



HACIA UN PERIODISMO MÁS IGUALITARIO

Introducción de la perspectiva de género en los estudios de comunicación

Towards a More Egalitarian Journalism: Introducing the Gender Perspective in Communication Studies

CARLOTA CORONADO RUIZ
Universidad Complutense de Madrid, España

KEYWORDS	ABSTRACT
<i>Journalism Gender Communication Gender Equality University Education</i>	<i>Media play a crucial role in shaping and perpetuating gender stereotypes, both through content and internal newsroom practices. To move toward more egalitarian journalism, it is essential to integrate a gender perspective into university programs in Communication and Journalism. This need is recognized by international and national frameworks, such as the 1995 Beijing Conference and Spanish laws like Organic Law 3/2007 and Organic Law 1/2004. Gender training equips future journalists with a critical, inclusive approach to news production, challenging sexist routines and promoting fairer representation of both women and men. Thus, including a gender perspective in academic curricula not only fulfills legal mandates but also positions the media as key agents for social transformation toward equality.</i>
PALABRAS CLAVE	RESUMEN
<i>Periodismo Género Comunicación Igualdad Formación académica</i>	<i>Los medios de comunicación desempeñan un papel clave en la reproducción de estereotipos de género, tanto en los contenidos como en las dinámicas internas de las redacciones. Para avanzar hacia un periodismo más igualitario, es esencial incorporar la perspectiva de género en los estudios universitarios de Comunicación y Periodismo. Esta necesidad ha sido reconocida en diversas normativas nacionales e internacionales, como la Conferencia de Beijing (1995) y leyes españolas como la Ley Orgánica 3/2007 y la Ley Orgánica 1/2004. La formación en género permite que las futuras y futuros periodistas aborden la producción informativa desde una mirada crítica e inclusiva, cuestionando rutinas sexistas y promoviendo una representación más justa de hombres y mujeres. Por tanto, integrar la perspectiva de género en la formación académica no solo cumple un mandato legal, sino que también contribuye a transformar los medios en agentes de cambio hacia una sociedad más equitativa.</i>

Recibido: 09/ 02 / 2025
Aceptado: 05/ 05 / 2025

1. Introducción

Los medios de comunicación, como actores socializadores, contribuyen a crear y perpetuar roles y estereotipos de género. El funcionamiento de las redacciones de los medios mantiene rutinas sexistas que se ponen en evidencia tanto en la jerarquía informativa como en la infrarrepresentación femenina en las noticias (De Vuyst y Raeymaeckers, 2019). Para cambiar estos modelos y que los medios comiencen a dar una imagen más igualitaria de hombres y mujeres, es necesario que en los grados de Comunicación y Periodismo se incluya la perspectiva de género.

La incorporación de la perspectiva de género en todas las etapas educativas está recogida en diferentes normas estatales y europeas, así como a nivel internacional. Ya en la Conferencia de Beijing (ONU) de 1995 se indicó la necesidad de trabajar para que los medios no difundan imágenes negativas de las mujeres y para que los gobiernos y los centros educativos promuevan la educación, la investigación y la participación equitativa de las mujeres en la vida social. Además, en el caso español, la exigencia de la formación en género en las Universidades está recogida en dos leyes orgánicas: la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva entre mujeres y hombres y la Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género.

Es por todo ello fundamental que las personas que estudian Periodismo y que se dedicarán en el futuro a la elaboración de textos informativos tengan una perspectiva de género que debe aplicarse en todas las fases de la producción periodística, ya que no es suficiente con el tratamiento de las violencias machistas, sino que es necesario aplicar una transversalidad del enfoque de género en todos los contenidos para conseguir los objetivos de igualdad social en nuestras sociedades. Para ello es necesario ofrecer una formación académica especializada sobre el tema, que garantice que cuestiones como la igualdad y la justicia social se traten en los grados y posgrados de Comunicación, en especial, los de Periodismo. Esta formación puede permitir al alumnado ver con espíritu crítico cómo los medios pueden contribuir a la construcción y perpetuación de los estereotipos y roles de género, o bien pueden convertirse en motores de cambio promoviendo la cultura de la igualdad.

Trabajar cuestiones de género en un grado como el de Periodismo es fundamental porque, tanto en este ámbito como en el de la comunicación en general, cada vez existe una mayor conciencia de la necesidad de una formación adecuada en igualdad para enfrentar los retos del siglo XXI. Las profesiones relacionadas con la comunicación demandan cada día mayor formación en género.

2. Objetivos

El objetivo principal de este artículo es presentar diferentes directrices, recomendaciones y herramientas presentes en guías o libros de estilo de la profesión periodística para incorporar la perspectiva de género en la docencia de Comunicación, en general, y Periodismo, en particular. Para ello, se tomarán distintos ejemplos procedentes de los medios – prensa especialmente – para analizar los elementos sexistas presentes en estos relatos mediáticos. Este análisis tanto del contenido como de la forma permite evidenciar los estereotipos sobre hombres y mujeres que se perpetúan en los medios.

Este trabajo también se plantea como objetivos secundarios la puesta en conocimiento de recursos educativos y profesionales que puedan incorporarse al currículo de las asignaturas de Periodismo y Comunicación para incorporar la perspectiva de género y eliminar la visión androcéntrica y patriarcal que tradicionalmente ha estado presente. La utilización de estos recursos en las aulas dota al alumnado de herramientas para aplicar la perspectiva de género en diversos ámbitos de la comunicación. También supone adquirir las capacidades para analizar las representaciones predominantes respecto al género en los medios y poder diagnosticar el estado de la visibilidad de las mujeres en estos.

3. Metodología

Este trabajo de investigación utiliza una metodología cualitativa basada en el análisis tanto de forma como de contenido de ejemplos de textos y productos informativos y mediáticos. Para llevar a cabo este análisis se ha trabajado especialmente con las recomendaciones y directrices planteadas por la *Guía de Igualdad de RTVE*, el *Manual con enfoque de género para periodistas* de la Asociación de Periodistas de Cáceres y el Instituto de la Mujer de Extremadura; y la *Guía de comunicación feminista* elaborada por las periodistas Macarena Baena y Laura de Grado Alonso en el marco del proyecto 'ODS5. Sin nosotras no habrá paz' de la ONG Movimiento por la Paz -MPD, así como con bibliografía relativa a la aplicación de la perspectiva de género en la profesión periodística (Chaher y Santoro, 2007; Gothmann, 2001; Meuli,

2017; Plaza y Delgado, 2007).

La muestra de análisis se ha configurado a partir de los resúmenes anuales sobre machismo y medios de comunicación que ha publicado desde 2013 hasta 2020 la revista *Pikara Magazine*. En estos, la periodista Patricia Reguero hace un repaso anual de diferentes aspectos machistas presentes en los medios (portadas, imágenes, pies de foto, temáticas o estereotipos de género). Todos los casos de información o periodismo sexista recogidos por esta periodista han pasado a formar parte del corpus de análisis de este trabajo de investigación. Un total de 155 ejemplos analizados procedentes de diferentes medios: prensa generalista (*El mundo, El País, La razón, ABC, El español, El periódico, La Vanguardia, El diario vasco, El correo gallego, El diario de Sevilla, La gaceta*, entre otros); prensa especializada en deportes (*As y Marca*); en economía (*El economista*); e información de agencias de noticias (EFE, Europa Press) o programas televisivos de TVE, Antena 3, Telecinco y autonómicas.

En cada ejemplo se han analizado los elementos informativos considerados sexistas teniendo en cuenta dos ejes de análisis: por un lado, el contenido (temáticas o enfoques periodísticos que evidencian un sesgo de género); por otro, la forma en la que se plantea el contenido y el uso del lenguaje que denotan machismo, así como de la imagen. Este análisis cualitativo se ha combinado con el uso de datos cuantitativos presentes en estudios o informes como los del Proyecto Global de Monitoreo de Medios (*Global Media Monitoring Project*).

4. La perspectiva de género en la docencia y en los estudios de periodismo

Para van Zoonen (2004), una de las principales preocupaciones del movimiento feminista en cuanto a los medios de comunicación en el siglo XXI, ha sido el deseo de influir en estos en una dirección más feminista, tratando de implementar nuevas estrategias de actuación en la producción mediática. Sin embargo, la realidad de los medios y de los procesos de elaboración periodísticos dificulta la introducción de nuevos parámetros que permitan hacer un periodismo más igualitario y con perspectiva de género. El contexto de trabajo, la línea editorial de un medio, las preferencias de los periodistas, así como el entorno social de la organización mediática, son factores que influyen en el tipo de planteamiento y perspectiva que los/as profesionales de la información utilizan.

Es por ello fundamental que, para introducir en las dinámicas de trabajo periodístico la perspectiva de género, se potencie la incorporación de los estudios de género en la docencia y la investigación en este ámbito, así como la perspectiva de género en los currículos universitarios de las facultades de Comunicación. Para ello, la docencia de cualquier materia debe tener en cuenta el género como elemento central para poder detectar si se reproducen roles y estereotipos de género dentro de las dinámicas del aula, así como en los contenidos. El profesorado debe hacer una revisión crítica de los recursos didácticos utilizados: desde manuales y otra bibliografía hasta textos y materiales para el aprendizaje más práctico deben revisarse desde una perspectiva de género.

El Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) establecía en su marco legislativo para la reforma los estudios universitarios en los países integrantes de la Unión Europea, la necesidad de incorporar los estudios de género en la docencia y en la investigación universitarias, así como la de formar al alumnado en competencias que le permitan afrontar los cambios económicos y sociales y tomar conciencia de los valores asociados a la igualdad de hombres y mujeres (González y Wagenaar, 2003).

La importancia de incorporar la perspectiva de género en la docencia para conseguir una mayor igualdad entre hombres y mujeres lo señala también la legislación española. En la Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género, se considera que el sistema educativo es clave para la erradicación de la violencia contra las mujeres. El Artículo 4.7 dice lo siguiente: "Las Universidades incluirán y fomentarán en todos los ámbitos académicos la formación, docencia e investigación en igualdad de género y no discriminación de forma transversal".

Por su parte, la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva entre mujeres y hombres, establece lo siguiente:

Artículo 25. La igualdad en el ámbito de la educación superior.

1. En el ámbito de la educación superior, las Administraciones públicas en el ejercicio de sus respectivas competencias fomentarán la enseñanza y la investigación sobre el significado y alcance de la igualdad entre mujeres y hombres.
2. En particular, y con tal finalidad, las Administraciones públicas promoverán:

- a) La inclusión, en los planes de estudio en que proceda, de enseñanzas en materia de igualdad entre mujeres y hombres.
- b) La creación de postgrados específicos.
- c) La realización de estudios e investigaciones especializadas en la materia. (Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva entre mujeres y hombres, p. 12616).

También el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, establece como uno de los principios inspiradores de los planes de estudios “el respeto a los derechos fundamentales y de igualdad entre hombres y mujeres”. La Ley 14/2011, de 1 de junio, de la Ciencia, la Tecnología y la Innovación, incluye en toda su redacción la importancia de la igualdad entre mujeres y hombres y la Disposición adicional decimotercera se centra en la “implantación de la perspectiva de género como categoría transversal”. Y la Ley 17/2015, de 21 de julio, de igualdad efectiva de mujeres y hombres, exige a las universidades, en su Artículo 28.1, “la introducción de la perspectiva de género de forma transversal y de los estudios sobre la contribución de las mujeres a lo largo de la historia en todos los ámbitos del conocimiento y en la actividad académica e investigadora, que deben incluirse en el currículo de los grados y de los programas de posgrado”. En el Artículo 28.2 se establece que las universidades deben garantizar “la formación de su personal en materia de perspectiva de género y de las mujeres en cada una de las disciplinas académicas”. Y por último, en su Artículo 28.3, se indica que las universidades crearán “módulos o cursos específicos en materia de perspectiva de género y de las mujeres en la propuesta curricular obligatoria”.

Como señala Marcela Lagarde (1996)

La perspectiva de género feminista se estructura a partir de la ética y permite analizar y comprender las características que definen a las mujeres y a los hombres de manera específica, así como sus semejanzas y diferencias (...) Mirar a través de la perspectiva de género feminista permite nombrar de otras maneras las cosas conocidas, hacer evidentes hechos ocultos e ignorados y otorgarles otros significados. (Marcela Lagarde, 1996, pp. 13-38).

Para hacer visible lo que durante mucho tiempo ha permanecido en la sombra, en las fichas docentes de las materias es necesario incorporar actividades y recursos didácticos que permitan detectar los sesgos de género. Se debe prestar atención al uso del lenguaje no sexista y se debe evitar recurrir a estereotipos sexistas. Es importante que en los currículos se dé espacio y visibilidad a las mujeres para contribuir a completar el saber, que ahora mismo es, en muchos casos, parcial, y ampliar los horizontes del conocimiento. La introducción de la perspectiva de género en un programa docente permite profundizar en la comprensión de las necesidades, comportamientos y actitudes del conjunto de la población y evitar las interpretaciones parciales que parten del hombre como sujeto universal y de los estereotipos de género. Contribuye, además, a detectar el desequilibrio de género en las obras trabajadas en la asignatura y a valorar hasta qué punto el entorno de aprendizaje y las metodologías docentes y de evaluación son inclusivos y atienden a la diversidad del alumnado.

También los estudios de Comunicación y Periodismo deben incluir la perspectiva de género. Como señala Juana Gallego, directora del Observatorio para la Igualdad de la Universidad Autónoma de Barcelona, “el periodismo con perspectiva de género es dar significación y sentido a la desigualdad, explicar la realidad en función de si se es hombre o se es mujer, en todos y cada uno de los ámbitos — economía, política, deportes...” (cit. en Perianes Paín, 2019, p. 7). Para conseguir esto, es necesario que exista una formación en género dentro de los currículos universitarios de los estudios de Periodismo. Tanto en materias más teóricas como en las prácticas, se tiene que profundizar en aspectos que hagan evidentes estas desigualdades: reflexionar sobre las causas y consecuencias de las discriminaciones y desigualdades de género en la sociedad y en la cultura y cómo los medios de comunicación han representado esas desigualdades a través de estereotipos de género y mensajes sexistas que han perpetuado determinados mensajes o modelos machistas.

Por otro lado, introducir la perspectiva de género implica fomentar la reflexión crítica, constructiva y responsable para identificar los estereotipos de género, las desigualdades y la discriminación de mujeres y niñas a través de la historia, así como los factores que los sustentan y perpetúan. También implica utilizar metodologías activas y participativas para identificar el sexismo, implícito o explícito en los discursos comunicativos a través de ejemplos y prácticas. Con todo esto, se estimula el pensamiento crítico del alumnado, al proporcionarle herramientas para identificar estereotipos, normas y roles, y

para aprender a detectar los patrones de socialización dominantes y desarrollar competencias que le permitirán evitar la "ceguera de género" en su futura práctica profesional.

Para ello, se deben incorporar herramientas como guías de estilo o de periodismo con perspectiva de género, así como manuales o recomendaciones para el uso de un lenguaje inclusivo y no sexista. Para el análisis de ejemplos de la presente investigación se han utilizado dos guías y un manual: *Palabra de Mujer. Manual con enfoque de género para profesionales del periodismo*, coordinado Raquel Perianes Paín (2019) y puesto en marcha por la Asociación de Mujeres Periodistas de Cáceres con el apoyo del Instituto de la Mujer de Extremadura; la *Guía de Igualdad de RTVE*, aprobada en diciembre de 2020 y publicada en su primera edición en abril de 2021; y la *Guía de comunicación feminista* elaborada por las periodistas Macarena Baena y Laura de Grado Alonso en 2023 y financiada por el Ministerio Derechos Sociales y Agenda 2030.

El conocimiento y aplicación práctica de las indicaciones de estas guías por parte del alumnado en las facultades de Comunicación, permite pensar qué contar sobre un hecho o historia, cómo contarla y por qué, teniendo en cuenta el género. El análisis de la información y de los relatos mediáticos que se hará a continuación resulta un recurso muy útil para ejemplificar las prácticas periodísticas sexistas y para que el alumnado pueda evaluar cómo debería diseñar un texto (noticia, reportaje, crónica, opinión, etc.) teniendo en cuenta el género (en el desarrollo de los hechos; el contexto; el tratamiento de los protagonistas; el uso del lenguaje, etc.).

5. Resultados

Tal y como señala Elisa Blázquez Zarcero (2019):

Las mujeres están infrarrepresentadas en las noticias y alejadas de los centros de decisión. Los medios ofrecen una visión del mundo irreal, porque les faltan los valores y el punto de vista de gran parte de la sociedad, ese 50% que no ha gozado de voz ni presencia y que ahora que empieza a tenerla es, en muchas ocasiones, distorsionada. (Elisa Blázquez Zarcero, 2019, p. 5).

Esta infrarrepresentación femenina, así como la distorsión de la realidad que viven las mujeres, se hace evidente en los ejemplos que se han analizado en esta investigación y que, a continuación, se exponen.

5.1. Protagonismo

Según el informe del Proyecto de Monitoreo Global de Medios del portal *Who makes de News* (WMN), en España, las mujeres suponen solo el 26% de los sujetos sobre los que se informa en prensa, radio y televisión, mientras que, en la prensa digital y Twitter, el porcentaje es del 31%" (WACC, 2020, p. 12). El protagonismo femenino se reduce a determinadas secciones como Género e Igualdad, donde representan entre el 65 y 75% de las noticias. Sin embargo, en otras secciones su protagonismo no llega al 50% (Ciencia, Salud, Celebridades, Cultura y Deporte – 38%; Sociedad – 49%).

Pero este informe también insiste en la persistencia de estereotipos o representaciones de género tradicionales: como amas de casa (75%); en un 60% como desempleadas; y en un 43% como personas responsables de los cuidados. Esta sobrerrepresentación femenina en estos ámbitos contrasta con su infrarrepresentación como expertas. Aunque desde los medios de comunicación y las instituciones se están llevando a cabo importantes esfuerzos para diversificar más los perfiles de personas expertas entrevistadas en los medios o que participan en paneles o programas de debate sobre actualidad informativa, el porcentaje de participación de mujeres como expertas sigue siendo exiguo: representan un 24% de las voces expertas en los medios.

Para incrementar este porcentaje, se han puesto en marcha iniciativas como *50:50 The Equality Project*¹, impulsada por el presentador de BBC, Ros Atkins, en 2018, y en la que participan también medios españoles como RTVE o *Eldiario.es*. El propósito de este proyecto es aumentar el número de mujeres que colaboran como expertas en paneles de información o política, así como columnistas en secciones como Opinión. También incrementar el número de mujeres consultadas como expertas para noticias y reportajes. Otros medios como *LaSexta* en España o el periódico suizo *Le temps*, han trabajado en los últimos años para crear una base de datos de expertas que sea de acceso libre para quienes ejercen

¹ Su web es <https://www.bbc.co.uk/5050>

la profesión periodística. En el caso de *LaSexta*, se puso en marcha la campaña *Constantes y vitales* en 2014 para apoyar la ciencia y su difusión, y años más tarde (2018), creó la base de datos de mujeres científicas y tecnólogas que reúne actualmente más de 3.000 nombres de expertas en este campo².

Además de conocer estos recursos, el alumnado debe plantearse si en sus trabajos prácticos (elaboración de noticias, reportajes, podcast, información multimedia, etc.) busca activamente diferentes perfiles de personas expertas para sus textos periodísticos; si utiliza bases de datos de mujeres expertas; y si visibilizan de igual manera a personas de distinto sexo, origen, etnia, religión o clase social. La diversidad de puntos de vista supone dar voz a colectivos tradicionalmente invisibilizados: personas racializadas, personas LGTBIQ+, con discapacidad, con cuerpos no normativos, de diferentes edades, etc., a las que se puede recurrir no por su condición, sino como personas expertas en un determinado ámbito. Sin embargo, como señalan Macarena Baena y Laura de Grado Alonso (2023) en la *Guía de comunicación feminista*

Es crucial evitar seleccionar a personas de diferentes grupos para cumplir con una apariencia de diversidad sin considerar genuinamente sus conocimientos y experiencias. La verdadera diversidad en las fuentes expertas implica dar espacio a voces que han sido históricamente marginadas e infrarrepresentadas en los medios de comunicación, con el objetivo de que sus perspectivas y análisis enriquezcan el discurso público y contribuyan a una narrativa más representativa de la sociedad. (Baena y de Grado Alonso, 2023, p. 10).

5.2. Los estereotipos de género

Según la Organización de Naciones Unidas (ONU), “un estereotipo de género es una visión generalizada o una idea preconcebida sobre los atributos o las características, o los papeles que poseen o deberían poseer o desempeñar las mujeres y los hombres” (Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos [ACNUDH], s.f.). Los medios de comunicación pueden contribuir a perpetuar los roles de género tradicionales al relacionar a las mujeres con determinados temas o ámbitos (los cuidados, sectores laborales feminizados) e identificarlas con algunas características como la emotividad, la debilidad, la belleza, entre otras. También asociando el poder, la fuerza y la competitividad con lo masculino.

El titular de un editorial publicado el 3 de noviembre de 2016 en *El Correo de Andalucía* ilustra perfectamente cómo los medios potencian estereotipos como la asociación de las mujeres con la emotividad: “No llores como una mujer lo que no supiste defender como hombre”³, titula este periódico para referirse a la renuncia a su acta de diputado de Pedro Sánchez en 2016 para no votar a favor de la investidura de Mariano Rajoy, en contra de la línea marcada por el PSOE (ver figura 1).

Figura 1. Portada de *El correo* sobre Pedro Sánchez



Fuente: *El Correo de Andalucía*, 03/11/2016

² En los últimos años se han creado varios directorios para poder acceder a expertas en distintos ámbitos: SiConMujeres; Red de Politólogas NoSinMujeres; Mulleres Expertas de la Xunta de Galicia; Base de datos de mujeres investigadoras y tecnólogas de AMIT; Directorio de Mujeres expertas en distintos ámbitos profesionales, culturales o deportivos de Emakunde; Directorio de mujeres expertas de la Asociación de la Prensa de Cádiz, entre otros.

³ Ante las quejas, el titular se cambió a “No llores lo que no supiste defender”.

En este caso, se hace uso de un dicho popular muy difundido en la sociedad, pero que genera en el imaginario colectivo la idea de que los hombres no lloran. En otras ocasiones, los estereotipos no están presentes en el uso del lenguaje, sino en la elección temática o en el tratamiento de determinadas informaciones solo referidos a un género. Es importante preguntarse si el modo de informar y el tratamiento del tema y sus protagonistas es el mismo para ambos géneros. La forma de ser conscientes es la prueba de la inversión: ¿se trataría de igual modo la información si el protagonista fuera un hombre?

Uno de los aspectos donde es más diferente el trato informativo entre sexos es la referencia a la imagen de las mujeres. Las alusiones al cuerpo de las mujeres son más recurrentes en los medios respecto al de los hombres, hasta el punto de que el aspecto, la belleza, la edad o la forma de vestir de ellas se convierte a menudo en noticia. Entre las piezas analizadas, se han encontrado distintas vertientes de este tema. Por un lado, informaciones en las que se subraya la forma de vestir de mujeres en la esfera pública como políticas, cantantes, actrices o deportistas. En 2013, el diario *20 minutos* convierte en noticia los *leggins* que lleva la presidenta argentina Cristina Fernández en un acto público. Por su parte, el *Diari de Tarragona* (31/08/2016) coloca un pie de foto sobre la presidenta Soraya Saénz de Santamarina en el que indica que “va vestida de monja de primera comunión”; mientras que *El Herald* del 29 de agosto de 2016 (figura 2), informa sobre el color de uñas – morado - de la diputada de Podemos, Maru Díaz.

Figura 2. Titular sobre Maru Díaz en *El Herald*



Fuente: *El País*, 20/09/2013

También se observa esta tendencia a convertir en noticia la forma de vestir de las mujeres con cargos públicos de relieve en publicaciones como *El español*: como ejemplos se pueden mencionar la noticia sobre la sobriedad de la ropa de las ministras del gobierno de Pedro Sánchez (06/06/2018); o sobre el fondo de armario de la ministra de Hacienda, María Jesús Montero en 2020 (figura 3).

Figura 3. Titular sobre María Jesús Montero en *El español*

FAMOSOS / SUS ESTILISMOS

María Jesús Montero, una portavoz con fondo de armario: 12 cambios en 11 apariciones por el Covid

Desde el pasado 14 de marzo, cuando el Gobierno decretó el Estado de Alarma, la ministra de Hacienda y portavoz del Gobierno ha aparecido en 12 ocasiones ante los ciudadanos para informar sobre varias cuestiones relacionadas con la pandemia provocada por el coronavirus. Llama la atención que salvo una ocasión, en todas las demás ha lucido un look diferente que ha conjuntado los tacones y con algún complemento de su 'outfit'.

Fuente: *El español*, 27/04/2020

Por otro lado, se puede mencionar otra tendencia encontrada como es la insistencia en los defectos del cuerpo femenino: los cuerpos no normativos se señalan o critican, así como las tendencias estilísticas de algunas mujeres (tipo de peinado o corte de pelo, por ejemplo). En la edición sevillana de *ABC*, en 2017, la figura y la dieta de la entonces presidenta de la Junta de Andalucía se convierten en noticia (figura 4). La gordofobia presente en las informaciones afecta más a las mujeres, a quienes se les exige un cuerpo normativo y en el que no se vean los signos de la edad o de procesos naturales como un embarazo.

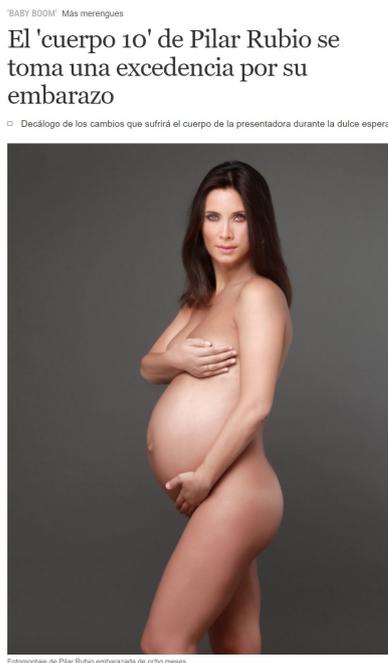
Figura 4. Información sobre Susana Díaz en *ABC*



Fuente: *ABC (Sevilla)*, 07/09/2017

El periódico *El mundo* presenta el “decálogo de los cambios que sufrirá el cuerpo de la presentadora” Pilar Rubio (17/11/2013), quien tendrá que decir adiós a su cuerpo 10 debido a su próxima maternidad (figura 5). El artículo escrito por la periodista Marta Pescador, además de hipersexualizar a la presentadora en la fotografía, insiste en todos los cambios negativos que va a sufrir el cuerpo de Pilar Rubio: adiós a los abdominales y a la cintura; tener celulitis, estrías, mayor peso, etc. “Durante unos meses – señala el artículo- Pilar Rubio, elegida por diferentes publicaciones, como la mujer más sexy de España, se tendrá que coger una excedencia y dejar paso en el ranking de las más deseadas del planeta a otras guapas candidatas” (*El mundo*, 17/11/2013). Este tipo de noticias plantea a las mujeres la exigencia de tener un cuerpo perfecto, que pasa por ser normativo.

Figura 5. Información sobre el embarazo de Pilar Rubio en *El mundo*



Fuente: *El mundo*, 17/11/2013.

La hipersexualización de los cuerpos femeninos también es común en las imágenes que aparecen en los medios y en los temas que se convierten en noticia. El ranking de mujeres más sexys dentro de un determinado ámbito (el deporte, la política, el cine, la música) se convierte de forma recurrente en noticia. Políticas como Andrea Levy “se ponen sexys” (*Voz Populi*, 13/09/2018) para ir al debate en la Asamblea de Madrid; otras como Carmen Calvo enseñan el canalillo (*El mundo*, 31/10/2018); y deportistas como Garbiñe Muguruza son “coquetas” o tienen unas piernas muy bonitas (*ABC*, 10/07/2015; *Europa Press* (10/07/2015); *ABC* (10/07/2015) y *El mundo* (13/07/2015).

Pero las mujeres no son solo protagonistas por su belleza, sino también por sus defectos. Así lo subrayan algunos medios que convierten en noticia el flequillo de las diputadas de Bildu en el Congreso (*La Razón*, 22/11/2020) calificándolo como “espanto” (figura 6). El hecho de centrarse en el aspecto físico – tanto para criticarlo como para elogiarlo – convierte el cuerpo de las mujeres en objeto y les quita seriedad: no se habla de ellas por sus responsabilidades, sino por como son. Como señala Juana Gallego (2007), en los medios “él hace, ella es”: los hombres son sujetos que actúan y las mujeres son objetos.

Figura 6. Información sobre el corte de pelo de las diputadas en *La Razón*



Fuente: *La Razón*, 22/11/2020

Una vez analizados y descritos algunos de los ejemplos de la muestra de trabajo, cabe señalar determinadas recomendaciones que el alumnado debería tener en cuenta a la hora de plantear la información que va a tratar: no describir el aspecto de las mujeres si no es fundamental para la información; no convertir el cuerpo de las mujeres en la noticia; y no utilizar adjetivos o descripciones que sexualicen o infantilicen a las mujeres. Es importante también plantearse si el tipo de adjetivos que se utilizan es distinto cuando se habla de hombres o de mujeres; y también si las preguntas que se formulan difieren si van dirigidas a protagonistas masculinos o femeninas. Como ejemplo, cabe señalar al periodista que en la rueda de prensa a seis astronautas rusas antes de un duro experimento espacial en 2015 preguntó si pondrían sobrevivir sin maquillaje (*El mundo*, 02/11/2015). Este tipo de preguntas perpetúa los estereotipos de género e infravalora la profesionalidad de las mujeres, en especial en ámbitos tradicionalmente masculinizados.

5.3. Mujeres invisibles, mujeres sin nombre, mujeres detrás de los hombres

En la entrevista que hace *El mundo* el 30 de septiembre de 2015 a Inés Arrimadas, después de las elecciones catalanas en las que la lideresa de Ciudadanos quedó como segunda candidata más votada, se publica una fotografía en la que no se ve el rostro de Arrimadas, tan solo una parte de su cuerpo (figura 7). Se trata de una fotografía no solo metafórica de la situación del partido naranja en aquel momento, sino también de un fenómeno muy difundido en el periodismo como es la ocultación de las mujeres detrás de los hombres: bien eliminando sus nombres y refiriéndose a ellas como “la novia de” o la “esposa/expareja de” y otras fórmulas similares; bien eliminándolas en las fotografías, en los pies de foto o en los titulares. Como ejemplo, puede mencionarse cómo las parejas del líder de Podemos, Pablo Iglesias, con una carrera política detrás de ellas, son nombradas como “la compañera sentimental” (Canal 24 horas, noviembre 2014), para referirse a Tania Sánchez, o como “la Yoko Ono del partido morado” (*Tiempo*, febrero 2017), en el caso de Irene Montero.

Una forma de invisibilizar a las mujeres es no nombrarlas o incluirlas en una categoría única eliminando la diversidad que hay entre las mujeres. Además, si la noticia pone el foco en el hecho de que una mujer, sin mencionar su nombre, haya hecho o conseguido algo, se está marcando como algo excepcional, fuera de la normalidad. Es fundamental nombrar a las mujeres en titulares de noticias en los que son protagonistas para dar visibilidad. Se deben evitar titulares como algunos de los analizados para el presente estudio: el titular “Dos españolas y Cristiano Ronaldo, entre los nominados a mejor gol de la temporada por la UEFA” (RTVE.es, 15/08/2018), convierte a Olga Carmona y Eva Navarro –posteriormente conocidas por el mundial femenino de 2023 – en futbolistas sin nombre; “Messi, Higuaín y una mujer, candidatos al mejor gol del año en Europa” (Infobae, 27/07/2016), esconde la identidad de Camille Abily, jugadora del Olympique de Lyon, con quien ha ganado 5 Ligas de Campeones.

Figura 7. Fotografía de Inés Arrimadas en *El mundo*



Fuente: *El mundo*, 30/09/2015

Pero esta invisibilidad no es solo característica de la prensa deportiva. También se observa en la información política o sobre otros ámbitos también tradicionalmente masculinizados, como la ciencia. Cada año, es frecuente observar cómo la información sobre los premios Nobel anonimiza a las mujeres ganadoras de estos reconocimientos al utilizar las fórmulas de “una mujer gana” (figura 8), sin incluir su nombre.

Figura 8. Titular sobre la ganadora del Premio Nobel de Matemáticas en COPE



Fuente: COPE, 19/03/2019

Para dar visibilidad a las mujeres, así como a la diversidad y a las disidencias de género, es importante cuestionarse el tipo de imágenes y pies de foto que se utilizan en las informaciones. De ahí que se trate de hacer reflexionar al alumnado sobre las siguientes cuestiones: ¿existe un equilibrio en el uso de imágenes teniendo en cuenta el género? ¿La elección de la fotografía de una mujer está justificada por el tema o es meramente decorativa? ¿La composición de las imágenes y los pies de foto de las mujeres y personas disidentes de género son similares a las que presentan a los hombres? ¿Se evita elegir fotografías para ilustrar los textos donde aparecen solo grupos de hombres? ¿Se usan imágenes que tratan de romper los roles tradicionales de género?

Hacerse estas preguntas evita que se publiquen fotos como una de las analizadas en la muestra de estudio en la que la excanciller alemana, Angela Merkel, siete veces elegida como la mujer más poderosa del mundo aparece en la portada de *El País* (20/09/2013) en una fotografía en la que está en el supermercado haciendo la compra (figura 9).

Figura 9. Fotografía de Merkel en *El País*



Fuente: *El País*, 20/09/2013

5.4. Informar sobre violencias machistas

La Ley de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género (28 diciembre de 2004, art. 1.3.), define la violencia de género como “todo acto de violencia física y psicológica, incluidas las agresiones a la libertad sexual, las amenazas, las coacciones o la privación arbitraria de libertad” (p. 42169). Es importante que las personas que ejercen el periodismo, así como aquellas que se están formando en la profesión, utilicen los términos “violencia de género” o “violencia machista” para referirse a “todo acto de violencia basado en la pertenencia al sexo femenino que tenga o pueda tener como resultado un daño o sufrimiento físico, sexual o psicológico para la mujer, así como las amenazas de tales actos, la coacción o la privación arbitraria de la libertad, tanto si se producen en la vida pública como en la vida privada” (artículo 1 de la Declaración sobre la eliminación de la Violencia contra la Mujer, ONU, 20 diciembre de 1993). Es importante entender la diferencia de matices existente entre violencia machista o de género, cuyas víctimas son las mujeres por el simple hecho de serlo, y que es estructural; y violencia doméstica (dentro del hogar sin distinción de género) o intrafamiliar (dentro de la familia). La utilización de estas dos últimas fórmulas supone invisibilizar las cifras de feminicidios y de violencias contra las mujeres.

Entre las noticias y titulares analizados existe una tendencia a equiparar a víctimas y verdugos colocándolos en un mismo plano. Es el caso de titulares como el de *El Heraldo* (28/12/2014) - “Dos mujeres y tres hombres mueren en una jornada trágica de violencia doméstica”-, donde se denomina violencia doméstica al asesinato de dos mujeres y un hombre (la actual pareja de una de las víctimas) por parte de sus exparejas, que se terminaron suicidando. Un titular así no distingue entre víctimas y victimarios, además de no subrayar que se trata de violencia machista.

De igual manera ocurre en el titular de portada de *El Correo Gallego* del 17 de agosto de 2015 (“Muere un vecino de Brión que se prendió fuego en su vehículo con su mujer dentro”), que oculta completamente que se trate de un caso de violencia de género, al poner como víctima en primer plano al hombre que encerró a su esposa en el coche y la roció de gasolina para después prenderle fuego. Ella pudo escapar y queda así eliminada como víctima, al ser el agresor quien resultó muerto.

Tanto los titulares como el tratamiento informativo sobre estos casos deben hacer visible que se trata de violencia de género. De ahí que se tenga que evitar poner en el mismo nivel que a las víctimas a los hombres que después de asesinar a sus parejas se suicidan. Un titular como “Minuto de silencio en Castelldefels por los cuatro vecinos muertos”, publicado en la sección de Igualdad de *Europa Press* parece sugerir que los cuatro fallecidos son víctimas de violencia machista. Sin embargo, la entradilla explica que el minuto de silencio se ha dedicado “a la pareja y sus dos hijos menores de edad vecinos del municipio muertos la noche de este miércoles por arma de fuego, después de que presuntamente el hombre matara a la mujer, sus hijos y se suicidara” (*Europa Press*, 06/08/2015).

Esta tendencia a meter en la misma categoría a víctimas y asesinos, invisibilizando las causas, se repite en varios periódicos durante el marco cronológico analizado. Se trata de lo que se podría denominar como “la técnica de la batidora” (Reguero, 2015), por mezclar tanto a víctimas y victimarios como sucesos de diversa índole (feminicidios, infanticidios, homicidios), lo que coloca la violencia machista junto a otros crímenes violentos más propios de la crónica de sucesos. A la hora de informar sobre violencia de género es importante tener en cuenta que no se trata de noticias de “sucesos”, ni de “crímenes pasionales”, por lo que su colocación dentro de la jerarquía informativa de un medio debe ser lejos de las noticias de este tipo. La información debe ser rigurosa, procedente de fuentes fiables y datos contrastados. Además, hay que evitar tanto detalles como imágenes morbosas para no caer en la espectacularización y la revictimización.

Tanto el texto como las imágenes deben evitar hacer referencia a detalles morbosos para no acercar este tipo de noticias a los sucesos. Es importante que la sociedad entienda que los feminicidios y las violencias machistas son estructurales y no consecuencia de los actos de locos o criminales como en otro tipo de homicidios violentos. Los detalles macabros o morbosos no tienen como objetivo concienciar sobre esta lacra social, sino que generan una espectacularización de la violencia. Así ocurre con uno de los casos analizados para este trabajo: la pieza informativa de la Televisión de Castilla-La Mancha en la que se informa sobre un carnicero que descuartiza y entierra a su pareja, explica al público cómo se trocea el cuerpo de una mujer. Para ello, no solo entrevista a un carnicero que explica el proceso, sino que muestra con detalle imágenes de cuchillos, huesos y carne picada. Así comienza la entradilla de la noticia: “Con una picadora como esta que están viendo en sus pantallas el carnicero de Cifuentes trituró las extremidades de su pareja después de descuartizarla. Hay novedades en la investigación. Hemos

sabido que el asesino pudo llegar a vender esa carne triturada de su pareja a los cazadores de la zona como alimento para perros” (*Televisión Castilla-La Mancha*, 11/11/2013).

La noticia se emitió en el informativo de la cadena autonómica manchega después de otras dos noticias: un bebé atrapado en un coche y un hombre atrapado en un cajero. También es evidente en este caso, como se señalaba con anterioridad, la “técnica de la batidora”. Este ejemplo resulta de especial interés para hacer evidentes algunas de las recomendaciones sobre el tratamiento informativo incluidas en la *Guía de Igualdad de RTVE*: 1) situar la noticia correctamente en el minutado, darle una presentación y un lugar adecuados para evitar se relacione con noticias de sucesos, accidentes, etc. 2) No utilizar los recursos estéticos y la narrativa propia de los reportajes de sucesos. 3) Evitar las imágenes y detalles escabrosos morbosos. Dan pie al “espectáculo” y no añaden información ni inducen al rechazo de la violencia contra las mujeres (*RTVE*, 2020, p. 12).

Otro elemento reiterado en los titulares sobre violencia machista analizados es el uso del verbo “morir” en lugar de “asesinar”: “muere acuchillada en Rivas”, “pierde la vida tras caer de un cuarto piso en Hortaleza” (*Madridiario.es*, 01/01/2017), “Una mujer muere en un incendio tras ser encadenada por su pareja” (*Qué!*, 20/05/2019). En estas frases las mujeres son sujetos (mueren, pierden la vida) y no los verdugos. No se pone el foco en ellos, ni son sujetos activos responsables del asesinato de mujeres. El problema de esta formulación es que los asesinos quedan ocultos y las víctimas parecen culpables de lo que les ha ocurrido.

Entre los ejemplos analizados, se observa el uso de formas impersonales para presentar los crímenes machistas, lo que oculta al agresor. Dos casos resultan muy ilustrativos: en el titular que utiliza el diario *El mundo* para informar sobre el aumento de agresiones sexuales en el verano de 2019 (“El lado oscuro del verano: más agresiones sexuales y más sumisión química”), parece que el verano es el culpable de estos delitos. El mismo periódico despersonaliza y exculpa a un hombre que asesinó a su pareja en Murcia cuando titula la información así: “La volcánica relación que mató a Lourdes” (*El mundo*, 12/05/2019). La elección de esta construcción gramatical hace entender que no fue un asesino quien mató a la víctima, sino una ‘volcánica relación’⁴.

En otras ocasiones, las noticias muestran empatía hacia los agresores o bien justifican sus actos: se trata de hombres enamorados de sus víctimas o bien de chicos buenísimos que no han hecho nada. El programa de Ana Rosa Quintana presenta a los agresores del caso de La manada como “buenos chicos” (figura 10) y así lo muestra en el titular que antecede a la pieza informativa en la web del programa: “Los vecinos de los acusados de violar a una chica en San Fermín: Son buenísimos” (*Telecinco*, 19/09/2016)

⁴ Después de la polémica, *El mundo* cambió el titular por “Diez años de tormentosa relación para Lourdes marcada por el maltrato”.

Figura 10. Información sobre el caso de La manada en *El programa de AR*

Los vecinos de los acusados de violar a una chica en San Fermín: "Son buenísimos"

"Estoy seguro de que no han hecho nada"

19.09.16 | 13:06h. telecinco.es | Compartir 4516 | Twitter | correo | Whatsapp

Etiquetas: San Fermín - violación sanfermines



José Ángel, Jesús, Alfonso, Antonio y Ángel. Así se llaman los cinco chicos acusados de violar a una joven madrileña en San Fermín. Son sevillanos. Se criaron en los barrios de Amate, Los Pajaritos y Santa Aurelia. 'El programa de Ana Rosa' se ha trasladado hasta allí para hablar con sus vecinos. Todos coinciden. Eran buenos chicos. "Hasta ese día eran grandísimas personas y lo

Fuente: *El programa de AR* (Telecinco), 19/06/2016

Entre las recomendaciones incluidas en la *Guía de Igualdad de RTVE* (2021) para el tratamiento informativo de los agresores, se encuentran las siguientes: 1) Debe dejarse claro quién es el agresor y quién la víctima. 2) Se debe identificar claramente el comportamiento agresor, ya que puede ayudar a muchas mujeres a identificar la figura del maltratador y su situación de riesgo. 3) No ofrecer una imagen embellecida del agresor ni presentarlo como una persona "normal" y "positiva para la sociedad". 4) Se debe evitar emitir comentarios que generen simpatía hacia el agresor, ni que especulen sobre sus intenciones, motivaciones o sentimientos (p. 14).

Frente a la justificación de la actuación de los agresores en casos de violencia sexual como los señalados, a las mujeres se las somete a un enjuiciamiento que, en ocasiones, pone en duda su testimonio, o bien las culpabiliza de lo ocurrido. Tal y como establece el código de la FAPE, la información debe evitar nombrar a las víctimas de un delito, así como la publicación de material que pueda contribuir a su identificación, actuando con especial diligencia cuando se trate de delitos contra la libertad sexual" (Reguero Ríos, 2017).

Presentar "la vida normal" de una víctima de violencia sexual después de la agresión y difundir datos personales suyos, como ocurrió con el caso de La manada pone en duda el testimonio de la joven y la juzga por tratar de superar lo ocurrido llevando una "vida normal". A otras víctimas se las culpa por comportamientos que parecen justificar la agresión: "Ella no era ninguna santa", resalta el periódico *El País* (19/12/2017), extrayendo una frase del testimonio de una vecina de Aranda del Duero, donde tres jóvenes violaron a una menor en 2017.

El denominado *victim blaming* (culpabilización de la víctima) se aprecia en numerosos ejemplos dentro de la muestra de noticias analizadas. En el caso de Diana Quer, numerosos medios la presentaron como una desaparición no forzosa, sino por voluntad propia: "Su autoestima es baja" (Telecinco), "Se ha esfumado" (*El Mundo*), "No fue discreta" (Antena 3), fueron las versiones mediáticas de la desaparición de la joven hasta que apareció su cadáver el 31 de enero de 2017. Otras mujeres son presentadas como responsables de sus agresiones: por la ropa que llevan – "La asesinada en Vinaròs fue descuartizada y enterrada por vestir ropa demasiado corta" titula *El Confidencial* (08/04/2019); por su aspecto físico, en especial si son atractivas ("una chica atractiva; mucho, probablemente, para su presunto asesino"

(Abad, 2019); por comportamientos que no se consideran adecuados para una mujer (“Una mujer muere asesinada en Valencia por un hombre que conoció en Internet”, *Público*, 17/09/2015); o simplemente por no pedir ayuda (“La acosada que no pidió ayuda” – *El mundo*, 13/08/2015).

Como señala la *Guía de comunicación feminista* sobre las causas de la violencia de género: “No están locos y no es culpa del divorcio, ni del alcohol y las drogas, ni de cómo vivía la víctima, ni de cómo se vestía, ni de su forma de ser, ni de los celos, ni de una infidelidad, ni del origen o nacionalidad... Solo hay una causa y es el machismo” (Baena y De grado Alonso, 2023, p. 18). Es responsabilidad de los/as periodistas informar sobre las violencias machistas usando la terminología adecuada. También denunciarlas y recurrir a fuentes expertas y con formación en este ámbito para ceñirse a la realidad, poner en contexto cada caso y evitar la perpetuación de los estereotipos de género.

6. Discusión de resultados

Como señaló la periodista Ana Bernal-Triviño, “basta de dañar la dignidad de las mujeres, basta de decir que mueren, y no que las matan, basta de mitos románticos, basta de no creer a las maltratadas, basta de sospechar de sus palabras, silenciar o ensuciar su memoria si son asesinadas, o su autoestima si siguen vivas. El machismo vive y se fortalece porque se alimenta desde los medios” (cit. en Perianes Paín, 2019, p. 8).

A lo largo de estas páginas se han puesto ejemplos de cómo desde los medios se puede alimentar el machismo y perpetuar roles y estereotipos de género sexistas. De ahí la importancia de incluir en la docencia del periodismo la perspectiva de género, así como en la práctica de la profesión. Aplicar las recomendaciones señaladas en este artículo y evitar los sesgos de género presentes en algunos de los ejemplos analizados, permite construir una información que contribuya a crear una cultura de igualdad.

Cada profesional de los medios puede plantearse cualquier noticia teniendo en cuenta cómo esta afecta a hombres y mujeres. De esta manera, cualquier información es susceptible de tener una perspectiva de género, sin importar la temática. Así lo apunta Gothmann (2001) al recomendar que en las redacciones de los medios se valore en cada noticia si la información afecta a la vida diaria de hombres y mujeres de forma distinta, así como marcar dentro de la información si existe un impacto diferente en función del sexo. Por eso, para Chaher (2007, p. 126), la perspectiva de género deber ser “una mirada transversal que atraviesa todos los temas y, por lo tanto, todas las secciones de los medios de comunicación”. No solo las noticias recogidas en la sección de Igualdad deben tener este enfoque, sino que se debería aplicar de forma transversal.

La transversalidad de género en el periodismo consiste en la consideración y evaluación del impacto, para mujeres y hombres, de los temas políticos y sociales que son objeto de cobertura. Ello implica tomar en cuenta que hay diferencias en las necesidades y realidades de ambos sexos. El objetivo de la transversalidad en el periodismo es evitar discriminaciones y oponerse a las desigualdades existentes, aprovechando el poder que tienen las y los periodistas para promover la igualdad de género. (Gothmann, 2001, p. 23).

Aplicar la perspectiva de género hace que se visualice y reconozca la existencia de relaciones de jerarquía y desigualdad entre los géneros y permite sacar a la luz “lo que comúnmente no se ve ni se comenta, como los efectos que los procesos tienen sobre mujeres y hombres, las brechas y relaciones entre ellos” (Trinquete y Terrero, 2021, p. 331). En definitiva, como señalan (Plaza y Delgado, 2007, p. 8), supone incorporar una nueva mirada diferente a la hegemónica e intervenir en la realidad para mejorarla. Esto contribuye a la construcción de una cultura mediática basada en la igualdad y a la eliminación de la violencia simbólica.

7. Conclusiones

La aplicación de la perspectiva de género en la práctica del periodismo es una temática trabajada en guías o manuales elaborados por profesionales de este ámbito. En el campo de la investigación ha sido desarrollada especialmente para fijar determinados conceptos como la violencia simbólica, de la cual son, en parte, responsable los medios de comunicación. También se ha puesto en evidencia la importancia de la perspectiva de género para acabar con los estereotipos sexistas y para cambiar los relatos informativos que perpetúan determinados roles y modelos sobre hombres y mujeres. Especial

atención ha tenido en la literatura académica la violencia machista y cómo informar sobre ella.

La presente investigación se ha movido en estos ejes temáticos, pero además de formular una serie de recomendaciones para la inclusión de la perspectiva de género en la profesión, ha puesto el foco en ejemplos de malas prácticas periodísticas que deben evitarse. El análisis de los diferentes elementos informativos presentes en el corpus documental (titulares, cuerpo del texto, fotografías, pies de foto, etc.) permite ver a través de la ejemplificación cuestiones como la infrarrepresentación femenina, la invisibilización de las mujeres, la hipersexualización o las malas prácticas a la hora de informar sobre violencia de género.

A través de los ejemplos analizados se han puesto en evidencia las prácticas periodísticas sexistas más repetidas en el marco temporal establecido (2013-2020): poner a las mujeres detrás de los hombres, la ocultación de sus nombres, la eliminación de la diversidad de las mujeres al convertirlas en una categoría única y universal (“la mujer”), la constante alusión a su físico, la hipersexualización o la equiparación de víctimas y victimarios en las noticias sobre feminicidios. Desde un punto de vista cuantitativo, este tipo de prácticas son más recurrentes en medios o prensa más conservadora (*El español, El mundo, La razón o ABC*), aunque también se han encontrado, aunque en menor medida, en periódicos de corte progresista como *El País*.

El presente trabajo se ha limitado a un corpus de 155 noticias extraídas de los resúmenes anuales realizados en la publicación *Pikara Magazine* desde 2013 hasta 2020 sobre las prácticas periodísticas más machistas del año. Es evidente que proceden de un filtro establecido por la propia periodista que elabora el informe anual, por lo que, aunque son ejemplos claramente sexistas, es posible que queden otros sin mencionar que llevan a cabo las mismas malas prácticas desde el punto de vista del género. De ahí que a partir de este estudio se puedan abrir nuevas líneas de trabajo que busquen analizar este tipo de prácticas en un periódico específico o bien un estudio de corte comparativo entre diferentes publicaciones o incluso distintos países.

8. Agradecimientos

El presente texto nace en el marco del grupo de investigación MEMCO (Memoria y medios de Comunicación - Ref. 71685) de la Universidad Complutense de Madrid (España).

Referencias

- Blázquez Zarcero (2019). Prólogo. En R. Perianes Paín, (Ed.). *Palabra de mujer. Manual con enfoque de género para profesionales del periodismo*. Diputación de Cáceres.
- Abad, N. (8 de abril de 2019). La asesinada en Vinaròs fue descuartizada y enterrada por vestir ropa demasiado corta. *El Confidencial*.
<https://bit.ly/4fx1s70>
- Alparcero, M. (29 de agosto de 2016). Maru Díaz, de uñas. *El Heraldo*.
- Baena, M. y De Grado Alonso, L. (2023). *Guía de comunicación feminista*. Movimiento por la Paz -MPDL.
- COPE (19 de marzo de 2019). Una mujer gana por primera vez el "Nobel" de Matemáticas.
<https://bit.ly/3AIf68M>
- De Vuyst, S. y Raeymaeckers, K. (2019). Gender as a multi layered issue in journalism: A multi-method approach to studying barriers sustaining gender inequality in Belgian news rooms. *European Journal of Women's Studies*, 26(1), 23-38. <https://doi.org/10.1177/1350506817729856F>
- Chaher, S. y S. Santoro (2007). *Las palabras tienen sexo. Introducción a un periodismo con perspectiva de género*. Artemisa Comunicación Ediciones.
- El correo de Andalucía (3 de noviembre de 2016), No llores como una mujer lo que no supiste defender como hombre. *El correo de Andalucía*.
<https://www.elcorreoweb.es/andalucia/2016/11/03/llores-supiste-defender-104817958.html>
- El mundo (24 de julio de 2019). El lado oscuro del verano: más agresiones sexuales y más sumisión química. *El mundo*.
<https://www.elmundo.es/papel/historias/2019/07/24/5d37330221efa0cd518b45dd.html>
- EFE (8 de diciembre de 2014). Dos mujeres y tres hombres mueren en una jornada trágica de violencia doméstica. *El Heraldo*.
<https://bit.ly/4fLGzoZ>
- Europa Press (6 de agosto de 2015). Minuto de silencio en Castelldefels por los cuatro vecinos muertos. *Europapress.es*
<https://bit.ly/4hPcKFN>
- Gallego Ayala, J. (2007). Lenguaje periodístico y discriminación de género. En J. Plaza, y C. Delgado (Eds.). *Género y Comunicación* (pp. 49-71). Fundamentos.
- González, J. y Wagenaar, R. (2003). *Tuning Educational Structures in Europe*. Universidad de Deusto.
http://tuningacademy.org/wp-content/uploads/2014/02/TuningEUI_Final-Report_SP.pdf
- Gothmann, K. (2001). *Manual de género en el periodismo*. Friedrich Ebert Stiftung y Proyecto Latinoamericano de Medios de Comunicación.
- Lagarde, M., 'El género', fragmento literal: La perspectiva de género. En M. Lagarde (Ed.). *Género y feminismo. Desarrollo humano y democracia* (pp. 13-38). Editorial Siglo XXI.
- Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género
Boletín Oficial del Estado, núm. 313, de 29 de diciembre de 2004 (pp. 42166 - 42197).
<https://www.boe.es/boe/dias/2004/12/29/pdfs/A42166-42197.pdf>
- Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, Boletín Oficial del Estado, núm. 71, de 23 de marzo (pp. 12611- 12645).
<https://www.boe.es/boe/dias/2007/03/23/pdfs/A12611-12645.pdf>
- Ley 14/2011, de 1 de junio, de la Ciencia, la Tecnología y la Innovación, Boletín Oficial del Estado, núm. 131, de 2 de junio (pp. 54387- 54455).
<https://www.boe.es/boe/dias/2011/06/02/pdfs/BOE-A-2011-9617.pdf>
- Ley 17/2015, de 21 de julio, de igualdad efectiva de mujeres y hombres, Boletín Oficial del Estado, núm. 215, de 8 de septiembre (pp. 78986- 79029).
<https://www.boe.es/boe/dias/2015/09/08/pdfs/BOE-A-2015-9676.pdf>
- Madridiario.es (1 de enero de 2017). Muere una mujer tras precipitarse desde un cuarto piso en otro posible caso de violencia de género.
<https://www.madridiario.es/440158/muere-mujer-madrid-precipitarse-piso-genero>
- Meuli, N. (2017). Hacia un periodismo con perspectiva de género. *Questión*, 1(55), 472-489.
- Marín, H. (13 de agosto de 2015). La acosada que no pidió ayuda.
<https://www.elmundo.es/cataluna/2015/08/13/55cba8e0ca47412d2d8b4589.html>
- M.J.P. (6 de septiembre de 2017). La nueva figura de Susana Díaz tras hacer dieta en verano. *ABC de*

Sevilla.

<https://bit.ly/4exsGK6>

Mosteiro, M. y Araújo, E. (17 de agosto de 2015). Muere el vecino de Brión que se prendió fuego dentro de su vehículo. *La voz de Galicia*.

<https://bit.ly/3YNUKb0>

Nieto, A. (19 de diciembre de 2017). La doble desdicha de la víctima de la Arandina. *El País*.

https://elpais.com/deportes/2017/12/18/actualidad/1513634594_464661.html

Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos [ACNUDH], (s.f.). *Estereotipos de género. El ACNUDH y los derechos humanos de las mujeres y la igualdad de género*.

<https://www.ohchr.org/es/women/gender-stereotyping>

Plaza, J. F. y Delgado, C. (Eds.). (2007). Género y comunicación. Fundamentos.

Peñalosa, G. (12 de mayo de 2019). Diez años de tormentosa relación para Lourdes marcada por el maltrato.

<https://www.elmundo.es/espana/2019/05/11/5cd5c73f21efa080638b4645.html>

Perianes Paín, R. (2019). *Palabra de mujer. Manual con enfoque de género para profesionales del periodismo*. Diputación de Cáceres.

Pescador, M. (17 de noviembre de 2013). El 'cuerpo 10' de Pilar Rubio se toma una excedencia por su embarazo. *El mundo*.

<https://www.elmundo.es/loc/2013/11/16/52866cbf61fd3d26558b457a.html>

Público (17 de septiembre de 2015). Una mujer muere asesinada en Valencia por un hombre que conoció en Internet. *Público*. <https://www.publico.es/politica/mujer-muere-asesinada-valencia-hombre.html>

Reguero, P. (31 de diciembre de 2015). Machismo y medios: lo peor de 2015. *Pikara Magazine*.

<https://www.pikaramagazine.com/2015/12/machismo-y-medios-lo-peor-de-2015/>

Reguero Ríos, P. (15 de noviembre de 2017). La manada mediática enseña los dientes. *Elsalto.com*

<https://www.elsaltodiario.com/medios/manada-mediatica-sanfermines-juicio-violacion>

RTVE (15 de agosto de 2018). Dos españolas y Cristiano Ronaldo, entre los nominados a mejor gol de la temporada por la UEFA. RTVE.es.

<https://bit.ly/3USnxFp>

RTVE (2020). *Guía de igualdad. Corporación rtve*. https://extra.rtve.es/ugt/2020_guiaigualdadrtve.pdf

Santoro, S. (2007). La práctica del periodismo de género. En S. Chaher y S. Santoro (Eds.). *Las palabras tienen sexo. Introducción a un periodismo con perspectiva de género* (pp. 137-152). Artemisa Comunicación Ediciones.

Trinquete, D. E. y Terrero, A. (2021). Procesamiento de lenguaje natural para la evaluación crítica de manuales de comunicación dirigidos al ejercicio del periodismo con enfoque de género. *Alcance. Revista Cubana de Información y Comunicación*. 10(25), 324-344.

Van Zoonen, L. (2004). *Feminist Media Studies*. Sage.

WACC (2020). 6to Proyecto de Monitoreo Global de Medios. Principales Hallazgos. <https://bit.ly/3NL9v3Q>

WACC (2020). ¿Quién figura en las noticias? España. Informe regional. GMMP 2020. <https://bit.ly/46GQoRe>