía (11 hombres frente a 3 mujeres).

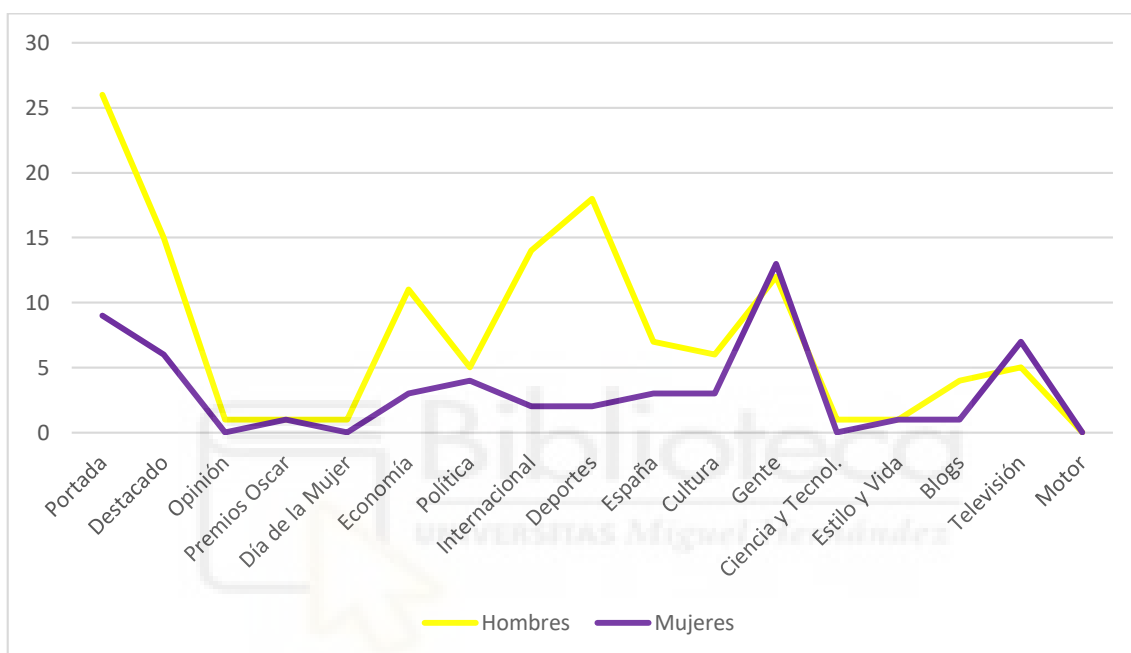


Gráfico 12. Número de protagonistas de según sexo en El País impreso según las secciones desde el 05/03/2018 al 11/03/2018. (Fuente: Elaboración propia)

En cuanto a la distribución del protagonismo durante la semana se observa que en la versión impresa (Tabla 3) el protagonismo masculino disminuye el Día de la Mujer y los días inmediatamente próximos a esa fecha en las siguientes secciones Internacional, España y Cultura. Aunque el protagonismo de las mujeres tampoco aumenta, mantiene una frecuencia constante; es decir, la desigualdad decrece por la desaparición de nombres de hombres, y no por la aparición de más mujeres en los titulares.

Tabla 3. Número de publicaciones en las que hombres y mujeres son protagonistas cada día en El País impreso según las secciones desde el 05/03/2018 al 11/03/2018. (Fuente: Elaboración propia)

		5-mar.	6-mar.	7-mar.	8-mar.	9-mar.	10-mar.	11-mar.
I.A	H	3	4	2	5	2	3	2
	M	0	0	0	2	0	0	1
I.B	H	1	0	0	2	0	0	0
	M	0	0	0	0	0	1	0
I.C	H	3	11	7	5	6	7	5
	M	1	0	0	2	5	1	0
I.D	H	1	0	0	1	0	0	1
	M	0	0	0	0	0	0	0
I.E	H	2	10	5	5	8	5	6
	M	2	2	3	2	1	1	8
I.F	H	0	0	0	0	0	0	0
	M	0	0	0	0	0	0	0
I.G	H	6	6	3	2	8	3	2
	M	1	1	2	2	0	2	0
I.H	H	4	0	0	0	0	2	0
	M	1	0	0	0	0	0	0
I.I	H	22	19	4	5	12	9	11
	M	0	0	0	0	0	2	0
I.J	H	0	4	0	3	2	2	2
	M	0	0	0	0	0	1	0
I.K	H	3	0	0	0	2	0	1
	M	0	0	0	0	0	0	1
I.L	H	0	3	5	3	1	1	1
	M	1	0	4	2	2	2	0
I.M	H	0	0	0	0	1	1	0
	M	0	0	0	1	1	2	1
I.N	H	0	1	0	0	0	0	1
	M	0	0	0	3	0	0	0

Nota: Portada (I.A), Página 2 (I.B), Internacional (I.C), Opinión (I.D), España (I.E), Ciencia (I.F), Cultura (I.G), Estilo (I.H), Deportes (I.I), Economía (I.J), Orbitarios (I.K), Gente (I.L), Pantallas (I.M), Contraportada (I.N) / Hombres (H), Mujeres (M)

La desigualdad de las publicaciones en las que hombres y mujeres son protagonistas de los titulares no se ve tan claramente si observamos los días por separado en la semana analizada en la página web de El País (Tabla 4). Si bien, solo en dos ocasiones las mujeres han sido más protagonistas que los hombres en la sección más importante del diario, que es la portada. Y una de ellas fue precisamente el día 8 de marzo, en cambio, el resto de los días la presencia femenina es prácticamente nula. De hecho, ese mismo 8 de marzo, en noticias destacadas no aparecía ni una sola mujer, pero sí se dio protagonismo a 4 varones.

En la sección Internacional sucede el mismo fenómeno que en la versión impresa, hay un claro predominio de hombres en cuanto a su protagonismo en titulares, pero cuando se aproxima el día 8 de marzo esa diferencia se suaviza.

Tabla 4. Número de publicaciones en las que hombres y mujeres son protagonistas cada día en El País digital según las secciones desde el 05/03/2018 al 11/03/2018. (Fuente: Elaboración propia)

		5-mar.	6-mar.	7-mar.	8-mar.	9-mar.	10-mar.	11-mar.
D.A	H	5	6	4	1	5	5	0
	M	1	0	2	4	0	0	2
D.B	H	2	4	1	4	0	3	1
	M	3	2	0	0	0	0	1
D.C	H	1	0	0	0	0	0	0
	M	0	0	0	0	0	0	0
D.D	H	1	0	0	0	0	0	0
	M	1	0	0	0	0	0	0
D.E	H	0	1	0	0	0	0	0
	M	0	0	0	0	0	0	0
D.F	H	1	3	0	2	2	1	2
	M	0	1	0	1	1	0	0
D.G	H	1	1	2	0	0	1	0
	M	1	1	0	0	0	2	0
D.H	H	2	0	4	3	2	3	0
	M	0	0	1	1	0	0	0
D.I	H	2	2	3	3	5	2	1
	M	0	0	0	0	1	1	0
D.J	H	1	2	1	0	0	0	3
	M	0	0	2	0	1	0	0
D.K	H	0	2	0	1	2	0	1
	M	0	0	1	0	1	1	0
D.L	H	3	0	4	0	2	1	2
	M	1	0	4	1	3	2	2
D.M	H	0	0	1	0	0	0	0
	M	0	0	0	0	0	0	0
D.N	H	0	0	0	0	1	0	0
	M	0	0	0	0	0	0	1
D.Ñ	H	0	2	0	1	1	0	0
	M	0	1	0	0	0	0	0
D.O	H	0	2	0	0	1	1	1
	M	0	2	1	1	1	1	1
D.P	H	0	0	0	0	0	0	0
	M	0	0	0	0	0	0	0

Nota: Portada (D.A), Destacado (D.B), Opinión (D.C), Premios Oscar (D.D), Día de la Mujer (D.E), Economía (D.F), Política (D.G), Internacional (D.H), Deportes (D.I), España (D.J), Cultura (D.K), Gente (D.L), Ciencia y Tecnología (D.M), Estilo y Vida (D.N), Blogs (D.Ñ), Televisión (D.O), Motor (D.P) / Hombres (H), Mujeres (M)

c) Uso de un lenguaje no sexista en los titulares del periódico y contenido estereotipado según el género

En primer lugar, en el análisis realizado para comprobar el uso del masculino genérico, tal y como se muestra en la Tabla 5, se ha encontrado que en la versión impresa de El País se ha utilizado este recurso en 44 titulares recogidos en 40 noticias de un total de 408 analizadas, lo que supone un 9,8% de las noticias redactadas durante la semana analizada.

En tres ocasiones, el masculino genérico fue justo detrás de un porcentaje. Esto se debe a la necesidad de simplificar las oraciones, especialmente en los titulares, donde el espacio se reduce más. No obstante, hay más casos en los que existen alternativas con las que se podría evitar en su totalidad el uso de esta fórmula sexista y que también se han reflejado en la Tabla 5.

Tabla 5. Uso del masculino genérico en los titulares del periódico El País desde el 05/03/2018 al 11/03/2018. (Fuente: Elaboración propia)

Día	Titulares, subtítulos y destacados (masculino genérico en negrita)	Alternativa
5 de marzo	<p>Los socialistas alemanes votan ampliamente por la Gran Coalición</p> <p>El voto afirmativo del 66% de los afiliados permite que haya Gobierno en Berlín y tranquilidad en Europa</p> <p>Ocho de cada diez empresarios prevén mejorar sus ventas</p> <p>Los directivos creen que la coyuntura actual es la más positiva desde 2010</p> <p>El jubilado acumula su capital durante toda la vida laboral y paga el correspondiente IRPF</p>	<p>El socialismo alemán vota [...]</p> <p>[...] del 66% de las personas afiliadas permiten que [...]</p> <p>Ocho de cada diez empresas [...]</p> <p>La dirección cree que [...]</p> <p>La persona jubilada acumula [...]</p>
6 de marzo	<p>José Antonio Meade: "Un candidato debe rendir cuentas"</p> <p>El 71% de los suizos respalda mantener los 387 euros anuales del canon audiovisual</p> <p>El pueblo vota a pesar de sus políticos y estos se organizan a expensas de sus ciudadanos</p> <p>Los italianos llenan las urnas de papeletas de protesta contra el sistema</p> <p>[...] Trump [...] no es consciente del malestar que causaría a sus ciudadanos [...]</p> <p>El 82% de los españoles considera justificada la huelga de mujeres</p>	<p>[...] "Con la candidatura se deben rendir cuentas"</p> <p>El 71% de la población suiza respalda [...]</p> <p>El pueblo vota sin contar con el Gobierno y este se organiza a expensas de la ciudadanía</p> <p>La población italiana protesta contra el sistema en las urnas</p> <p>[...] a la ciudadanía [...]</p> <p>El 82% de la población española [...]</p>

... 6 de marzo	<p>Artadi descarta pactar con los socialistas y los anticapitalistas muestran perplejidad</p> <p>Los museos de arte antiguo ensayan estrategias para atraer a los jóvenes</p> <p>Los directivos de bancos creen que el mayor reto a corto plazo es la transformación digital</p>	<p>[...] con el socialismo y el anticapitalismo muestra [...]</p> <p>[...] para atraer a la juventud</p> <p>La dirección de los bancos cree que [...]</p>
7 de marzo	<p>Un grupo de activistas presenta en La Haya denuncias por crímenes de guerra que afectan a 1,17 millones de afganos</p> <p>Los socialistas piden el compromiso de llegar al 5% del PIB</p> <p>Los empresarios alemanes de Cataluña abroncan a Torrent</p> <p>Los jubilados se repliegan a Reino Unido</p> <p>La equiparación salarial para los funcionarios abre otro frente Rajoy</p> <p>Los policías aceptan la oferta de Interior</p> <p>Galicia cumple un mes con sus juzgados y registros civiles paralizados por la protesta de funcionarios contra la Xunta</p> <p>Los fallecidos no lo están oficialmente ya que no se ha inscrito su deseo</p> <p>Más del 85% de los juzgados no celebran vistas, según los abogados</p> <p>Dulceida, Jon Kortajarena y Laura Escanes sirven de modelos a los veinteañeros</p>	<p>[...] de personas afganas</p> <p>El socialismo pide [...]</p> <p>Empresas alemanas de Cataluña abroncan [...]</p> <p>La población jubilada se [...]</p> <p>[...] para el funcionariado [...]</p> <p>La Policía acepta [...]</p> <p>[...] del funcionariado contra [...]</p> <p>La población fallecida [...]</p> <p>[...] según la abogacía</p> <p>[...] de referentes al público veinteañero</p>
8 de marzo	<p>Alexéi Navalni: "Los corruptos rusos manipulan a muchos políticos en Europa"</p> <p>En España hay 2.273 búsquedas de menores desaparecidos</p> <p>Académicos y miembros de la industria opinan sobre la caída de los Oscars</p>	<p>[...] La corrupción rusa manipula la política europea</p> <p>[...] menores que han desaparecido</p> <p>La academia y la industria cinematográfica [...]</p>
9 de marzo	<p>Édouard Louis, escritor: "Me interesan autores que tratan la verdad. Ya hay demasiada ficción"</p> <p>"La relación entre mis padres era muy difícil y es muy difícil de contar"</p> <p>El sueldo de los funcionarios subirá más del 8% en los próximos tres años</p>	<p>[...] Me interesa la literatura de quienes tratan la verdad. Ya hay [...]</p> <p>[...] mis progenitores [...]</p> <p>[...] El sueldo del funcionariado [...]</p>
10 de marzo	<p>Los recién llegados se quejan de la burocracia y de cierta hostilidad vecinal</p> <p>Los miembros de la comunidad ni fuman ni beben y tienen abundante prole</p> <p>Niños que se inician en el sexo a través de la pornografía</p>	<p>Las personas recién llegadas se quejan [...]</p> <p>Quiénes componen la comunidad [...]</p> <p>Niños y niñas que se [...]</p>

11 de marzo	<p>Los críticos acusan a Manuela Carmena y Ada Colau</p> <p>Tierra para todos los rusos en las fronteras con China</p> <p>Los jóvenes iraníes ya no aguantan más</p> <p>Rivera gusta más a los del PP</p> <p>Los electores creen que Ciudadanos luchará mejor contra la corrupción</p> <p>Los adultos piden ayuda cuando la situación es límites</p> <p>Un piloto de esas naves puede ganar no menos de 30.000 euros por viaje</p> <p>La actividad física [...] de los 465.000 nonagenarios españoles</p> <p>Ángeles: "Me da la vida conversar con mis hijos y nietos"</p> <p>En el escenario de la desaparición no viven apenas niños durante el año</p> <p>Todos sus vecinos han sido interrogados y sus viviendas, revisadas</p>	<p>La crítica acusa [...]</p> <p>[...] toda la población rusa [...]</p> <p>La juventud iraní [...]</p> <p>[...] a quienes votan al PP</p> <p>El electorado cree [...]</p> <p>La población adulta pide ayuda [...]</p> <p>Quienes pilotan esas naves tienen una dotación de más de 30.000 euros cada viaje</p> <p>[...] las 465.000 personas nonagenarias en España</p> <p>[...] mis descendientes</p> <p>[...] apenas viven menores [...]</p> <p>Todo el vecindario [...]</p>
-------------	--	---

Durante el estudio, también se han encontrado algunas evidencias de que las personas que redactaron algunos titulares evitaron utilizar el masculino genérico, de manera que en algunos casos se ha utilizado un lenguaje inclusivo y no discriminatorio. Los ejemplos extraídos en la Tabla 6 muestran que el uso de un lenguaje inclusivo es posible y que El País está haciendo esfuerzos por tener cuidado para la redacción de titulares con un lenguaje no sexista.

Tabla 6. Ejemplos de un uso de lenguaje no sexista del periódico El País desde el 05/03/2018 al 11/03/2018. (Fuente: Elaboración propia)

Día	Titulares, subtítulos y destacados que evitan el masculino genérico (destacado en negrita)	Comentario
5 de marzo	<p>Una nueva generación ya se abre paso</p> <p>España, con dos medallas y cinco finalistas aguarda un futuro esperanzador</p>	La noticia habla de deportistas de ambos sexos
6 de marzo	<p>Las otras caras de Ciudadanos</p> <p>Cinco figuras protagonizan la mitad de las intervenciones del partido, que afronta el reto de repartir más juego</p>	Se refiere a Vilegas, Girauta, Parámo, que son hombres e Inés Arrimadas y Begoña Villacís
7 de marzo	<p>Superorganism, ocho jóvenes que coincidieron en la Red y hoy comparten piso en Londres, sale de gira con su primer disco</p>	Se trata de cuatro varones y cuatro chicas

8 de marzo	La ayuda a jóvenes para comprar casa deja fuera a ciudades de más de 5.000 habitantes	En "jóvenes" se incluye a ambos sexos
10 de marzo	ETA no empezó con el primer disparo [...]. A partir de los años noventa, la sociedad vasca empezó a rechazar el terror [...] El riesgo de olvido es un precio que la sociedad vasca no puede pagar, que no debe pagar	Buen ejemplo, evitando el uso del masculino genérico con "los vascos"
11 de marzo	La Policía sostiene que vigiló a personas que se opusieron al 'procés' España se prepara para una nueva adicción Gobiernos y entidades crean programas para atender el creciente número de casos de abuso de las nuevas tecnologías, sobre todo entre jóvenes	Buen uso de "la Policía" y de la palabra "personas" que engloba ambos sexos Buen ejemplo, que evita el masculino genérico. En el primer caso gobiernos y entidades no hace distinción de género, y "jóvenes" lo ponen sin determinante para que englobe a ambos

En segundo lugar, se ha prestado atención al tratamiento de la información en la que mujeres y hombres protagonizan las noticias y determinar en qué condiciones lo son. A continuación, se van a detallar algunos ejemplos de los titulares analizados que se presentan por secciones del periódico y orden cronológico de aparición, así como el análisis realizado del tratamiento de la información para hablar de los protagonistas de la noticia:

En la Portada de los siete periódicos analizados se han encontrado los siguientes casos:

Titular 1: “Los socialistas alemanes votan ampliamente por la Gran Coalición”

Subtitular 1: “El voto afirmativo del 66% de los afiliados permite que haya Gobierno en Berlín y tranquilidad en Europa”

- Obviando el uso del masculino genérico que ya se ha comentado previamente, en la redacción de estos titulares se oculta la presencia de la líder del gobierno alemán, Angela Merkel, cuyo nombre solo aparece en el cuerpo de la noticia. En cambio, dentro del periódico el titular de esta misma noticia se convierte en “Merkel vuelve a vencer”.

Titular 2: “Muchas mujeres, pocas rectoras”

Subtitular 2: “De las 50 universidades públicas de España, 46 están dirigidas por hombres”

Titular 3: “Una de cada tres españolas se ha sentido acosada”

Subtitular 3: “Un 82% cree que hay suficientes motivos para la huelga del día 8 por las reivindicaciones de las mujeres”

Titular 4: “Las mujeres cobran un 13% menos por tareas similares”

Subtitular 4: “Un informe de Fedea detecta una brecha salarial con los hombres decreciente pero todavía relevante”

- En los casos 2, 3 y 4 se observan noticias referentes al movimiento del 8M y las reivindicaciones feministas. Además, los días posteriores al 8 de marzo incluyeron en portada informaciones sobre las manifestaciones y las reivindicaciones feministas. Pese a ello no hay ninguna noticia que haga referencia a la figura de ninguna mujer que muestre, por ejemplo, poder, fortaleza o independencia.

En la sección Internacional se ha evitado hacer anotaciones sobre las numerosas reuniones de Trump, la situación de Berlusconi o de Macron, quienes protagonizaron titulares casi todos los días. Otra observación al respecto es que, en dicha sección se publicaron tres entrevistas, las tres a varones: José Antonio Meade, Henri Falcón y Sebastián Piñera. Así pues, se han observado los siguientes casos:

Titular 5: “Merkel vuelve a vencer”

Subtitular 5: “Pese a las críticas internas y su supuesta debilidad política, la canciller se asegura un cuarto mandato”

- Al contrario de lo observado en las portadas, en este caso sí se muestra a una figura femenina con poder.

Titular 6: “El machismo enfanga la campaña electoral en Rusia”

Subtitular 6: “Los insultos contra Sobchak, única candidata a la presidencia, reflejan la discriminación de la clase política”

Destacado 6: “Un rival la llamó *prostituta e imbécil* en un debate televisado”

- Con estos titulares se pretende denunciar la situación acontecida en Rusia. No obstante, la imagen que se refleja de Sobchak es de víctima de insultos y de discriminación, y en ningún momento de poder.

Titular 7: “Feminismos en el sur global, más allá del MeToo”

Subtitular 7: “Allí donde lo que dicen las actrices de Hollywood importa poco o nada, las mujeres también libran las batallas por sus derechos en la calle y en las redes”

Destacado 7: “Una peregrina de La Meca lanzó una campaña tras sufrir toqueteos en febrero”

- En esta ocasión llama la atención el destacado. Hablar de “sufrir toqueteos” en lugar de “abuso sexual” resta importancia al problema de acoso que todos los días sufren las mujeres.

Titular 8: “Cinco líderes opinan”

- Esta noticia del 9 de marzo incluye la opinión de cinco mujeres líderes: Theresa May, Angela Merkel, Jacinda Ardern, Marlène Schiappa y Aung San Suu Kyi. Ellas cinco son las cinco mujeres protagonistas el día siguiente al 8M, aunque en el resto de noticias no se hace referencia a ninguna otra figura femenina.

Titular 9: “El día que el líder supremo quiso mostrarse humano”

Subtitular 9: “Una cena con una delegación surcoreana el pasado lunes mostró una faceta desconocida del dirigente del Norte”

- En estos titulares se subraya el poder que ostenta Kim Jong, aunque la noticia en sí sea que es una persona como cualquier otra.

En la sección de España se publicaron numerosas noticias que daban voz a las reivindicaciones del 8M, denunciando la brecha salarial o la violencia machista, así como dando visibilidad a los manifiestos de apoyo a la huelga feminista. Por otro lado, se encontraron los siguientes casos:

Titular 10: “Les dije que nos íbamos a salvar, que confiaran”

Subtitular 10: “El comandante condecorado por la UE por repeler a tiros un ataque yihadista en Malí narra su hazaña por primera vez”

Destacado 10: “La niña gritaba y pedí que le tapase la boca. Nos iban a descubrir”

- En esta noticia se muestra a un hombre como héroe, y en el destacado se da la imagen de una niña indefensa y asustada.

Titular 11: “La mujer hallada en un embalse de Asturias fue asesinada a golpes”

Titular 12: “Mujeres organizadas para no volver solas a casa”

Subtitular 12: “La muerte de Paz Fernández en Navia y otros dos casos sin resolver siembran el temor en Asturias”

- Se trata de noticias en las que las mujeres son noticia por haber sido asesinadas. El Titular 12 representa una imagen de miedo y debilidad de las mujeres.

Titular 13: “La primera mujer en un mundo nada diplomático”

Subtitular 13: “María Rosa Boceta logró ser embajadora en 1971 tras sortear las trabas puestas por un servicio exterior copado por hombres”

- Es la única vez en toda la semana en la que se muestra en esta sección a una mujer poderosa, que ha logrado superar los obstáculos y que se ha hecho hueco pese a las trabas que le impusieron.

En la sección de Cultura han destacado los siguientes casos:

Titular 14: “La distopía española pide paso”

Subtitular 14: “Loriga, Menéndez Salmón o Andrés Barba renuevan el género con temáticas de hoy”

- Esta noticia habla de novelas que proyectan un futuro, entre las cuales se incluyen a cinco autores y tan solo una autora que aparece en último lugar, Rosa Montero, y cuyo nombre no aparece en el subtítulo, en cambio sí se menciona a tres de los cuatro varones que la acompañan en la lista.

Para estudiar el caso de la sección de Deportes hay que tener en cuenta que la mayoría de noticias son acerca de deportistas hombres y, sobre todo, futbolistas. La imagen de la sección es completamente masculina, aunque se da paso a la presencia de dos mujeres en los siguientes casos:

Titular 15: María Pry, entrenadora del Betis femenino: “Algún día una mujer entrenará al Madrid”

Destacado 15: “Claro que apoyé la huelga porque todavía hay cosas que mejorar”

Destacado 15.2: “Se debe preguntar a los que mandan por qué soy la única técnica en primera”

- La entrevista es del sábado 10 de marzo, siendo esta la primera vez que una mujer aparece entre las noticias de Deporte. Claro que, se trata de una entrevista reivindicativa, que alza la voz en favor de la presencia femenina en el deporte y que critica al equipo mandatario por tener a una única mujer como técnica de Primera División.

Titular 16: “Echo mucho de menos a mi hija”

Subtitular 16: “Serena Williams regresa al circuito con un triunfo tras un año ausente por su embarazo”

- Esta noticia habla de la reincorporación de Serena Williams al mundo del tenis tras un año de retiro debido a su embarazo. Pese a que en el cuerpo de la noticia

se incluyen citas tales como “el jueves, día en el que voy a volver a jugar, es el Día Internacional de la Mujer y mi regreso no pudo haber coincido mejor con esa fecha”, “cada día va a ser un desafío”, “estoy jugando sin nada que perder, entonces solo puedo ganar” o “me sentí como cuando eres joven y sales al circuito por primera vez”, la periodista que redactó la noticia decidió titular la noticia con “echo mucho de menos a mi hija”. De esta forma, representa a la mujer en su papel de madre, ocultando el resto de características que pueda tener.

En la sección de Gente se observa el siguiente titular:

Titular 17: “Una exesposa de Gary Olman empaña su Oscar”

- En este caso se desprestigia a la mujer que protagoniza el titular, cuando el motivo por el que “ese Oscar se empaña” es una denuncia a Gary Olman por malos tratos por parte su tercera esposa, Donya Fiorentino.

5. Discusión

Tras el análisis realizado, se procede a realizar una discusión con las conclusiones extraídas de los resultados de la investigación:

En primer lugar, tras analizar la presencia de mujeres y hombres en la redacción de noticias del periódico analizado, se ha comprobado que la producción de contenidos de ambos sexos es todavía muy desigual. Por lo tanto, mantenemos la hipótesis de partida de que la representación de redactores y redactoras en el periódico es desigual. Estos datos coinciden con los que mostraba en su estudio Torregrosa (2008), que establecía que los hombres tenían mayor presencia en la empresa periodística, sobre todo en puestos más altos, e insistía en que la presencia de la mujer como profesional debía cambiar cuanto antes. Diez años más tarde la situación no es diferente, lo que indica, parafraseando al mencionado autor, que el modelo periodístico vigente demuestra ser machista y desconfiado e injusto con las mujeres.

Se observó también una variación en la representación de mujeres y hombres en la redacción de contenidos de las diferentes versiones del periódico. Y es que las noticias publicadas en la portada del periódico impreso estaban firmadas bastante

equitativamente, mientras que para las portadas y las noticias destacadas de la versión digital se decantaron por publicaciones con firma de varón. Esta tendencia observada en la web debe ser analizada con más atención, ya que es precisamente, tal y como se recoge en *El libro blanco de la información 2017*, el 56,8% de los lectores de prensa consume información semanalmente a través de redes sociales y el 45,7% de otros lugares de Internet (Castillo, 2017), por lo que este reparto desigual es más probable que llegue a un mayor número de consumidores, pudiendo construir una visión de la realidad sesgada.

Pero no solo las mujeres escriben menos noticias que los hombres, sino que a día de hoy son ellos quienes desarrollan informaciones de temas de importancia, tales como política o asuntos internacionales, así como temas deportivos que son los más mediáticos. Por este motivo, parece que la autoría masculina diera mayor credibilidad a las noticias. No obstante, procuran que haya igualdad en el reparto de noticias entre ambos sexos en secciones como la de opinión, con el fin de dar una imagen plural e igualitaria. Teniendo en cuenta esta realidad, se considera fundamental que El País asuma la responsabilidad de visibilizar de forma igualitaria el trabajo de hombres y mujeres también en el resto de secciones.

En segundo lugar, con el análisis de la representación de mujeres y hombres en los titulares del periódico, ha quedado demostrado también que no se realiza un reparto equitativo y que la presencia e importancia de las mujeres queda relegada a un segundo plano, de manera que son prácticamente invisibles. Sí que es cierto que se publicaron muchas noticias a favor de la lucha feminista, no obstante, si eliminamos las noticias referentes a la huelga y al día de la mujer, el papel de la mujer es prácticamente invisible en comparación con el del hombre.

Por lo demás, el protagonismo de mujeres solo lo ostentan unas cuantas figuras femeninas de la política. Esto puede deberse a varios motivos, bien porque no existen mujeres poderosas que realicen hazañas dignas de ser noticias, o bien porque, aunque existen, no se les da la visibilidad necesaria. Lo que queda claro es que para las mujeres es más difícil alcanzar puestos de envergadura debido al ya conocido techo de cristal, y son los medios de comunicación quienes tendrían que colaborar en este ascenso, tanto dándoles un papel más relevante en la producción de noticias como en el contenido de estas.

En tercer lugar, y contradiciendo la hipótesis de partida que consideraba a priori que el lenguaje empleado por el periódico sería sexista, en esta investigación se demuestra que El País no utiliza de manera abusiva el masculino genérico para simplificar sus titulares, y que, de hecho, en muchas ocasiones optan por otras alternativas, evitándolo. Aunque sería muy recomendable que el periódico procurase su erradicación total, para lo cual existen numerosas guías y manuales que ofrecen todo tipo de recomendaciones para evitar todo uso de lenguaje sexista, y sería de gran ayuda que cada medio tuviese a su disposición un decálogo para el buen uso del lenguaje en este ámbito.

Y es que el uso del masculino genérico es una de las principales manifestaciones del sexismo en el lenguaje, ya que invisibiliza y excluye a las mujeres, pero también es la construcción lingüística sexista más difícil de eliminar. La importancia de su erradicación se justifica sobre todo con casos de discriminación por razón de género, como el acontecido en Lucena (Córdoba), en el que las trabajadoras de una aceitera no cobraban los atrasos de sus pagos porque en el convenio que firmaron ponía “trabajadores”. Aunque, como explicaba Berejano (2013), es la propia Real Academia Española la que pone los mayores obstáculos para la utilización de un lenguaje inclusivo, ya que se basan en que el criterio básico ha de ser la simplificación del lenguaje. Es más, las declaraciones de la institución tras el caso de Córdoba es que la culpa es de aquellos que insisten para la eliminación del masculino genérico.

A pesar de la tendencia favorable observada en el uso del lenguaje no sexista, el periódico debería prestar más atención a la imagen que proyecta de las mujeres en sus noticias. Por ejemplo, muchas veces las mujeres fueron protagonistas por ser víctimas de abusos sexuales o violencia machista. Está bien que se denuncien y que se haga un tratamiento correcto de este tipo de noticias, pero si las mujeres son únicamente protagonistas en los medios de comunicación por haber sido asesinadas o violadas, se proyectará una imagen de víctima y generará un estado de alerta en las lectoras.

Es obvio que hay que publicar noticias que condenen y que luchen por la eliminación de la violencia de género, pero también hay que hacer especial ahínco para dar visibilidad a mujeres fuertes, poderosas y libres, además de romper con los estereotipos asociados al género y la proyección de imágenes asociadas a los roles de género como las que se han

observado en el presente estudio, por las que se encasilla a las mujeres como “madres”, a la sombra de los hombres y que necesitan ser salvadas.

En resumen, estos estereotipos que se muestran en los medios, la desigualdad en la producción de contenidos y la invisibilidad de mujeres como protagonistas de noticias ponen de manifiesto los obstáculos que todavía tiene la sociedad para llegar a ser realmente igualitaria. En una profesión tan masculinizada como el periodismo, la importancia que tiene que las redacciones dejen de lado un enfoque androcéntrico y que escriban, por fin, noticias en base a la perspectiva de género es fundamental. Aquí es donde prevalece el papel esencial de los centros educativos. Escuelas, universidades y todas las instituciones han de hacerse eco de la urgencia y de la gravedad de este problema y poner todo su empeño en realizar procesos de formación y enseñanza en el marco de la perspectiva de género.

Aunque los resultados discutidos muestran un panorama desigual en la representación de mujeres y hombres en la labor comunicativa, también se deben manifestar algunas limitaciones del presente estudio que pueden comprometer la extracción de conclusiones generales. Por un lado, se trata de un estudio descriptivo y transversal de un caso por lo que sería recomendable ampliar este estudio realizando un análisis comparativo con otros medios de prensa escrita impresa y digital para observar si se presentan las mismas tendencias. Asimismo, para poder comprobar cuál ha sido la evolución real del periódico analizado en el uso del lenguaje no sexista y la representación de hombres y mujeres, se podría haber utilizado un método retrospectivo longitudinal en el que se comparase el mismo periódico durante la semana de la mujer de hace diez años. De esta forma se podría concluir si los resultados obtenidos en el medio analizado siguen la tendencia de otros medios o si apuntan una mejoría en la praxis periodística del medio.

Por otro lado, otra posible limitación del análisis ha sido no haber analizado el uso del lenguaje del cuerpo de las noticias, de donde se podría extraer muchísima más información respecto al uso del lenguaje del medio, sin embargo, como los datos apuntan a que la mayoría de los consumidores leen los titulares de las noticias, se decidió centrarlo en esta información puesto que deben ser los trozos informativos en los que se debería cuidar extremadamente el uso del lenguaje para que sea totalmente inclusivo e integrador.

En general, como se ha podido ver el periódico analizado todavía se encuentra a mitad de camino en el viaje hacia un modelo periodístico igualitario que sea reflejo de una sociedad globalizada, integradora y diversa. Ya que, aunque ha hecho los deberes respecto al uso del lenguaje no sexista, al menos atendiendo a los titulares, no existe una representación igualitaria ni de protagonistas de las noticias ni de personas que las redactan. En estos aspectos quien manda es la dirección, por lo que se recomienda que el medio integre en el equipo de dirección a periodistas formados en perspectiva de género, y que hagan un esfuerzo por informar a toda la plantilla de la importancia de la perspectiva de género en la labor comunicativa.

6. Referencias bibliográficas¹

- Aguirre, Joaquín M.; y Roblas, Sara. (2010). Periodismo de integración: comprender para explicar; entender para actuar. *Espéculo. Revista de estudios literarios (UCM)*, 45. Recuperado a partir de <https://webs.ucm.es/info/especulo/numero45/pintegra.html>
- Berejano, María Teresa. (2013). El uso del lenguaje no sexista como herramienta para construir un mundo más igualitario. *Vivat Academia; Madrid*, 15(124), 79-89.
- Castillo, Toni. (2017, diciembre 14). El 56,8 % de los lectores españoles de prensa se informa a través de redes sociales, aunque solo lee titulares y alguna noticia. Recuperado 7 de junio de 2018, a partir de <https://www.genbeta.com/redes-sociales-y-comunidades/el-56-8-de-los-lectores-espanoles-de-prensa-se-informa-a-traves-de-redes-sociales-aunque-solo-lee-titulares-y-alguna-noticia>
- CIMAC. (2009). *Hacia la construcción de un periodismo no sexista* (Comunicación e Información de la Mujer, AC (CIMAC)).
- Delgado, Juan T. (2018, marzo 3). Ni «machirulos» ni «feminazis»: la desigualdad se explica con cifras. *El Independiente*. Recuperado a partir de <https://www.elindependiente.com/economia/2018/03/03/ni-machirulos-ni-feminazis-la-desigualdad-se-explica-con-cifras/>
- Fernández, Laia. (2017, noviembre 16). Lo que no se nombra (o se nombra mal) no existe. Recuperado 5 de febrero de 2018, a partir de

¹ Nota: En coherencia con el texto presentado, incluimos en las referencias los nombres de pila para visibilizar la aportación de autores y autoras.

<http://www.comunicacionygenero.com/lo-no-se-nombra-se-nombra-mal-no-existe/>

- Gallur, Santiago; y García, Berta. (2016). El estereotipo de género como nuevo valor noticia en los periódicos digitales en Europa. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 22(1), 287-298. https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2016.v22.n1.52596
- Jiménez, María Luisa; Traverso, Joaquín; y Román, Marisa. (2011). Lenguaje no sexista y barreras a su utilización, 10.
- Libre Mercado. (2018, junio 5). Una aceitera de Córdoba no paga atrasos a sus trabajadoras porque en el convenio dice «trabajadores». Recuperado 8 de junio de 2018, a partir de <https://www.libremercado.com/2018-06-05/una-aceitera-de-cordoba-no-paga-atrasos-a-sus-trabajadoras-porque-el-convenio-pone-trabajadores-1276619942/>
- Martos, Pilar; Leruite, María Teresa; y Zabala, Mikel. (2015). Análisis del deporte femenino español de competición desde la perspectiva de protagonistas clave. *Retos: nuevas tendencias en educación física, deporte y recreación*, (28), 3-8.
- Muntané, Isabel. (2017, marzo 13). El periodismo debe fomentar la igualdad de las mujeres. *Eldiario.es*. Recuperado a partir de https://www.eldiario.es/alternativaseconomicas/periodismo-igualdad-mujeres_6_620897940.html
- O. Rose, Sonya. (2010). *What is Gender History?* (Polity Press).
- OXFAM Intermón. (2017). Lenguaje no sexista: Tips para evitar el uso sexista del lenguaje cotidiano. OXFAM Intermón. Recuperado a partir de http://recursos.oxfamintermon.org/hubfs/Ebooks/ebook_Lenguaje_no_sexista.pdf
- Tajahuerce, Isabel; y Padilla, Graciela. (2015). Políticas de género sobre medios de comunicación. Qué existe y qué debería existir para regular los contenidos y el lenguaje de la información periodística. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 0(37), 169-210. <https://doi.org/10.15198/seeci.2015.37.169-210>
- Torregrosa, Juan Francisco. (2008). Comunicación periodística: notas desde una perspectiva de género. <https://doi.org/10.14198/fem.2008.11.08>