

El lenguaje sexista en la prensa española: un estudio de los cien primeros días de mandato de Manuela Carmena en el Ayuntamiento de Madrid

Lara Carrascosa Puertas¹

Recibido: 6 de mayo de 2020 / Aceptado: 10 de agosto de 2020

Resumen: Esta investigación analiza el discurso emitido por los periódicos *ABC*, *El País*, *La Razón* y *El Mundo* durante los primeros cien días de mandato de la ex alcaldesa de Madrid Manuela Carmena con el objetivo de rastrear usos o expresiones sexistas. Mediante el análisis de contenido realizado en los 1.306 textos referidos a esta política, se han hallado resistencias a la utilización del lenguaje inclusivo en los medios (la juez vs. la jueza) originadas en los manuales de estilo de los medios, una tendencia marcada de determinados columnista a ridiculizar de forma sistemática a esta mandataria y minusvalorar sus aptitudes y destrezas para el cargo, así como el reforzamiento de los estereotipos de género a través de la concesión de voz en los medios y del nivel de mediación de los verbos elegidos para introducir sus palabras. No menos relevante es la marcada tendencia detectada a utilizar recursos retóricos propios de géneros de opinión en textos informativos y una hibridación entre los géneros que contribuye al empobrecimiento de la prensa española y a la polarización de la opinión pública.

Palabras clave: Lenguaje; Prensa; Sexismo; Manuela Carmena; Libros de estilo.

[en] Sexist language in Spanish press: a study about Manuela Carmena's one hundred first days in charge in Madrid Council

Abstract: This research analyses the discourse from the newspapers *ABC*, *El País*, *La Razón* y *El Mundo* in Manuela Carmena's first one hundred days in charge. The main aim is to locate possible uses or sexist expressions. Through the content analysis done in 1,306 texts about Manuela Carmena, we have found out resistances to use inclusive language in media stem from manuals of style (judge vs. women judge), a significant trend in some columnists to ridicule systematically to Carmena and undervalue her skills. Likewise, we have checked the reinforcement of gender stereotypes through voice mediation and the level of mediation of the verbs in reported speech. Furthermore, there is a clear tendency to use rhetoric forms like irony in informative texts and to hybridize genres. It contributes to deteriorate Spanish press and to polarize the public opinion.

Key words: Language; Press; Sexism; Manuela Carmena; Manuals of Style.

Sumario: 1. Introducción. 2. Objetivos. 3. Metodología 4. Resultados de la investigación 4.1 Formas lingüísticas 5. Discusión y conclusiones 6. Referencias bibliográficas

Cómo citar: Carrascosa-Puertas, L. (2020). El lenguaje sexista en la prensa española: un estudio de los cien primeros días de mandato de Manuela Carmena en el Ayuntamiento de Madrid. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 26(4), 1341-1352. <http://dx.doi.org/10.5209/esmp.69257>

1. Introducción

El periodismo en general y la prensa en particular han sido acusadas históricamente de utilizar un lenguaje sexista, entendido este en un sentido amplio, que abarca tanto el sexismo social o explícito como el lingüístico o implícito. Gindengil y Everitt (2003), citando a van Zooneker (1994), recuerdan que los hombres han dominado históricamente la prensa y los medios en cada nivel de producción, lo que ha afectado a la manera en la que se ha codificado el discurso sobre las mujeres.

En este sentido, Díaz (2009) realiza una diferenciación entre sexismo social y lingüístico que esta-

blece que el primero es aquel en el que el contenido del mensaje comunica una situación de discriminación o desigualdad y el segundo es el que enuncia una situación no discriminatoria pero con una forma, "por las palabras o estructuras lingüísticas", que prima un género por encima de otro. Existen numerosos ejemplos de ambos tipos de sexismo que aún hallamos en los medios de comunicación a pesar de los esfuerzos que algunas corrientes internas en empresas como *eldiario.es* o *El País* están haciendo para adaptarse a la nueva realidad y crear corresponsalías de género, encargadas de velar y propulsar un enfoque más integrador, que destierre todos los sexismos de los mensajes emitidos por sus empresas.

¹ Universidad de la Laguna (España)
E-mail: lcarrasc@ull.edu.es

Consideramos relativamente sencillo desenmascarar el sexismo social o explícito en los mensajes emitidos por los medios, toda vez que la conciencia social ha aumentado y existen numerosos manuales que abordan diferentes aspectos de dicho sexismo (Bengoechea, 2003; Lledó, 2013; Plaza y Delgado, 2007; Valle y Amado, 1996). No ocurre lo mismo, no obstante, con el sexismo lingüístico o implícito, debido al polarizado debate académico y social (Guerrero, 2019) que suscita cualquier avance en lenguaje inclusivo que impide un posicionamiento teórico unívoco. De un lado, la Real Academia de la Lengua Española reitera y defiende que el masculino es el género no marcado y que la forma correcta de dirigirse a un colectivo formado por hombres y mujeres es el masculino plural (Bosque, 2012). De otro, diversos lingüistas e investigadores sostienen el postulado de que “lo que no se nombra no existe” (Hellinger, 1989; Bengoechea, 2005) y proliferan los manuales de lenguaje inclusivo y no sexista que hacen oídos sordos a esta consideración y enseñan estrategias para utilizar las palabras de forma diferente e integradora, porque consideran que el lenguaje no solo representa sino también configura la realidad y contribuye a crear una sociedad más justa (Banus y Garra, 2016).

Fenómenos como los duales aparentes, que son aquellos vocablos cuya feminización conlleva un empeoramiento de su significado (Bengoechea, 2015; Díaz, 2009), vienen a subrayar que la lengua no es tan inocente como algunos quieren que creamos, y que el lenguaje es un elemento de configuración simbólica de la realidad que funciona a través de estereotipos. Lippmann (2003) ya explicó que

No vemos primero y definimos después, sino al contrario. Frente a la gran confusión bulliciosa y radiante del mundo exterior, seleccionamos lo que nuestra cultura ya ha definido por nosotros de manera que tendemos a percibir lo que hemos elegido en forma de estereotipos culturales (p. 82).

En esta línea de pensamiento, Lippmann definía los estereotipos como una imagen ordenada y más o menos coherente del mundo.

El lema feminista de “lo que no se nombra, no existe” es acogido con escepticismo por una parte de la sociedad. Sin embargo, algunos medios de comunicación han realizado experimentos no científicos que se han convertido en virales en las redes sociales y que han ayudado a demostrar, tal vez con más impacto en número de personas alcanzadas que la investigación más rigurosa, que el lenguaje moldea nuestros pensamientos sobre el género en mayor medida de lo que en un principio podríamos pensar. Es el caso del vídeo *El acertijo que puede mostrarte algo de ti que quizás no sabías* o *Inspirando al futuro sin estereotipos*. En ambos casos, la teoría científica podría identificar sexismo lingüístico e incluso el estereotipo “Think manager-think male” (Schein, Mue-

ller, Lituchy y Liu, 1996; Sczesny, 2003), que adscribe a los hombres mejores atributos para el liderazgo y las profesiones de élite, aunque no se nombren estos conceptos en ninguno de los dos vídeos, dirigidos a un público no especializado.

Una vez expuesta la relación entre lenguaje y reproducción del género, presento un análisis particular centrado en la figura de la ex alcaldesa de Madrid y ex jueza española Manuela Carmena (Madrid, 1944). Esta cuenta en su curriculum con hitos como ser una de las primeras juezas de España, haber sido “defensora de los obreros y detenidos durante la dictadura franquista” o haber ejercido como “vocal del Consejo General del Poder Judicial” (Carmena, 2014). Por ello, esta política es representativa del escaso número de féminas que han dirigido la capital de un Estado (en la actualidad solo el 0,76% de las capitales de la Europa de los 28 está encabezada por una mujer), por lo que este estudio exploratorio puede ser tomado como referencia de otros estudios sobre el discurso mediático emitido sobre otras políticas con similar responsabilidad.

En el caso de Carmena, además, los estereotipos con los que han trabajado los medios no habrían sido solo culturales sino también de género. Estos son un conjunto de creencias compartidas por la sociedad acerca de las características, roles y conductas que son típicas de hombres y mujeres. También indican las conductas consideradas adecuadas para un hombre y mujer (Molero, 2009). Los estereotipos son como el código genético del sistema de género, dado que constituyen las normas culturales o esquemas por los que la gente percibe y representa la desigualdad de género (Ridgeway, 2001). De ahí la resistencia aún a emplear la feminización del término “juez” para referirse a la ex alcaldesa hallada en nuestra investigación, a lo que se suma que el diccionario de la Real Academia Española de la Lengua recoge que “jueza” es la “mujer del juez”, en la sexta de sus definiciones, manteniéndola así como un dual aparente en el sexto nivel de significación.

Una de las explicaciones que se ofrece a la resistencia a feminizar profesiones como jueza es que existen escollos para la feminización de profesiones prestigiosas o estereotípicamente masculinas. Es decir, “tradicionalmente, las profesiones no cualificadas (*lechero/lechera, panadero/panadera, pastor/pastora...*) no han encontrado tanto obstáculo para feminizarse como las cualificadas o prestigiosas (*jefe, juez médico*)” y que lo que lo mismo ocurre en la “la masculinización de aquellas ocupaciones estereotípicamente femeninas (*amo de casa*) sin prestigio social” (Bengoechea, 2015, pp.48-49).

La cuestión de la feminización de las profesiones consideradas de élite ha sido abordada desde diferentes disciplinas (Miret-Mestre, 2014) en un intento de entender las resistencias que subyacen a estos usos lingüísticos ya aceptados por la Real Academia de la Lengua Española. Lo que nos devuelve a la arena de la creación y mantenimiento de los estereotipos de

género a través del lenguaje utilizado en los medios de comunicación.

Algunos periódicos, como *ABC*, justifican la utilización de “la juez” en lugar de “la jueza” con argumentos tan poco rigurosos como que “*suenan* mal”, levantando así una barrera de raíces ideológicas en su propio libro de estilo:

Títulos y profesiones desempeñados por mujeres:
a) En la última edición del diccionario (21^a, 1992), la Real Academia ha recogido (también) en femenino la inmensa mayoría de los cargos, títulos y profesionales desempeñados por mujeres. No obstante, algunos de esos femeninos no sólo no están todavía asentados en el uso, sino que *suenan* mal a los usuarios, que en ocasiones los rechazan abiertamente. Entre ellos jueza, edila, concejala y teniente, que en *ABC* se mantendrán con género común: (el/la) juez, edil, concejal, bedel, teniente. (Vigara, 2001, p.86)

Lo mismo ocurre en el *Libro de estilo de El País*: se inclinan hacia “la juez”, por considerarla una “fórmula también correcta y que marca con claridad el femenino” (2014, p.370), y justifican su decisión, de nuevo, con argumentos tan endebles como la “tradicición”. “EL PAÍS [en mayúscula en el original] mantiene su tradición de escribir ‘la juez’, pues no se trata de un término marcado (‘juezo’- ‘jueza’)” (2014, p.175). De hecho, uno de los columnistas de cabecera de este periódico, Alex Grijelmo (2007, p.500) no tiene problema en asegurar que el uso de “jueza” es “político”, debido a que el artículo “la” por sí solo determina la sexualización del término. Grijelmo afirma también que “el periodista que escribe ‘la jueza’ -muchos lo hacen- muestra escasa reflexión sobre el lenguaje”, dejando así poco o ningún espacio para el debate sobre la evolución en el uso de la lengua.

The New York Times Manual of Style and Usage también se pronuncia sobre la manera más apropiada de denominar determinadas profesiones y, en la misma línea que los rotativos españoles, estipula: “For occupational terms, resist modifiers that imply a ‘norm’ of maleness or femaleness: Use *nurse*, not *male nurse*; also *judges*, not *women judges* and not *female judges*” (Siegal y Connolly, 2015, p.193).

Respecto a otro de los aspectos que abordamos en esta investigación, la anteposición del artículo a un nombre propio femenino, el *Diccionario Panhispánico de Dudas* establece que se trata de un uso popular, salvo en la región de Chile, donde “se da también en el habla culta, habitualmente en registros coloquiales y especialmente ante nombres de mujer”. Se añade que “la anteposición del artículo al nombre propio es obligatoria cuando este se usa en plural”. El uso del artículo delante del nombre propio o apellido de una mujer se identifica, por regla general, con uso vulgar y despreciativo, salvo en el caso mencionado y en Cataluña, donde tiene un matiz cariñoso en lenguaje popular. Por ese motivo, es significativo que la prensa escrita no tabloide, que

suele considerarse último baluarte del habla culta, recurra a estos usos.

Sin ser exactamente el mismo caso, la misma atípica familiaridad semántica puede observarse cuando se refieren a una mujer líder en su ámbito por su nombre de pila, como si fuera una familiar de la que están hablando, en lugar de mantener la distancia y el respeto que sí se produce en el caso de los varones en las mismas circunstancias de liderazgo. Estos usos, además, están muy relacionados con la ironía como figura retórica en la prensa, dado que suelen ir de la mano con referirse a una líder de forma coloquial o vulgar para mofarse de sus atributos o características de su liderazgo. En el mismo sentido, cuando los medios se refieren al acceso al poder de las mujeres “hacen hincapié en su exterioridad: ‘llamar a la puerta’, ‘asaltar la ciudadela’, ‘romper el techo de cristal’ o simplemente ‘darles un empujón’” (Beard, 2018, p.60), dando a entender que las mujeres que ocupan cargos de poder están apoderándose de algo a lo que no tienen derecho.

Una forma más sutil de sexismo lingüístico pero de enorme relevancia para la configuración simbólica de las mujeres con poder es lo que Bengoechea (2015, p.108) denomina “la concesión de voz en los medios: a quién se otorga voz, a quién se silencia y cómo se informa de la voz a la que se permite hablar”. Nos referimos al empleo de estructuras lingüísticas que conllevan una forma de “manipulación discursiva de la capacidad agente de las mujeres” (Bengoechea, 2003, p.568). La representación de las cualidades o capacidades agénticas han sido exploradas por otros autores que han investigado sobre la configuración del liderazgo femenino en diferentes ámbitos (Mayer, Oosthuizen, Tonelli y Surtee, 2018 y Chemmers, 2001). Teniendo en cuenta que el análisis de léxico de los textos, por sí solo, no es suficiente para entender la fuerza ideológica de los medios, consideramos que el lenguaje que utilizan cobra todo su significado por la forma continuada en la que se expresan y por la manera en la que estos significados acumulativos se reiteran en cada nueva pieza (Matheson, 2005).

La interpretación mediática de la voz de las mujeres en el espacio público revela una doble desventaja: “[...] first, they are (normally) less skilful at using adversarial, information-focused style expected in such contexts; second, the (more cooperative) discourse styles which they are fluent in are negative valued in such contexts” (Coates, 1995, p.14). Además, si adoptan el estilo que es considerado óptimo en la esfera pública corren el riesgo de ser etiquetadas como poco femeninas (un ejemplo es Margaret Thatcher, conocida como “la dama de hierro”).

Por otro lado, el sexismo social presente aún en los medios contribuye a reforzar los estereotipos existentes en la sociedad y confirma lo que recogieron Johnson y Ensslin (2007) y Caldas-Couthlar (2019): que la forma en la que se construyen las representaciones de las mujeres con poder en los medios generalmente son negativas o excluyentes. Ejemplos de ello ha-

llados en esta investigación, que intenta revelar las relaciones ideológicas ocultas en el lenguaje emitido por la prensa (Mills y Mullany, 2011), han sido las menciones peyorativas sobre la edad de Carmena, su identificación con una señora de la limpieza “democrática”, los comentarios sobre sus atuendos o la comparación frecuente con hombres.

2. Objetivos

El objetivo general de esta investigación es descubrir la posible existencia de sexismo lingüístico y social en el tratamiento de la prensa nacional a Manuela Carmena en los primeros cien días de su mandato al frente del Ayuntamiento de Madrid. Este objetivo se desglosa en los siguientes objetivos específicos:

- Analizar diferentes discursos emitidos por la prensa a la búsqueda de patrones de género que impliquen desigualdad o subordinación.
- Indagar en la construcción del discurso informativo sobre Manuela Carmena para hallar patrones sexistas que se repitan, independientemente del medio informativo de que se trate.

Para la consecución de estos objetivos específicos se plantean tres objetivos técnicos consistentes en: la contabilización de elementos o construcciones lingüísticas del texto que denoten sexismo lingüístico y/o social; la relación de los resultados de este análisis con los principios editoriales o ideológicos de los medios analizados, y el análisis del empleo de estos recursos lingüísticos en textos de los géneros de opinión o de información.

3. Metodología

La metodología empleada en esta investigación está basada en el análisis de los 1.306 textos que se publicaron en la edición impresa de *ABC*, *El País*, *El*

Mundo y *La Razón* durante los primeros cien días de mandato de Manuela Carmena (del 14 de junio al 21 de septiembre de 2015)². Primero se llevó a cabo un vaciado de los citados periódicos, seleccionando los textos que mencionaran o estuvieran ilustrados por una fotografía de Manuela Carmena. Una vez seleccionados los textos, se analizaron línea por línea desde el punto de vista de la Teoría Fundamentada (Trinidad et al., 2006) utilizando nueve códigos: Estilo directo, Estilo indirecto, La Carmena, La juez, La jueza, Referencias a la edad, Referencias a la edad peyorativas, Sexismo social e Ironía. Los dos primeros indexan las citas que se realizan en estos dos estilos, evitando codificar las que mezclan los dos. La Carmena aúna todas las menciones a Manuela Carmena por su nombre de pila o aquellas que ponen un artículo delante de su apellido o nombre (La Manuela, La Carmena). Los códigos La juez y La jueza contabilizan la feminización de la profesión “jueza” y lo compara cuantitativamente con “la juez”. Sexismo social aúna las citas en las que se compara a Carmena con un varón y las que se refieren a su aspecto o forma de vestir. Ironía viene a complementar este registro cuantitativo, añadiéndole una visión cualitativa al uso de algunos de estos códigos y al discurso general emitido por los medios sobre Carmena en sus primeros cien días de mandato.

Además, al código Estilo indirecto se le ha aplicado un análisis cualitativo más profundo que trata de medir el grado de mediación empleado en cada periódico, aplicando para ello la categorización de verbos utilizados en estilo indirecto realizada por Caldas-Coulthard (1987) y recogida también en Gingengil y Everitt (2003), que diferencia entre “canonical neutral speech verbs”, “structuring verbs”, “illocutionary reporting verbs” y “expressiveness”. Se ha realizado una codificación en español, para sistematizar este filtrado, conforme a la siguiente tabla:

Tabla 1. Síntesis de las categorías, descripciones y ejemplos de Caldas-Coulthard (1987), a la que se le ha añadido la columna con los verbos en español que se corresponderían con esta clasificación. Elaboración propia a partir de datos de Caldas-Coulthard (1987) y Gingengil y Everitt (2003).

Nombre	Definición	Ejemplos en inglés	Ejemplos en español
Neutral verbs	Aquel que se abstiene de ‘intervenir’ en la narración.	Say, tell	Decir, explicar, comunicar, informar, indicar, añadir, hablar, manifestar, introducir [...]
Structuring verbs	Los que representan el intercambio en la interacción oral. Reproducen una situación ‘de entrevista’.	Ask, reply, answer	Pidió, preguntó, respondió, replicó [...]

² Un total de 374 textos corresponden a *ABC*, 173 a *El País*, 454 a *La Razón* y 305 a *El Mundo*.

Illocutionary verbs	Verbos con los que el narrador interfiere explícitamente en la construcción del discurso.	Claim, suggest, propose	Advertir, destacar, sostener, revisar, mantener, calificar, insistir, comprometerse, sugerir, asegurar, negar, aclarar, opinar, instar [...]
Expressive verbs	Verbos que representan el nivel más alto de mediación, dado que pretenden describir los sentimientos de otra persona.	Accuse, complain, reproach	Lamentar, defender, premiar, obsesionar, presumir, rechazar, criticar, alabar, premiar [...]

4. Resultados de la investigación

4.2. Formas lingüísticas

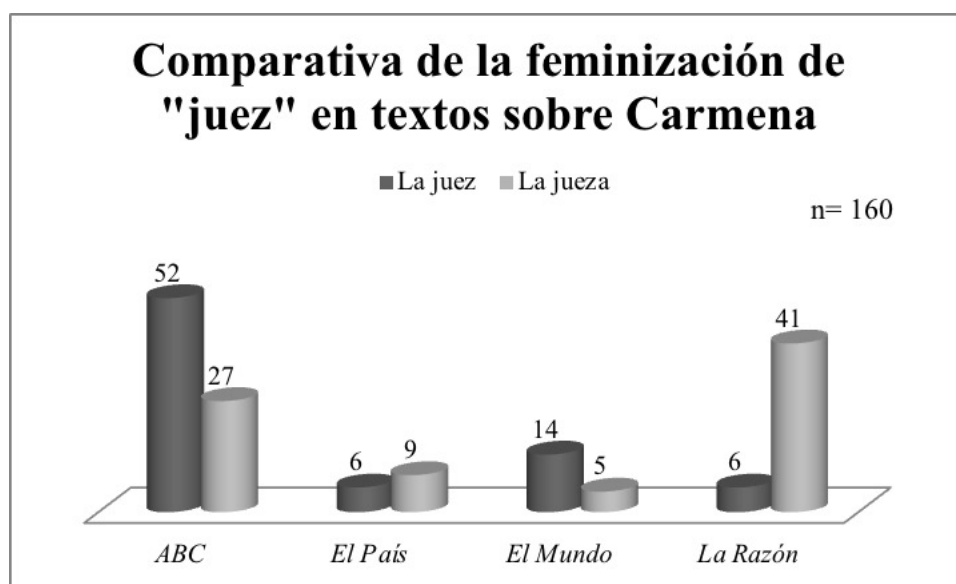
Se han contabilizado todas las menciones de la doble forma la juez/la jueza o la ex juez/ ex jueza en los cuatro periódicos y se ha hallado un mayor peso del uso de “jueza”, aunque la diferencia no resulta significativa (82 menciones frente a 78). Sí es significativo el desmesurado uso que se hace de la mención a la antigua profesión de Carmena (en cualquiera de sus formas) en *ABC* y *La Razón*, lo que está normalmente asociado a aspectos cualitativos. Ambos periódicos conservadores suelen oponer la mención a que Carmena era jueza con decisiones consideradas erróneas u ‘ocurrencias’, como se califican en algunas ocasiones. Por ejemplo: “Observando este triste sainete, solo me pasma una cosa. ¡Era jueza! Una persona fuera del mundo, que proclama que solo el 6% de los criminales deben seguir en la cárcel, te podía tocar en un juzgado decidiendo tu vida” (Ventoso, 16 de junio de 2015, p.14).

Respecto al doble uso de la juez/la jueza, *ABC* muestra una clara tendencia al uso de la juez, lo que es consistente con las indicaciones recogidas en su libro de estilo. No obstante, es relevante subrayar que la mayoría de las citas que recogen la feminización del término (“jueza”) está en textos de opinión, que, por regla general, están realizados por firmas de prestigio que suelen gozar de mayor libertad a la hora de expresarse.

En el caso del también conservador *La Razón*, la balanza se inclina claramente hacia la feminización de jueza, aunque, en este caso, también se encuentran valoraciones cualitativas que corrigen este uso cuantitativo, como un texto de opinión que hace mofa, precisamente, del uso de jueza.

He caído en alguna ocasión en el error de escribir “jueza” en lugar de “la juez”, que es lo correcto. Está admitido lo de jueza por la Real Academia Española, pero suena mal. [...] Se nota que, como escritura, a la señora Carmena le falta madurez, porque lo de la jueza es una ridiculeza. Y no es cuestión de vejeza ni de falta madurez. (Ussía, 29 de agosto de 2015, p.80)

Gráfico 1. Comparativa cuantitativa del uso de “la juez” o “la ex juez” y “la jueza” o “la jueza”, durante los cien primeros días de mandato de Manuela Carmena. Elaboración propia.



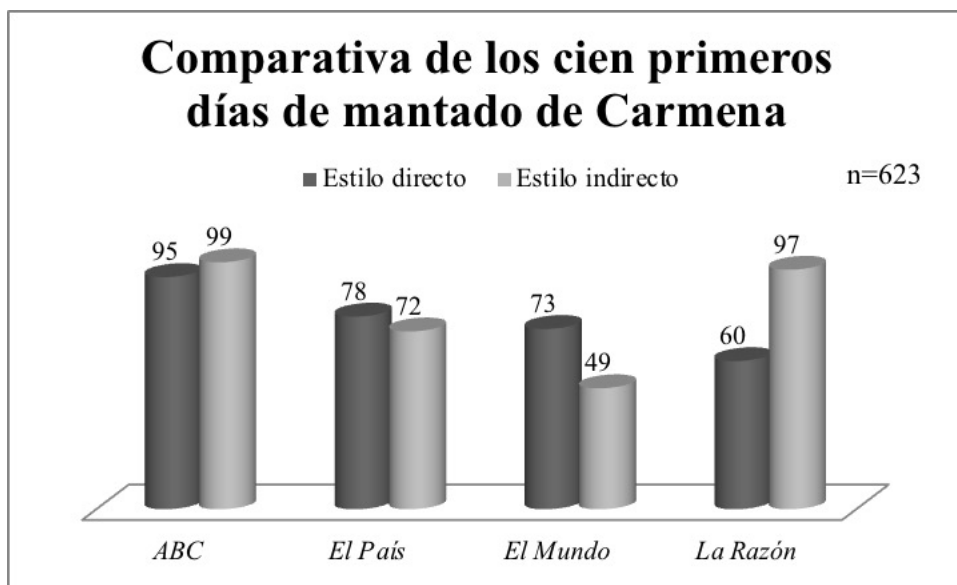
Otro de los usos lingüísticos observados es la utilización del estilo indirecto o directo en los textos que glosan a Manuela Carmena. De forma global, el estilo indirecto ha predominado en el

51,52% de las citas contabilizadas. De los cuatro periódicos analizados, *La Razón* es el que presenta un uso más pronunciado del estilo indirecto, lo que justifica con frecuentes menciones a que la alcal-

desa no atiende a los medios. En el caso de *ABC*, la tendencia era similar a la de *La Razón* hasta la semana décimo tercera del análisis, cuando Carmena fue la invitada principal en el Foro *ABC* y dio el discurso de apertura. Este hecho puntual compensó la tendencia que arrastraba este periódico desde el primer día de mandato al uso del estilo indirecto,

dado que en esa semana se registraron 28 citas en estilo directo (el número más elevado de la contabilización semanal realizada) frente a 5 en estilo indirecto. Casi el 88% de las citas están en textos informativos que son los que, por excelencia, están destinados a recoger y parafrasear lo que dicen los actores de la actualidad.

Gráfico 2. Comparativa entre estilo directo e indirecto durante los primeros cien días de mandato de Manuela Carmena. Elaboración propia.



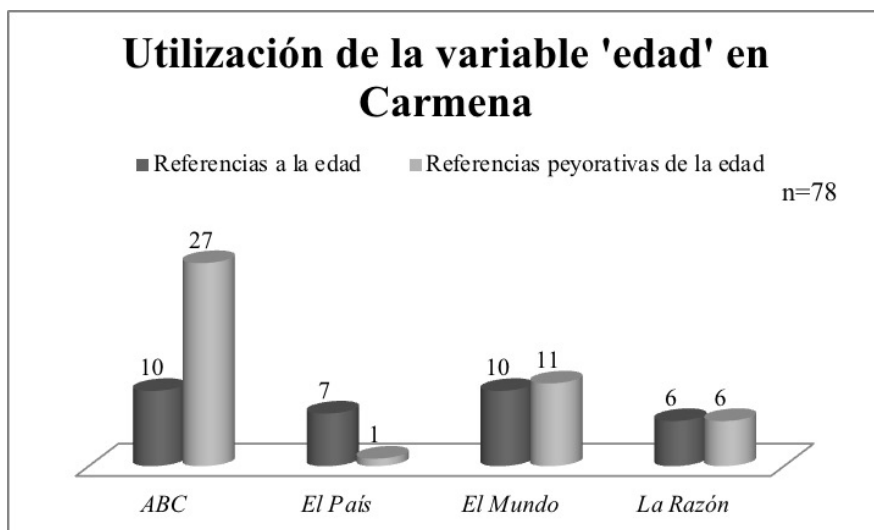
4.2. Formas semánticas

Durante el análisis de los cien primeros días de mandato de Manuela Carmena en la prensa, se han contabilizado las referencias a la edad de la alcaldesa y se han diferenciado de aquellas que utilizan esa variable de forma peyorativa (llamándola “abuela” o haciendo mención a la merma de sus capacidades mentales debido a su edad). De esta forma, encontramos que, salvo *El País*, el resto de periódicos ha recurrido de

forma reiterada y, en ocasiones copiosa como es el caso de *ABC*, al uso de su edad para descalificarla.

Otro dato para tener en cuenta es que todas las referencias a la edad de Manuela Carmena peyorativas se produjeron en textos de opinión firmados generalmente por columnistas varones. La excepción, en cuanto al género periodístico, es un reportaje de *El Mundo* que utilizó la expresión “como una regañina de abuela” para referirse a unas palabras intercambiadas entre la alcaldesa y un niño.

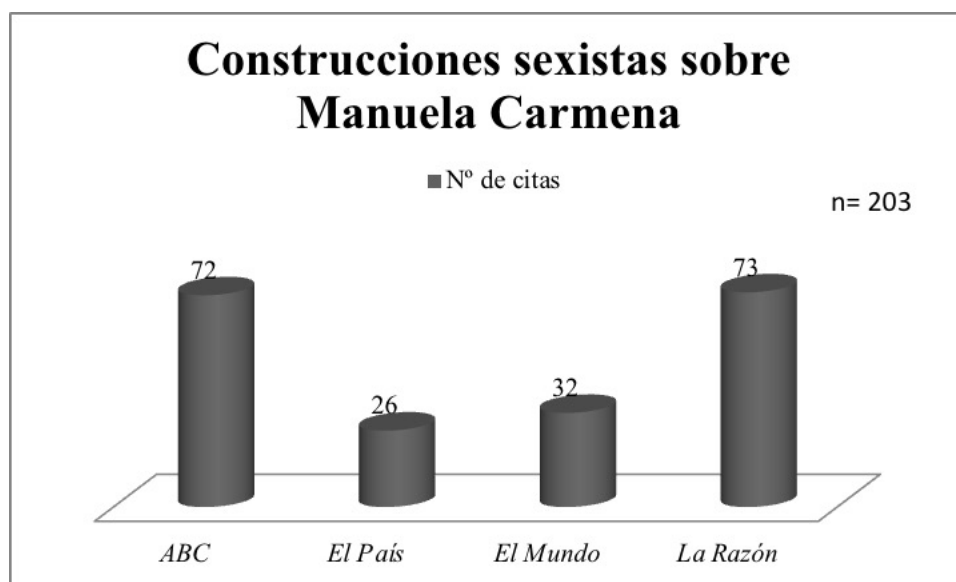
Gráfico 3. Comparativa entre las referencias a la edad de Manuela Carmena y aquellas que utilizan su edad de forma peyorativa, en los periódicos *ABC*, *El País*, *El Mundo* y *La Razón* durante los primeros cien días de mandato. Elaboración propia.



Por otro lado, los cuatro periódicos utilizaron construcciones semánticas sexistas (sexismo social o explícito), entendiendo por estas todas aquellas que hacían mención o comparaban los atributos de Manuela Carmena con los de un hombre y aquellas que se referían a su aspecto físico o modo de vestir. Entre las primeras, destacamos las comparaciones con Tierno Galván, siempre en sentido negativo hacia la alcaldesa; las referencias a que Miguel Carmona es el que había posibilitado su investidura, y las citas que aseguraban que estaba a las órdenes o a la sombra de Pablo Iglesias.

En este análisis, destacan de nuevo los periódicos más conservadores (*ABC* y *La Razón*) por el uso extensivo e intensivo de discursos sexistas y *El País* por ser el menos prolífico en este uso. El 73,89% de las citas que denotan sexismo social o explícito están en textos de opinión y el 26% restante en textos informativos. Un ejemplo de *ABC* es un reportaje sobre una recepción con el Rey: “Alguien le debería haber dicho a Carmena que al Rey se le saluda con las manos vacías y que un capazo informal nunca se lleva en un acto institucional” (Álvarez, 20 de julio de 2015, p.64).

Gráfico 4. Comparativa cuantitativa entre el número de citas sexistas encontradas en la prensa durante los primeros cien días de mandato de Manuela Carmena. Elaboración propia.



Respecto a las referencias a la alcaldesa por su nombre de pila o al uso de un artículo delante de su nombre, encontramos que *El País* es el único periódico que no hace uso de estas fórmulas y que *El Mundo* es el más prolífico. Todos los usos hallados están en textos de opinión, por lo que se podrían entender como dentro de las licencias que los y las autoras

pueden permitirse dentro de este género, como es el caso de un columnista de *El Mundo* que se refiere de forma reiterada a Carmena como “Manola Carmena”, un uso que se ha contabilizado dentro de este código por compartir con los anteriormente mencionados el uso vulgar o familiar del nombre de Manuela en un artículo en un periódico.

Tabla 2. Citas que recogen el uso vulgar del nombre de Carmena, durante sus cien primeros días de mandato. Elaboración propia.

<i>ABC</i>	6
<i>El País</i>	0
<i>El Mundo</i>	16
<i>La Razón</i>	7
Total	29

La ironía es un recurso literario utilizado para ridiculizar el discurso o las decisiones de Manuela Carmena como alcaldesa. La mayoría de las menciones están en textos de opinión, aunque nueve de las 116 citas de *ABC* se localizan en textos informativos; cuatro de las 14 citas de *El País* también aparecen

en noticias (aunque todas ellas son declaraciones de concejales de la oposición); una de las 61 citas de *El Mundo* corresponde a un texto informativo, así como 7 de las 78 de *La Razón* (dos de las cuales corresponden a declaraciones).

Tabla 3. Comparativa cuantitativa del uso de ironía en textos informativos y opinativos sobre Manuela Carmena, durante sus cien primeros días de mandato, siendo $n=269$. Elaboración propia.

	Nº de citas en opinión	Nº de citas en información
<i>ABC</i>	107 (92,24%)	9 (7,75%)
<i>El País</i>	10 (71,42%)	4 (28,57%)
<i>El Mundo</i>	60 (98,36%)	1 (1,64%)
<i>La Razón</i>	71 (91,02%)	7 (8,98%)
Total	248	21

La co-ocurrencia de los códigos que recogen el uso vulgar del nombre de pila o del artículo antes del nombre y/o apellido y la utilización de ironía se halló en cinco ocasiones. Todas ellas en textos de opinión.

Tabla 4. Co-ocurrencia de los códigos que recogen la utilización vulgar del nombre de Carmena y la ironía, durante sus cien primeros días de mandato. Elaboración propia a través de Atlas.ti.

	o La Carmena Gr=27
● Ironía Gr=269	Carmena -simplemente Manuela para sus fans- no deja de sorprender desde que tomara la vara de alcaldesa y lo primero fue mandar a fregar a 'las madres'. (Martínez, 17 de agosto de 2015 Esto ya no es Baden-Baden. <i>ABC</i> , p.72)
	Ya que es tarde para ser una tía buena, se ha dicho la Carmena, al menos será una mujer ejemplar. Como una Mary Poppins que nadie sabe qué regalo va a sacar del bolso. Para mi sobrino, claro. (Amilibia, 6 de agosto de 2015 ¡Cristiano, queremos una isla tuya! <i>ABC</i> , p.49)
	El increíble gallinero organizado en torno al tuit del concejal Zapata ha sido un mensaje claro. Manuela, bonita, no sabes dónde te has metido. (Méndez, 20 de junio de 2015 Fregonas, radicales y populistas. <i>El Mundo</i> , p.2)
	Todo ha sido largo en Madrid, quizá empezó el año con las viejas teñidas del rastrillo navideño y ha acabado con la proclamación de Cifuentes: con Carmena departiendo con Florentino Pérez mientras recordaba Manuela –o aprendía– los rudimentos del juego exterior del base y la gloria blanca de lo que fue mi equipo. (Nieto, 27 de junio de 2015. #deRodríguez <i>El Mundo</i> , p.41)
	Manola Carmena linamorganizada, según Rosa Belmonte, se supera cada día y, cuando no plantea en el Vaticano la cuestión vital de por qué uno se va de putas, convierte un pleno del Ayuntamiento en el camarote de los hermanos Marx con su tropa dando la talla intelectual. (De la Serna, 24 de julio de 2015 <i>El Mundo</i> , p.32)

Respecto a la utilización del estilo indirecto, se ha realizado un análisis semántico del verbo que introducía el discurso, según la clasificación de Caldas-Coulthard (1987) y Gingengil y Everitt (2003), resultando *La Razón* el rotativo que mayor mediación ha aplicado en la elección de estos verbos, tal y como puede comprobarse en la Tabla 5:

Tabla 5. Tipología de verbos, según su diferente nivel de mediación, en las citas en estilo indirecto halladas en los primeros cien días de mandato de Manuela Carmena. Elaboración propia.

	Neutral verbs	Structuring verbs	Illocutionary verbs	Expressives verbs	Total de citas ³
<i>ABC</i> citas Estilo indirecto	34 (32,69%)	9 (8,65%)	52 (50%)	9 (8,65%)	104
<i>El País</i> citas Estilo indirecto	30 (38,96%)	7 (9,09%)	31 (40,25%)	9 (11,68%)	77
<i>La Razón</i> citas Estilo indirecto	23 (22,54%)	5 (4,90%)	64 (62,74%)	10 (9,80%)	102
<i>El Mundo</i> citas Estilo indirecto	22 (42,30%)	3 (5,76%)	26 (50%)	1 (1,92%)	52

³ El número de citas de los verbos no coincide con las citas de Estilo Indirecto porque en una cita de este tipo puede hallarse (y, de hecho, así ha ocurrido), más de una tipología de verbo introduciendo el discurso.

4. Discusión y conclusiones

En el análisis de los cien primeros días de mandato de Manuela Carmena se puede comprobar que existe una tendencia que podríamos llamar espontánea a “feminizar” el término juez cuando se refiere a la alcaldesa, a pesar de que en términos absolutos la diferencia entre el uso de “la juez” y “la jueza” es casi insignificante en el periodo analizado (51,25% y 48,75%, respectivamente).

Tabla 6. Porcentajes de uso de “la juez” y “la jueza” al referirse a Carmena durante sus cien primeros días de mandato. Elaboración propia.

	La juez	La jueza
ABC	65,82%	34,17%
El País	40%	60%
El Mundo	73,68%	26,31%
La Razón	12,76%	87,23%

De cualquier forma, parece que no existe unanimidad en la preferencia real y medible del uso de un término frente otro, a pesar de lo que recojan determinados libros de estilo y de lo hallado en otras investigaciones como la realizada por Bengoechea (2006, p.145) que da cuenta de que “durante unos años, *El Mundo* optó por la jueza frente a la juez, forma ésta que aparecía en otros diarios y al final acabó también adoptando *El Mundo*”. La tendencia parece haberse invertido en este rotativo, si comparamos los resultados de nuestra investigación con la llevada a cabo en 2001.

En cierto sentido, pueden considerarse estos resultados contradictorios como una muestra de la existencia de una evolución en el lenguaje, que está sujeta a avances y retrocesos. Avances en cuanto a la extensión y normalización de la feminización del término “jueza” y retrocesos en cuanto a la prescripción por parte de determinados textos y lingüistas del uso de “la juez” como el único correcto.

Parte de la responsabilidad de esta división puede hallarse también en el propio Diccionario de la Real Academia de la Lengua, que admite en su entrada la forma (juez,za), pero añade “para el femenino, usada también la forma *juez* [...]”. Ambas son correctas, por lo que los rotativos o periodistas que se decantan por una u por otra lo hacen por cuestiones ajenas a la corrección lingüística. Un ejemplo claro está en el artículo de Ussía mencionado anteriormente, en el que este hace referencia a que a veces escribe “jueza” sin

Podría pensarse que el uso mayoritario de “la jueza” está íntimamente relacionado con los principios editoriales de cada medio, de forma que los más progresistas defienden y emplean dicha feminización y los más conservadores la rechazan, pero los datos obtenidos no permiten llegar a semejantes conclusiones. De hecho, *La Razón* es el periódico que usa de forma claramente mayoritaria “la jueza”, seguido de *El País*, que hace oídos sordos, así, a las indicaciones de su propio libro de estilo.

ser consciente de ello y dedica toda la pieza a ridiculizar el femenino en formas terminadas en “zeta”. No incluye, sin embargo, “andaluz, andaluza”, vocablo cuyo desdoblamiento rompería la tesis principal del texto y el ritmo y la ironía creada al añadir sistemáticamente una “a” a vocablos que no admiten tal fórmula, al tiempo que daría algo más sobre lo que pensar a los y las lectoras del texto.

Así, consideramos que medios con unos principios configuradores tan diferentes como *El País* y *ABC*, que recogen en sus libros de estilo la preferencia por “la juez”, frenan de forma consciente la evolución natural del lenguaje, por lo que se considera necesario que desde los rotativos se realice una revisión profunda, desde el punto de vista del lenguaje inclusivo y en consonancia con el artículo 14 y 28 de la Ley Orgánica 3/2007 de 22 de marzo de Igualdad Efectiva de Hombres y Mujeres, de estos textos que sirven de guía a sus periodistas.

Otra de las fórmulas lingüísticas que se correlaciona con la concesión de voz en los medios es la utilización de estilos directo o indirecto para recoger las palabras de Manuela Carmena en los periódicos analizados. Aunque la diferencia entre ambos códigos es casi insignificante (306 citas en estilo directo, 317 en estilo indirecto), sí hallamos tendencias relevantes dentro de cada rotativo, de forma que *El Mundo* y *El País* serían los rotativos más inclinados a permitir que Carmena se exprese en estilo directo, sin intermediarios, y *ABC* y *La Razón*, los que menos.

Tabla 7. Porcentajes de uso del estilo directo o indirecto para transcribir las declaraciones de Carmena durante sus cien primeros días de mandato. Elaboración propia.

	Estilo directo	Estilo indirecto
ABC	48,45%	51,54%
El País	52%	48%
El Mundo	59,83%	40,16%
La Razón	38,21%	61,78%

En el caso de *La Razón*, el rotativo justifica en cierta forma este uso con sus quejas a que Carmena “no habla con los periodistas”, pero podemos considerar también que la cuantificación de citas puede haberse visto influida por el número de páginas y desbordado interés de *ABC* y *La Razón* sobre la figura de Carmena, en comparación con *El País* y *El Mundo*. Recordemos que la muestra total de textos durante el periodo analizado fue de 374 en el *ABC*, 173 en *El País*, 305 en *El Mundo* y 454 en *La Razón*.

La concesión de voz en los medios está relacionada con la agencia de las políticas y el uso del estilo indirecto, con el nivel de mediación aplicado en los verbos utilizados. De esa forma, hallamos que el porcentaje de illocutionary verbs empleados en cada rotativo es significativamente elevado, lo que nos lleva a concluir que los rotativos no solo escamotean la concesión de voz propia a Manuela Carmena, sino que, cuando parafrasean sus palabras, lo hacen interpretando sus intenciones y pensamientos. Estos refuerza el sexismo (Caldas-Coulthard 1995), la percepción del poder político como un rasgo masculino (Meldelberg y Karpowitz, 2016) y la debilidad como una característica femenina (Chrisholm-Burns, Spivey, Hagemann y Josephson, 2017), toda vez que mayoritariamente se transmiten sus declaraciones como si necesitara un traductor de sus intenciones, lo que fortalece los estereotipos de género por parte de los medios analizados y debilita la percepción de sus destrezas y habilidades por parte de la audiencia.

Desde el punto de vista semántico, la caracterización de Carmena a través del uso peyorativo de su edad o de construcciones explícitamente sexistas que la comparan con hombres, ha arrojado un triste perfil de los rotativos analizados. Incluso en *El País*, periódico

donde se han contabilizado menos citas sexistas, es preocupante que más de la mitad de dichas citas se hayan encontrado en textos informativos, lo que indicaría un deslizamiento de estereotipos sexistas en textos que no deben dejar espacio a la interpretación o subjetividad. El sexismo social o explícito, así, impregna todos los periódicos analizados, en mayor o menor medida, independientemente de si se trata de textos que reflejan la opinión de una persona o del medio o de piezas puramente informativas, en las que no debería haber rastro de este tipo de posicionamientos. En este sentido, constatamos una tendencia clara hacia la hibridación de géneros periodísticos en la prensa (Mayoral, 2013), que daría lugar a una multiplicación de piezas interpretativas, incluso en textos como las noticias, donde no deberían hallarse rasgos de subjetividad. Consideramos que esto supone una merma de la calidad de la prensa escrita y contribuye a la polarización de la opinión pública, que cada vez tiene mayores dificultades para distinguir entre los hechos y las opiniones.

Al contrario de lo que afirmábamos en el análisis del sexismo lingüístico o implícito, en el sexismo social o explícito sí existe una correspondencia entre los periódicos más conservadores⁴ y la proliferación de textos que contienen construcciones sexistas. Desde el punto de vista cuantitativo, observamos que *ABC* y *La Razón* doblan las citas halladas en *El País* y *El Mundo*. Desde el punto de vista cualitativo, algunos de los textos son muestras del machismo más enraizado y aberrante, donde se califica a Carmena de “mantenida”, “mujer de la limpieza democrática”, o “descuidada y altamente inapropiada en sus atuendos”, de “estilo equino”, por mencionar solo cuatro ejemplos (dos y dos) de *ABC* y *La Razón*.

Tabla 8. Distribución de citas sexistas, separada por géneros informativos, durante los primeros cien días de mandato de Manuela Carmena. Elaboración propia.

	Sexismo en textos informativos	Sexismo en textos de opinión	Total citas Sexismo
<i>ABC</i>	26 (36,11%)	46 (63,88%)	72
<i>El País</i>	14 (53,84%)	12 (46,15%)	26
<i>El Mundo</i>	5 (15,625%)	27 (84,375%)	32
<i>La Razón</i>	8 (10,95%)	65 (89,04%)	73
n =	53	150	203

A estas muestras de sexismo social, se le añade el estereotipo de género sobre la edad de Carmena, que, de forma cualitativa, la plantea como una mujer no apta, demasiado mayor, que no cumple los cánones de belleza establecidos... Todos los rotativos analizados mencionan su edad, aunque las citas peyorativas proliferan especialmente en *ABC*, donde un solo columnista, Ignacio Ruiz-Quintano, acapara 21 de las 27 citas peyorativas contabilizadas. La crítica a

Manuela Carmena, así, podríamos decir que en varias ocasiones pasa por filtros poco objetivos, centrados en estereotipos de género, que la caracterizan como “abuela”, en lugar de centrarse en sus acciones o decisiones políticas. Esto coincide con los hallazgos de otras investigaciones realizadas sobre mujeres políticas (//Anomizado//; Fernández, 2013; Fernández, 2008; Ross, 2000), por lo que concluimos que en las empresas informativas, en general, y en los periódicos

⁴ Para más información sobre la historia y el posicionamiento en el espectro ideológico de cada medio, se puede consultar Fuentes y Fernández Sebastián, 1998.

cos analizados, en particular, aún queda un amplio margen para mejorar en perspectiva de género de las informaciones.

Por último, la prolífica utilización de la ironía, incluso en los casos que recogen declaraciones de políticos de la oposición, indica la preeminencia del pensamiento patriarcal, en el que la creencia de la superioridad masculina abre la veda a la burla más indisimulada. No debería sorprendernos este resultado, teniendo en cuenta la tradición histórica de desprecio a las mujeres que han sobresalido en cualquier campo de conocimiento. Podemos recordar el ejemplo glosado por Virginia Wolf (2008, p.41): “Acercas de Mlle. Germaine Tailleferre, sólo se puede repetir la frase del Dr. Johnson acerca de las predicadoras, trasladándola a términos musicales. Señor, una mujer que compone es como un perro que anda sobre sus patas traseras. No lo hace bien, pero ya sorprende que pueda hacerlo en absoluto”.

No obstante, sí debería preocuparnos que aún hoy se acepte socialmente que la opinión que se vierta sobre una mujer que destaca, en este caso por su poder político, se reduzca a ridiculizarla y a poner en duda sus capacidades intelectuales y sus destrezas. Prueba de ello es que casi la mitad de las citas del código Ironía (134) coinciden con el código Liderazgo,

utilizado para indexar la caracterización de Manuela Carmena en este aspecto por parte de los medios de comunicación.

Por todo ello, concluimos que el estudio de la caracterización de Manuela Carmena durante sus primeros cien días de mandato al frente del Ayuntamiento de Madrid en los periódicos *ABC*, *El País*, *El Mundo* y *La Razón* ha ofrecido pruebas de sexismo lingüístico o implícito y social o explícito, lo que ha contribuido a reforzar los estereotipos de género en la sociedad española y a dificultar la asunción del poder como un rasgo también femenino. A la luz de estos datos parece evidente que los medios de comunicación deben formar a sus trabajadores y trabajadoras en perspectiva de género y reforzar sus mecanismos de revisión de contenidos para unificar la forma en la que se expresan (lenguaje inclusivo) y la manera en la que expresan los hechos, evitando, así, el sexismo lingüístico o implícito y el social o explícito.

En futuras investigaciones realizaremos también estudios comparativos de los discursos mediáticos sobre otras líderes políticas de la UE para reforzar los hallazgos de esta investigación y sugerir estrategias de mejora en las rutinas periodísticas que hayan demostrado su utilidad en otros países.

6. Referencias bibliográficas

- Asociación de Academias de la Lengua Española (Madrid). Comisión Permanente, Asociación de Academias de la Lengua Española, Real Academia Española (Madrid), & Real Academia Española (2005) *Diccionario Panhispánico de Dudas*. <https://bit.ly/3jWtKvg>
- Banus, L., & Garra, M.M. (2016). Recomendaciones para el uso del lenguaje inclusivo en el ámbito de la administración de justicia. *Cartapacio de Derecho* (30), 1-20.
- BBC News Mundo (2018, marzo 8). El acertijo que puede mostrarte algo de ti mismo que quizá no sabías. [Archivo de vídeo]. <https://bit.ly/325VWpp>
- Beard, M. (2018). *Mujeres y poder*. Crítica.
- Bengochea, M. (2003): La representación de la agencia femenina en las secciones políticas de cuatro diarios españoles. *Estudios de Sociolingüística: Lingüas, Sociedades e Culturas* 4 (2), 563-587.
- Bengochea, M. & Calero, M.L. (2003). *Sexismo y redacción periodística: guía de estilo*. Junta de Castilla y León.
- Bengochea, M. (2005). Necesidad de poseer cuerpo y nombre para acceder plenamente a la ciudadanía. In T. Freixes, & J. Sevillano (coords.). *Géneros, constitución y estatutos de autonomía*. Estudios goberna, 37-44.
- Bengochea, M. (2006). Lento deslizamiento del género gramatical femenino al centro del discurso. *Spanish in context* 3(1), 139-157. 10.1075/sic.3.1.09ben
- Bengochea, M. (2015). *Lengua y género*. Síntesis.
- Bosque, I. (2012) *Sexismo lingüístico y visibilidad de la mujer*. <https://bit.ly/2R3gusc>
- Caldas-Coulthard, C.R. (1987). Reported speech in written narrative texts: Discussing discourse. *Discourse Analysis Monograph 14, English Language Research*. University of Birmingham, 67-80.
- Caldas-Coulthard, C.R. (1995). Men in the news: the misrepresentation of women speaking in news-as-narrative-discourse. In S. Mills (ed.). *Language and Gender*. Longman House. 226-256.
- Carmena, M. (2014). *Por qué las cosas pueden ser diferentes. Reflexiones de una jueza*. Clave Intelectual.
- Chemers, M.M. (2001). Leadership effectiveness: An integrative review. In M.A. Hogg, & R.S. Tindale (eds.). *Blackwell handbook of social psychology: Group processes*. Blackwell, 376-399
- Chisholm-Burns, M.A., Spivey, C.H., Hagemann, T., & Josephson, M.A. (2017). Women in leadership and the bewildering glass ceiling. *Am J Health-syst Pharmacy*, 74(5), 312-324. D10.2146/ajhp160930
- Coates, J. (1995). Language, gender and career. In S. Mills (ed.). *Language and Gender*. Longman House, 13-30.
- Díaz, M.T. (2009). Androcentrismo social, discriminación lingüística y propuestas para un uso igualitario de la lengua. In C. Fuentes & E.R. Alcaide (coord.). *Manifestaciones textuales de la descortesía y agresividad verbal en diversos ámbitos comunicativos*. Universidad Internacional de Andalucía, 98-117.

- El País (2014) *El País Libro de Estilo*. Aguilar.
- Fernández-García, N. (2008). La construcción mediática del líder político desde una perspectiva de género: análisis del tratamiento mediático de Ségolène Royal en las columnas de opinión de *Le Figaro* y *Libération* durante las elecciones primarias del partido socialista francés. In R. Pérez-Amat, S. Núñez, & A. García Jiménez (coord.). *Comunicación, identidad y género*. Editorial Fragua, 481493
- Fernández-García, N. (2013). Mujeres políticas y medios de comunicación: representaciones en prensa escrita del gobierno catalán (2010). *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 19 (1), 365-381.
- Fuentes-Aragonés, J.F. & Fernández-Sebastián, J. (1998). *Historia del periodismo español: prensa, política y opinión pública en la España Contemporánea*. Síntesis.
- Gidegin, E. & Everitt, J. (2003). Talking tough: Gender and reported speech in campaigns news coverage. *Political Communication*, 20, 209-232. 10.1080/10584600390218869
- Grijelmo, A. (2007). *El estilo del periodista*. Taurus.
- Guerrero, S. (2019). Las demandas a la RAE sobre el sexismo en el diccionario: La repercusión en el discurso mediático. *Doxa Comunicación* 29, 43-60. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n29a2>
- Hellinger, M. (1989). Revising the patriarchal paradigm. Language change and feminist language politics". En Wodak, Ruth (ed.): *Language, power and ideology. Studies in political discourse*. John Benjamin Publishing Company, 273-289.
- Johnson, S. & Esslin, A. (2007). 'But her language skills shifted the family dynamics dramatically' Lenguaje, gender and the construction of publics in two British newspapers". *Gender and language* 1(2), 229-254.
- Lippmann, W. (2003). *La opinión pública*. in Actuales Langre. [Edición original de 1922, *Public Opinion*].
- Lledó, E. (2013). *Cambio lingüístico y prensa. Problemas, recursos y perspectivas*. Laertes.
- Matheson, D. (2005). *Media discourses. Analysing Media Texts*. McGrawHill Education.
- Mayoral, J. (2013) *Redacción periodística. Medios, géneros y formatos*. Síntesis.
- Meldelberg, T. & Karpowitz, C.F. (2016). Women's authority in political decision-making group. *Leadership Quarterly*, 27, 487-503. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2015.11.005>
- Mills, S. & Mullany, L. (2011). *Language, gender and feminism*. Routledge.
- Miret-Mestre, T. (2014). La denominación de las profesiones sanitarias en masculino y en femenino: ¿cuestión de género o de sexo?. *Pance@*, 15 (39), 103-108.
- Molero, F. (2009). *Mujer y liderazgo en el siglo XXI: Una aproximación psicosocial a los factores que dificultan el acceso de la mujer a los puestos de alta responsabilidad*. UNED.
- Plaza, J.F., & Delgado, C. (2007). *Género y comunicación*. Editorial fundamentos. Colección Ciencia.
- Real Academia Española (2019) *Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española*. <https://bit.ly/3i6BQkj>
- Realkiddys. (2017, febrero 23). *Inspirando al futuro sin estereotipos*. [Archivo de vídeo]. <https://bit.ly/2ZbUWoe>
- Ross, K. (2000). *Framed: Women, politics and news media in a general election climate*. Centre for Communication, Culture and Media.
- Schein, V.E., Mueller, R., Lituchy, T., & Liu, J. (1996). Think manager-think male: A global phenomenon?. *Journal of Organizational Behavior* 17, 33-41. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1099-1379\(199601\)17:1<33::AID-JOB778>3.0.CO;2-F](https://doi.org/10.1002/(SICI)1099-1379(199601)17:1<33::AID-JOB778>3.0.CO;2-F)
- Szczesny, S. (2003). A Closer Look Beneath the Surface: Various Facets of the Think- Manager - Think-Male Stereotype. *Sex Roles*, 49 (7), 353-363. <https://doi.org/10.1023/A:1025112204526>
- Siegal, A. M. & Connolly, W. G. (2015). *The New York Times. Manual of Style and usage*. Three rivers Press. [Edición original de 1999].
- Trinidad, A., Carrero, V. & Soriano, R.M. (2006). *Teoría fundamentada («Grounded theory»)*. Cuadernos metodológicos, 37. Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Ussía, A. 29 de agosto de 2015. Por esta veza. *La Razón*, p.80.
- Valle, N., Hiriart, B., & Amado, A.M. (1996). *El abc del periodismo no sexista*. Fempress. <https://bit.ly/327h2nb>
- Ventoso, L. 16 de junio de 2015. ¡Y era jueza! *ABC*, p.14
- Vigara, A.M. (2001) *Libro de estilo de ABC*. Ariel.
- Wolf, V. (2008) *Una habitación propia*. Seix Barral [Edición original de 1929].

Lara Carrascosa Puertas (Madrid, 1978) es Licenciada en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid y doctora en Ciencias de la Información por la Universidad de La Laguna, donde ejerce como profesora asociada. Cuenta con una experiencia profesional dilatada, tanto en prensa como (*El Día*, *Canarias7*, *El Mundo/La Gaceta de Canarias* y *El Mundo* edición Madrid) como en radio y televisión, y reconocida con varios premios nacionales y regionales. Sus líneas de investigación, centradas en el análisis de los mensajes informativos y la transparencia en las instituciones públicas, han generado varios artículos y una monografía. Asimismo, ha impartido diversos cursos y talleres de Extensión Universitaria dedicados a estos temas. En la actualidad, es miembro del Instituto Universitario de Estudios de las Mujeres (IUEM) está realizando su segundo doctorado en Estudios Interdisciplinarios de Género, en el que estudia la relación entre el liderazgo político y el género. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2413-2898>