

Imagen y presencia de la mujer política en medios digitales regionales

Image and presence of women politicians in regional digital media

Cristina Álvarez García

Universidad de Valladolid | Plaza de Santa Cruz, 8, 47002 Valladolid | España

 0009-0005-6314-0769 | cristina.algase@gmail.com

Resumen

Este artículo estudia el grado de representación que alcanza la mujer política de Castilla y León en tres diarios regionales digitales: *diariodeleon.es*, *eladelantado.com* y *elnortedecastilla.es* durante las campañas electorales de 2011 y 2015. El objeto de estudio es identificar tres puntos importantes: detectar la presencia de la mujer política en las instituciones de la comunidad de Castilla y León, estudiar la representación de mujeres y hombres políticos en los diarios regionales y, por último, comprobar el tratamiento y selección de la información que los periodistas redactan en sus diferentes textos e imágenes. Como metodología se han empleado dos técnicas de análisis –cualitativa y cuantitativa– que conforman la creación de una base de datos a modo de muestra para su posterior análisis. Se ha delimitado la investigación a las campañas electorales que tienen lugar del 6 al 21 de mayo de 2011 y del 8 al 23 de mayo 2015. Se han observado dos campañas electorales para comprobar si existe una evolución positiva en la representación política de la mujer de la campaña electoral más antigua a la más reciente en los diarios digitales de Castilla y León. Se concluye que los medios digitales analizados otorgan el mismo tratamiento informativo a las personalidades políticas independientemente de que pertenezcan al sexo masculino o femenino. Como conclusión general se demuestra que entre 2011 y 2015 existe una evolución positiva tanto en la participación de la mujer en las instituciones políticas como en la representación de la mujer política en los medios regionales digitales.

Palabras clave: mujer política, diarios digitales, instituciones regionales, campaña electoral, selección de la información.

Abstract

*This article studies the degree of representation achieved by women politicians of Castilla y León in three regional digital newspapers: *diariodeleon.es*, *eladelantado.com* and *elnortedecastilla.es* during the electoral campaigns of 2011 and 2015. The object of the study is to identify three important points: to detect the presence of women politicians in the institutions of the community of Castilla y León, to study the representation of women and men politicians in regional newspapers and, finally, to check the treatment and selection of the information that journalists write in their different texts and images. As a methodology, two analysis techniques –qualitative and quantitative– have been used to create a database as a sample for further analysis. The research was limited to the electoral campaigns that took place from May 6 to 21, 2011 and from May 8 to 23, 2015. Two electoral campaigns have been observed to check if there is a positive evolution in the political representation of women from the oldest to the most recent electoral campaign in the digital newspapers of Castilla y León. It is concluded that the digital media analyzed give the same informative treatment to political personalities regardless of whether they belong to the male or female sex. As a general conclusion, it is shown*

that between 2011 and 2015 there is a positive evolution both in the participation of women in political institutions and in the representation of female politicians in the regional digital media.

Keywords: *political women, digital newspapers, regional institutions, electoral campaign, information selection.*

1. Introducción: presencia de la mujer política y su representación en los medios de comunicación

En España, la variable de género continúa teniendo gran importancia para comprender el comportamiento diferencial de los ciudadanos respecto a la política, en aspectos como la cultura política, la participación electoral o la participación en organizaciones políticas. España se sitúa entre los países de Europa donde la diferencia entre mujeres y hombres es más importante. Sin embargo, en otros aspectos, como el de la participación en el poder político, España se sitúa en posiciones intermedias, por delante de países con democracias más antiguas y con mayor tradición de luchas feministas. (Escribano y Balibrea, 1999).

La participación femenina en política se ha incrementado pero continúa siendo desproporcionadamente baja (Astelarra, 1990).

Para acceder a los altos cargos políticos, las mujeres encuentran las mismas dificultades que en cualquier otra empresa para acceder a puestos directivos. A medida que se asciende en el escalafón jerárquico de las organizaciones, se encuentra menor número de mujeres. El techo de cristal aparece, como un obstáculo invisible, en la carrera profesional de las mujeres, que las impide avanzar. Se entiende por techo de cristal aquel conjunto de normas no escritas o cultura empresarial que dificulta a las mujeres acceder a los puestos de alta dirección. Su carácter de invisibilidad viene dado por el hecho de que no existen leyes, ni dispositivos sociales establecidos, ni códigos visibles que impongan a las mujeres semejante limitación, sino que está construido sobre la base de otros rasgos que son difíciles de detectar. Son muchos los obstáculos que se presentan en las carreras profesionales de las mujeres. Las estructuras jerárquicas de las empresas se rigen por reglas masculinas y el prototipo de empleado ideal sigue siendo un varón. La designación para ocupar puestos de alta dirección no se hace por méritos sino por elección, y tienen mucha influencia las redes sociales que los hombres tienen dentro de las empresas. Sigue siendo predominante el estereotipo que relaciona al hombre como directivo considerando que la mujer no puede serlo porque no tiene capacidad de mando y autoridad. Estos estereotipos proceden no sólo del ámbito empresarial, sino del entorno familiar y educativo (Cruzado, A., & Ortiz de Zarate, A. 2008).

Los medios de comunicación de masas (MCS) constituyen una premisa de análisis donde habitualmente se recurre para conocer los imaginarios colectivos que las audiencias pueden solicitar como respuesta a aquellos temas más recurrentes de la actualidad informativa del momento. Entre estos temas llama la atención el escogido en esta investigación donde su análisis pretende mostrar la escasa presencia que a lo largo de la historia ha ocupado la imagen y presencia de la mujer parlamentaria regional en los MC. Sin duda, esto se ha producido por el cambio experimentado por la sociedad de Castilla y León en la vida política desde la entrada de la democracia. La práctica comunicativa de los MCS ha alertado de este mayor protagonismo y presencia de la mujer castellanoleonés en la actividad política y por ello presta más atención a su presencia, su retórica

o su imagen. Es el discurso, el debate, la propia comunicación la que se torna en acontecimiento, y se convierte en tema de actualidad. Contrastar este discurso mediático que hacen referencia a esta figura constituye entonces un objetivo primordial y estratégico para que los MCS lleven a sus páginas principales noticias, entrevistas, editoriales, reportajes, columnas de opinión o fotografías referenciando el trabajo y presencia de la mujer en la política. Hoy más que nunca los espectadores conocen una multitud de hechos, acontecimientos y experiencias, participan en ellos y se sienten implicados, pero el hecho fundamental es que lo que han captado a través de los medios de comunicación de masas. ¿Pero cuál es el papel de los periodistas y los redactores en la representación que se torna en función de las políticas? Se ha demostrado repetidamente que el modo selectivo, en función de los esquemas de géneros, en que los periodistas y los redactores tratan a las mujeres políticas configura y refuerza los esquemas percibidos por los ciudadanos. Aparecen estudios que así lo reflejan. La realidad expuesta muestra una evidencia ya existente que, a tenor de los estudios realizados al respecto, en donde la igualdad, incluso en un ámbito donde se ha procurado que esto se produzca con la mayor agilidad posible, es una meta que todavía no se ha conseguido, lo que viene demostrado por la representación mediática de la mujer y por la propia percepción de la ciudadanía (Sánchez *et al*, 2013).

La comunicación política es un proceso interactivo que involucra la transmisión de información entre políticos, medios de comunicación y votantes (Norris, 2002). Por lo tanto, es importante analizar la relación que manifiestan los medios de comunicación con la mujer política y con los votantes en las campañas electorales de 2011 y 2015.

2. Hipótesis, objetivos y metodología

Nuestra hipótesis de partida tienen su origen en los estudios de Lemish y Drob (2002), para los cuales las mujeres parlamentarias son tratadas de diferente modo en relación a los hombres políticos, lo que se hace trivializando su figura mediante aspectos como su vida privada o su imagen; y en los de Palmer y Simon (2005), al resaltar la menor atención que se produce por parte de los medios de comunicación a las mujeres y advertir que los votantes perciben de modo diferenciado a los candidatos de uno y otro sexo, de lo que se deriva la aplicación de distintas estrategias a la luz de los estereotipos presentes en la cobertura de los medios y en la percepción de los votantes (Sánchez *et al.*, 2013).

En un proceso continuo de observación y análisis, se persiguen varios objetivos generales que marcan la centralidad del estudio. Este artículo tiene como objetivo prioritario analizar el grado de representación que alcanza la mujer en los tres diarios digitales seleccionados en la muestra: *diariodeleon.es*, *eladelantado.com* y *elnortedecastilla.es* durante las campañas electorales de 2011 y 2015 en la comunidad de Castilla y León. El objetivo de este estudio es, por tanto, doble: por un lado, determinar el grado de representación de las mujeres en las instituciones políticas de esta comunidad autónoma, y, por el otro, la representación que los medios analizados en la muestra de estudio –245 textos periodísticos– hacen de dichas mujeres políticas.

Se comparan las campañas electorales de 2011 y 2015 para ver la evolución que experimenta la representación de la mujer política en los tres medios digitales analizados y poner de manifiesto si esta evolución ha sido significativa.

La muestra seleccionada consta de 245 textos periodísticos que se han publicado en los tres diarios digitales *diariodeleon.es*, *eladelantado.com* y *elnortedecastilla.es* durante las campañas electorales de 2011 y 2015. Se ha realizado la búsqueda en la hemeroteca de cada diario digital filtrando por fechas: del 6 al 21 de mayo de 2011 y del 8 al 23 de mayo de 2015. Durante las fechas señaladas se han extraído las piezas que tenían como tema principal ambas campañas electorales en la región de Castilla y León. Se han observado dos campañas electorales para poner de manifiesto si existe una evolución positiva en la representación política de la mujer de la campaña electoral más antigua a la más reciente en los diarios digitales de Castilla y León.

Una vez definido el encuadre de la investigación se escoge el modelo o perspectiva, a través de la cual se pretende completar el camino de la verdad, entre las que destacan el método cualitativo y el cuantitativo. Dos métodos de análisis que tradicionalmente se define como dos “paradigmas” alejados que permiten acceder y realizar la investigación, así como interpretar sus resultados. Si el investigador cuantitativo puede asignar números a través de las técnicas de análisis de datos o de producción de información, el investigador cualitativo se mueve en el orden de los significados y sus reglas de significación: los códigos y los documentos (Canales Cerón, 2006, p.19).

Este trabajo elige en su técnica de análisis dos metodologías –cualitativa y cuantitativa– con el objeto de lograr los objetivos marcados y dar respuesta a las hipótesis planteadas. Con este enfoque, tanto cuantitativo como cualitativo, conforman la creación de una base de datos a modo de muestra para su posterior análisis. Este recurso consiste en una recogida de información, durante un periodo de tiempo limitado y con unos parámetros definidos.

3. Participación de la mujer en las instituciones políticas

Según Sodaro, la política es el proceso por el que las comunidades persiguen objetivos colectivos y abordan sus conflictos en el marco de una estructura de reglas, procedimientos e instituciones, con el objetivo de alcanzar soluciones y adoptar decisiones aplicables por la autoridad estatal al conjunto de la sociedad. Afirmar que la política es un proceso implica entenderla como una secuencia continua de acontecimientos interacciones entre varios actores, como los ciudadanos, las organizaciones y los gobiernos. Ante todo, la política se ocupa de cómo organizan las personas sus comunidades con el propósito de tratar colectivamente los problemas a los que se enfrentan. Una comunidad puede ser cualquier colectividad de individuos que interactúan, desde la aldea más pequeña hasta el mundo como un todo.

En general, los gobiernos democráticos logran reducir los antagonismos sociales ayudando a las partes enfrentadas a resolver sus diferencias y a cooperar sobre la base de la tolerancia y la no discriminación. Muchas democracias han tardado en realizar los ideales de la no discriminación democrática con respecto a varios grupos sociales, en especial las mujeres. En España, las mujeres obtuvieron el derecho al voto por primera vez, con el advenimiento de la segunda República en 1931, lo que suscitó una gran polémica incluso en el seno de la izquierda.

Como afirma, Sodaro (2006), la asignación a las personas de un determinado rol de género puede llevar a que las personas de algún sexo sufran discriminaciones. Este ha sido, y continúa siendo en

muchos países, el caso de las mujeres que, por su condición sexual, son apartadas de puestos de poder económico o político.

González Encinar (2002) asegura que hoy en día, los procesos de formación de la opinión pública, de los que los partidos son elementos indispensables, vienen terminados por el orden de la comunicación, y especialmente, por el régimen jurídico de los medios de comunicación social. Éstos son hoy el instrumento decisivo para la formación de la voluntad de la sociedad, de la opinión individual y pública. Los ciudadanos se informan y se forman a través de los medios de comunicación lo que ha supuesto una trascendencia revolucionaria del sistema de formación de la conciencia colectiva y, por ende, de la voluntad general o mayoritaria.

Las españolas con cartera ministerial no han superado la veintena en el siglo XX. No se ha producido un cambio palpable hasta el Gobierno paritario de José Luis Rodríguez Zapatero (De Diego, 2008). El 17 de abril de 2004 Rodríguez Zapatero hacía historia al presentar el primer Gobierno con un 50 % de mujeres de la historia de España, haciendo honor a una promesa electoral. Desde entonces, las siete remodelaciones de Gobierno no hicieron más que profundizar en esa misma paridad, con nueve hombres –incluido el presidente– y nueve mujeres, y además con una mujer como la número 2 de su ejecutivo, lo que le daba un carácter cualitativo al simple porcentaje cuantitativo del 50 %. (La Moncloa, s/f).

A partir del 20 de octubre de 2010, José Luis Rodríguez Zapatero emprenderá la recta final de su segundo mandato con la ruptura de ambas paridades: habrá más hombres que mujeres (nueve frente a siete) y colocará como portavoz a Alfredo Pérez Rubalcaba. Eso sí, el nuevo ejecutivo respetará la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, ya que tendrá un 60 % de hombres por un 40 % de mujeres, por lo que será técnicamente paritario.

En el 2024, como se refleja en la Tabla 1, el Gobierno de Pedro Sánchez se compone de diez mujeres y doce hombres. Este Gobierno está trabajando en lograr la igualdad efectiva y el porcentaje de mujeres, 45,45 % y el de hombres, 54,55 %, es similar.

Tabla 1

Gabinete de Gobierno desde del 29 de diciembre de 2023 hasta la actualidad

Cargo	Nombre y apellidos
Presidente del Gobierno	Pedro Sánchez Pérez-Castejón
Vicepresidenta primera y ministra de Hacienda	María Jesús Montero Cuadrado
Vicepresidenta segunda y ministra de Trabajo y Economía Social	Yolanda Díaz Pérez
Vicepresidenta tercera y ministra para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico	Teresa Ribera Rodríguez
Ministro de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación	José Manuel Albares
Ministro de la Presidencia, Justicia y Relaciones con las Cortes	Félix Bolaños
Ministra de Defensa	Margarita Robles
Ministro del Interior	Fernando Grande-Marlaska
Ministro de Transportes y Movilidad Sostenible,	Óscar Puente

Cargo	Nombre y apellidos
Ministra de Educación, Formación Profesional y Deportes; y portavoz del Gobierno	Pilar Alegría
Ministro de Industria y Turismo	Jordi Hereu
Ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación	Luis Planas
Ministro de Política Territorial y Memoria Democrática	Ángel Víctor Torres
Ministra de Vivienda y Agenda Urbana	Isabel Rodríguez
Ministro de Cultura	Ernest Urtasun
Ministro de Economía, Comercio y Empresa	Carlos Cuerpo Caballero
Ministra de Sanidad	Mónica García
Ministro de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030	Pablo Bustinduy
Ministra de Ciencia, Innovación y Universidades	Diana Morant
Ministra de Igualdad	Ana Redondo
Ministra de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones	Elma Saiz
Ministro para la Transformación Digital y de la Función Pública	José Luis Escrivá
Ministra de Juventud e Infancia	Sira Rego

Fuente. *Elaboración propia a partir de datos de La Moncloa, 2024.*

Lo que pone de manifiesto que la situación para las mujeres políticas en España es muy diferente. En relativamente poco tiempo se ha pasado de una situación en la que pervivían importantes discriminaciones por razón de sexo a desarrollar una legislación que no sólo establece formalmente la igualdad, sino que sanciona la discriminación. A la vez se han creado instituciones públicas en todos los ámbitos de la administración, estatal, regional y local, encargadas de desarrollar políticas de igualdad de oportunidades para las mujeres (La Moncloa, s/f).

4. Presencia de la mujer política en Castilla y León

Las instituciones básicas de la Comunidad de Castilla y León son: Las Cortes de Castilla y León, el Presidente de la Junta de Castilla y León y la Junta de Castilla y León.

En un recorrido por la composición de las Cortes de Castilla y León desde la I hasta la XI Legislatura se observa la evolución que existe en lo que a la presencia de mujeres políticas respecta. El objetivo es comprobar que la presencia de las mujeres políticas aumenta progresivamente gracias a las medidas que se están adoptando a nivel internacional, nacional y regional.

Como reflejan los datos estadísticos recogidos en la Tabla 2, en las Cortes de Castilla y León las mujeres han participado desde la primera legislatura. Hay que destacar que el número de procuradoras de la primera legislatura es muy reducido. De 84 procuradores que formaban el gobierno regional de 1983 a 1987, sólo tres de ellos eran mujeres lo que pone de manifiesto que en ese periodo no era habitual que las mujeres participasen en este tipo de actividades quedando reservada la toma de decisiones para la representación masculina. Es importante señalar que aunque, en esta primera legislatura, el número de mujeres es muy reducido, supone un cambio importante en la sociedad que, aunque sólo sean tres, hay mujeres que se han introducido en el mundo de la política, algo que en épocas anteriores

resultaba impensable. Es necesario señalar que el número de procuradoras en el Gobierno de nuestra comunidad se ha ido incrementando paulatinamente y en las Legislaturas IX (2015-2019) y X (2019-2022) se alcanza la paridad entre hombres y mujeres. En ambas legislaturas ya podemos hablar de un 50 % de participación de procuradoras en el hemicycle de Castilla y León. En 2023, disminuye el número de ellas y son treinta mujeres de un total de ochenta y uno, lo que supone un retroceso de un 37,04 % de participación femenina.

Tabla 2

Procuradores de las Cortes de Castilla y León en todas las legislaturas

LEGISLATURAS CORTES DE CASTILLA Y LEÓN											
PROCURADORES	I (1983-1987)	II (1987-1991)	III (1991-1995)	IV (1995-1999)	V (1999-2003)	VI (2003-2007)	VII (2007-2011)	VIII (2011-2015)	IX (2015-2019)	X (2019-2022)	XI (2022-)
MUJERES	3	4	12	19	29	34	37	30	42	40	30
HOMBRES	81	80	72	54	54	48	46	54	42	40	51
TOTAL	84	84	84	83	83	82	83	84	84	80	81

Fuente. Elaboración propia a partir de los datos de las Cortes de Castilla y León, 2024.

Si observamos la Figura 1, llegamos a la conclusión de que desde la primera legislatura hasta la actual, el número de procuradoras ha aumentado de forma considerable llegando casi a lograr la igualdad efectiva. Si en la primera legislatura (1983-1987) sólo el 3,7 % eran mujeres y hemos avanzado hasta conseguir que en 2022, ocupen el 37,04 % de los escaños, habiendo conseguido la igualdad real en la participación de las mujeres en las legislaturas IX y X.

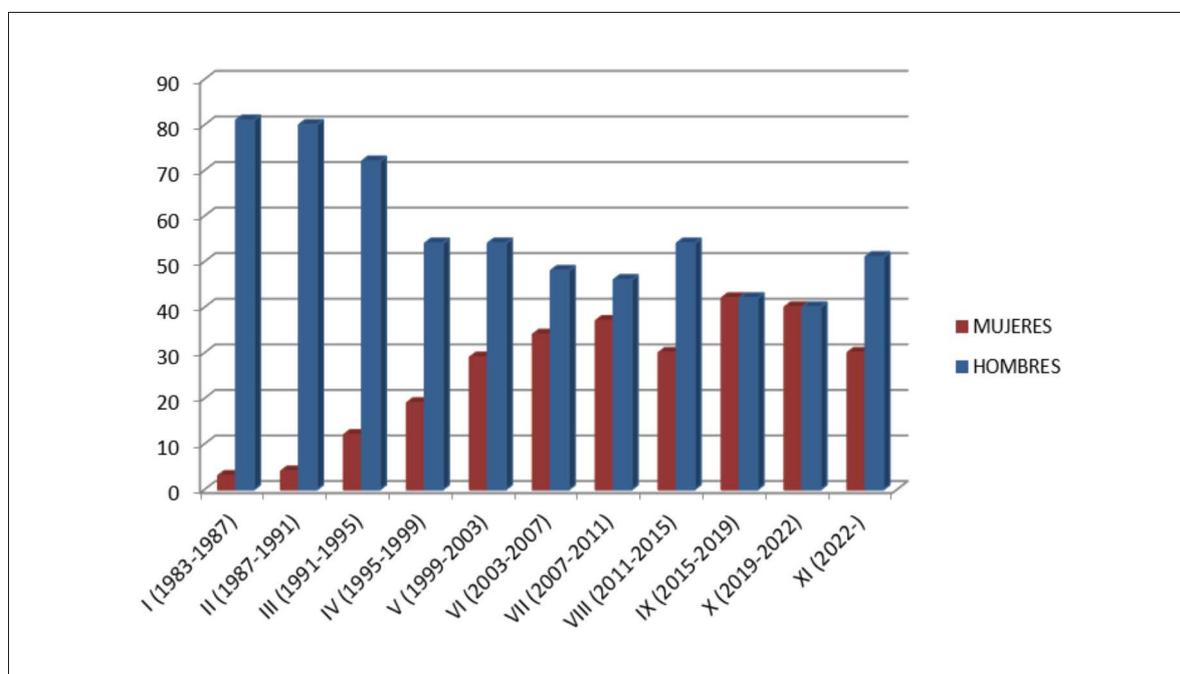
Este progreso ha tenido lugar de forma paulatina, ya que han hecho falta once legislaturas para conseguir que cada periodo fuese mayor el número de mujeres que se incorporasen a la toma de decisiones. Hay que ser conscientes de que esta evolución en parte se debe a la adopción de medidas para lograr esta igualdad efectiva que han ayudado a que se tenga en cuenta la importancia de que tanto hombres como mujeres puedan participar en igualdad de condiciones en la esfera pública en diferentes ámbitos de la sociedad. Una de las medidas que destaca es la Ley 1/2003, de 3 de marzo, de Igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres en Castilla y León que tiene como objeto “regular en el ámbito de la Comunidad de Castilla y León, el marco de actuación en orden a fomentar la igualdad de la mujer de conformidad con lo previsto en el artículo 32.1.19 del Estatuto de Autonomía de Castilla y León, mediante la adopción de medidas de acción positiva para la corrección de desigualdades por razón de género”. Esta ley no ha sido la solución definitiva para lograr la igualdad en Castilla y León pero es un instrumento importante para regular situaciones que anteriormente no estaban normalizadas.

En la Tabla 3 aunque el número de procuradoras de las Cortes de Castilla y León ha aumentado en cada legislatura, es importante poner de manifiesto que no todos los partidos políticos que participan en el gobierno regional han incorporado mujeres en sus escaños. Por ejemplo, si nos fijamos en el Grupo Mixto, uno de los partidos minoritarios, la presencia de mujeres en el parlamento regional es muy escasa, y en la legislatura actual es inexistente. En el caso del Grupo Mixto, sólo ha habido mujeres en

tres legislaturas, de 1995-1999, 1999-2003, y de 2019-2022. Y en el caso de Izquierda Unida, también Partido minoritario y actualmente desaparecido en el hemicycle de Castilla y León, sólo han contado con la presencia de una mujer en la legislatura de 1995-1999. Al hacer esta valoración hay que tener en cuenta que son dos partidos minoritarios y que cuentan con menor número de procuradores, por lo tanto es más difícil que consigan la igualdad de representación al mismo nivel que los partidos mayoritarios. Entre los partidos políticos mayoritarios también existen diferencias. El Partido Popular ha introducido mayor número de mujeres, 136 procuradoras, en el parlamento excepto en la primera legislatura todos sus procuradores eran hombres mientras que el PSOE, aunque en su primera legislatura introdujo tres mujeres como procuradoras, después ha tenido siempre menos mujeres que el Partido Popular en sus escaños, 117 procuradoras.

Figura 1

Evolución del número de procuradoras en las Cortes de Castilla y León



Fuente. Elaboración propia a partir de los datos de las Cortes de Castilla y León, 2024.

Entre los partidos mayoritarios existe diferencia entre el número total de procuradores y es comprensible que tenga menor número de mujeres, teniendo en cuenta que entre ambos partidos no existen apenas diferencias significativas en cuanto a números, ya que los porcentajes relativos de mujeres atendiendo al número de procuradores totales es muy similar.

La Tabla 3 refleja el gobierno regional de la legislatura actual, XI Legislatura, está formado por 81 procuradores, de los cuales el 62.96 % son hombres y el 37.04 % mujeres. Estos porcentajes cada vez son más equitativos, lo que quiere decir que cada vez estamos más cerca de conseguir la igualdad efectiva que ya se consiguió en las dos legislaturas anteriores. De hecho, si analizamos el número de procuradores de ambos sexos de los partidos mayoritarios, observamos que tanto Partido Popular como PSOE tienen un porcentaje de procuradores de cada sexo buscando la igualdad real. El PSOE

cuenta con un 46.43 % de mujeres y un 53,57 % de hombres y el PP tiene el 35,48 % de mujeres y un 64.52 % de hombres. Por lo tanto, el PSOE cumple la ley de paridad, ya que tiene al menos un 40 % de los dos sexos entre sus procuradores y el PP está a falta de un 4.52 % para conseguir el mismo porcentaje de hombres y mujeres. Sin embargo, la representación del Grupo Mixto está formada íntegramente por hombres, de los dos procuradores que ocupan escaños en el parlamento regional, ninguno de ellos es mujer. Hay que tener en cuenta que al ser un partido minoritario es más difícil lograr la igualdad. Aun así hay que concluir que es el único partido del gobierno regional que no cumple la paridad electoral establecida por la Ley orgánica 3/2007 de 22 de marzo para la igualdad efectiva de mujeres y hombres.

Tabla 3

Procuradoras de las Cortes de Castilla y León en cada legislatura según Partido Político

LEGISLATURAS	PSOE	PP	GRUPO DE CENTRO DEMOCRATICO SOCIAL	MIXTO	IU	PODEMOS	CIUDADANOS	VOX	UPL	NO ADSCRITO	TOTAL
1983-1987	3	0		0							3
1987-1991	1	3	0	0							4
1991-1995	6	6	0	0							12
1995-1999	8	8		2	1						19
1999-2003	13	15		1							29
2003-2007	14	20		0							34
2007-2011	16	21		0							37
2011-2015	12	18		0							30
2015-2019	14	21		0		6	1				42
2019-2022	17	13		2			7			1	40
2022-	13	11		0				4	2		30

Fuente. Elaboración propia a partir de los datos de las Cortes de Castilla y León, 2024.

Tabla 4

Procuradores de las Cortes de Castilla y León por provincias en la XI Legislatura

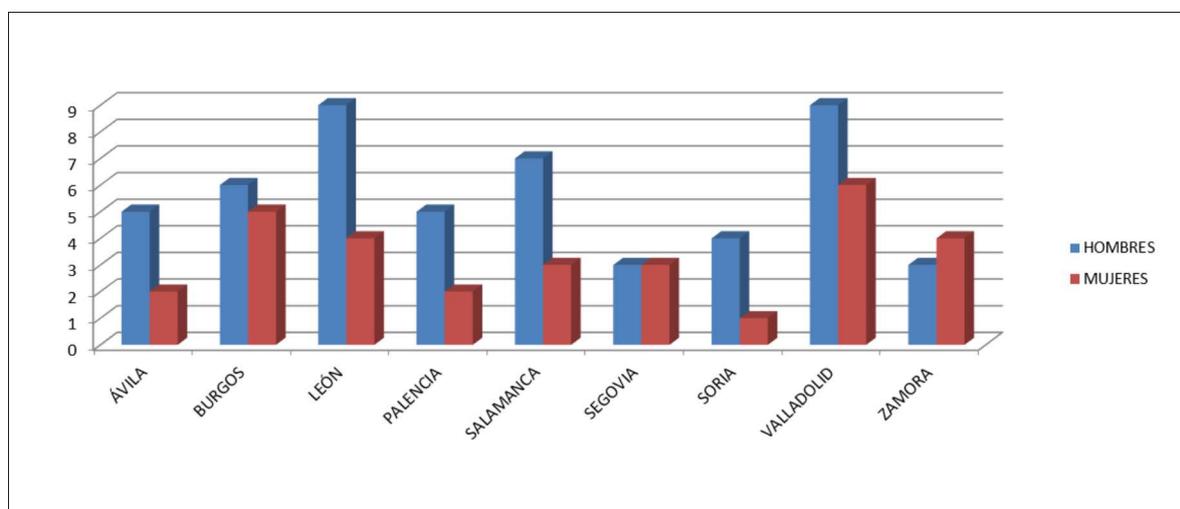
PROVINCIAS	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
ÁVILA	5	2	7
BURGOS	6	5	11
LEÓN	9	4	13
PALENCIA	5	2	7
SALAMANCA	7	3	10
SEGOVIA	3	3	6
SORIA	4	1	5
VALLADOLID	9	6	15
ZAMORA	3	4	7

Fuente. Elaboración propia, a partir de los datos de las Cortes de Castilla y León, 2024.

Una vez analizada la presencia de las mujeres en los diferentes partidos políticos de las Cortes, en la Tabla 4 se concluye realizando un seguimiento de la presencia de las mujeres en cada provincia de Castilla y León en las Cortes. Si se observa el gráfico, se observa que sólo Zamora tiene mayor número de mujeres que de hombres entre sus procuradores, alcanzando el 57 % de mujeres frente al 43 % de hombres. Entre las demás provincias, Segovia tiene el mismo número de hombres que de mujeres, y del resto de provincias todas están entre el 30 y 40 %. Por lo tanto, se concluye que en las provincias de Castilla y León se intenta que el número de mujeres que participan en el parlamento regional sea lo más equilibrado posible frente al de los hombres. Todavía no se ha logrado la igualdad efectiva a través de la cual se lograría alcanzar el 50 % de mujeres y el 50 % de hombres en las Cortes de todas las provincias españolas, existe un avance positivo ya que desde la primera legislatura hasta la actual se observa una notable evolución en ese sentido.

Figura 2

Evolución de los procuradores de las Cortes de Castilla y León en XI Legislatura



Fuente. Elaboración propia, a partir de los datos de las Cortes de Castilla y León, 2024.

Observando estas cifras se observa que en un futuro cercano, si la representación femenina sigue creciendo al mismo ritmo, en las próximas legislaturas se logrará que sea habitual la igualdad de representación de los dos sexos en las Cortes de Castilla y León.

Como se observa en la Tabla 5, las legislaturas anteriores muestran que ninguna mujer ha ocupado el puesto de presidenta, se sigue poniendo de manifiesto con esta realidad que los altos cargos siguen en manos de hombres y las mujeres no tienen acceso a ellos.

La Tabla 6 muestra la composición del gobierno autonómico en las diferentes legislaturas. Se comprueba la evolución que ha tenido la presencia de la mujer política con el paso de los años.

En la legislatura de 2007-2011, cuenta con cinco mujeres frente a diez hombres. Cabe destacar que en esta legislatura el cargo de vicepresidenta primera es una mujer, María Jesús Ruiz Ruiz. En la legislatura de 2011-2015, sigue siendo inferior el número de mujeres que el de hombres. En esta

ocasión, forman parte del Gobierno regional cuatro mujeres frente a seis hombres y este este caso se muestran los altos cargos ocupados por hombres. En la legislatura de 2015-2019, se reducen de forma significativa los puestos ocupados tanto por hombres como por mujeres. Cabe señalar que sólo aparece una mujer en los seis puestos que componen el gobierno.

Tabla 5

Presidentes de la Junta de Castilla y León

PRESIDENTES JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN		
	Nombre y apellidos	Año de investidura
1	Juan Manuel Reol Tejada	1978
2	José Manuel García-Verdugo Candón	1981
3	Demetrio Madrid López	1983
4	Jose Constantino Nalda García	1985
5	Jose María Aznar	1987
6	Jesúa María Posada Moreno	1989
7	Juan José Lucas Giménez	1991
8	Juan Vicente Herrera Campo	2001
9	Alfonso Fernández Mañueco	2019

Fuente. Elaboración propia, a partir de los datos de la Junta de Castilla y León, 2024.

En la legislatura actual, se observa que la totalidad de puestos visibles son doce entre Presidente, Vicepresidente y Consejeros, de los cuales 9 son hombres y 3 mujeres. Hay un 75 % de hombres frente a un 25 % de mujeres. Se sigue plasmando mayor el número de hombres que de mujeres que participan en la política de Castilla y León. Cabe destacar que en la Legislatura actual tanto el Presidente como el Vicepresidente son hombres.

Tabla 6

Composición de Gobierno de Legislaturas de la Junta de Castilla y León

LEGISLATURAS JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN					
CONSEJEROS/AS	2007-2011	2011-2015	2015-2019	2019-2022	2022-
MUJERES	5	4	1	4	3
HOMBRES	8	6	5	8	9
TOTAL	13	10	6	12	12
% MUJERES	38,46	40	16,67	33,33	25

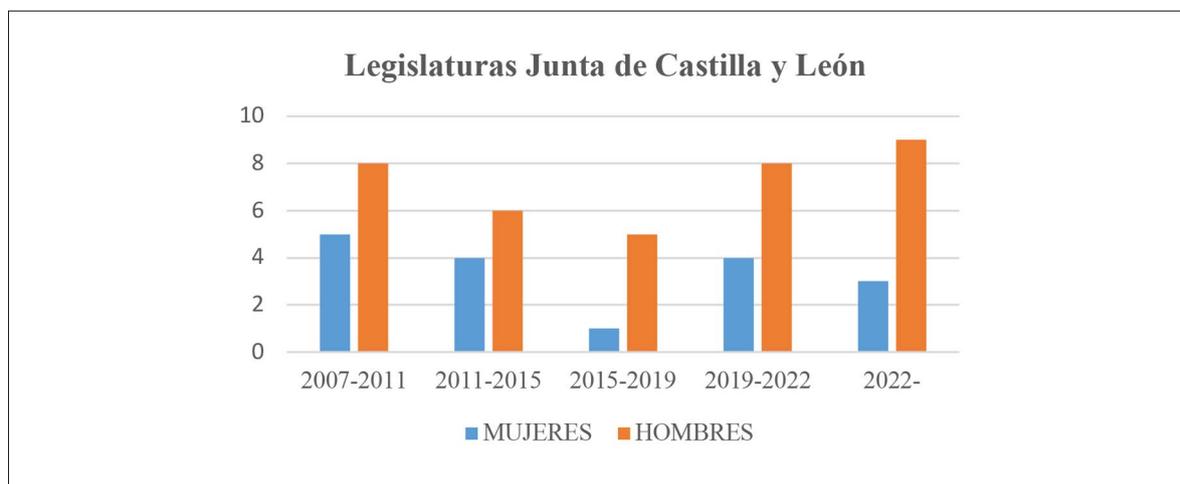
Fuente. Elaboración propia, a partir de los datos de la Junta de Castilla y León, 2024.

La Figura 3 recoge un gráfico que plasma de forma visual la evolución de la presencia de las mujeres en las legislaturas de la Junta de Castilla y León objeto de estudio. No se observa una evolución positiva con los años, ya que no es constante con el paso del tiempo. En las legislaturas de 2007-2011

y 2011-2015 el porcentaje de mujeres está próximo al 40 %. Sin embargo, en la Legislatura 2015-2019 este dato desciende a un 17 %. Por lo tanto, se refleja que las medidas para conseguir la igualdad efectiva en la Junta de Castilla y León no está obteniendo los resultados deseados.

Figura 3

Evolución de mujeres y hombres en las Legislaturas de la Junta de Castilla y León



Fuente. Elaboración propia, a partir de los datos de la Junta de Castilla y León, 2024.

Hoy en día resulta impensable que alguna institución pública no adopte líneas de argumentación que justifiquen la necesidad de trabajar desde la igualdad de oportunidades en los diferentes ámbitos. La igualdad de oportunidades se caracteriza por ser una cuestión de justicia social, pues las mujeres representan más de la mitad de la población mundial y son quienes, mayoritariamente, están siendo privadas de sus derechos. Es además, una contribución a la construcción de sociedades más justas y democráticas, que aún hoy, a pesar de los muchos avances que se han logrado, siguen manteniendo la infrarrepresentación de las mujeres en las estructuras sociales, económicas y políticas (Pérez *et al.*, 2017).

5. Representación de la mujer política en los medios regionales digitales de: diariodeleon.es, eladelantado.com y elnortedecastilla.es

Mediante las 245 piezas periodísticas que conforman la muestra se analiza el uso de diferentes aspectos estéticos, gráficos y de contenido que encontrarán la tendencia que han tenido los tres digitales en la representación de las políticas que han aparecido durante las dos campañas electorales estudiadas. Para ello se ha analizado la frecuencia de aparición de las publicaciones y días de la semana que más textos periodísticos muestran, la sección, el género periodístico, la autoría de la información publicada, los rasgos periodísticos que contenían la información, las imágenes o fotos utilizadas y su significado en cuanto a información contextual.

La Tabla 7 detalla la distribución de los 245 textos periodísticos recogidos y analizados. A la campaña electoral de 2011 pertenecen 115 piezas del total: 46 pertenecen al Diario de León, 28 a El Adelantado de

Segovia y 41 a El Norte de Castilla. A la campaña electoral de 2015 pertenecen 130 textos periodísticos del total: 33 pertenecen al Diario de León, 28 a El Adelantado de Segovia y 69 a El Norte de Castilla.

Tabla 7

Distribución de textos periodísticos de las campañas electorales de 2011 y 2015.

TEXTOS PERIODÍSTICOS OBJETO DE ANÁLISIS				
CAMPAÑAS ELECTORALES 2011 Y 2015	DIARIO DE LEÓN	EL ADELANTADO DE SEGOVIA	EL NORTE DE CASTILLA	TOTAL
CAMPAÑA ELECTORAL 2011	46	28	41	115
CAMPAÑA ELECTORAL 2015	33	28	69	130
TOTAL	79	56	110	245

Fuente. Elaboración propia.

En la campaña electoral de 2015 es mayor el número de textos periodísticos recogidos que en la campaña de 2011. El diario regional que más publicaciones realiza en el periodo analizado es El Norte de Castilla. Algo esperado al comienzo del análisis, ya que es un diario que publica información de las nueve provincias de Castilla y León mientras que Diario de León acota su información a la provincia de León y El Adelantado de Segovia a la provincia de Segovia.

En la Tabla 8 se observa que, dependiendo del diario digital, las publicaciones aumentan en unos días de la semana que son diferentes en las campañas electorales objeto de análisis. Si se presta atención al Diario de León, en 2011 publican más textos periodísticos los domingos y los lunes y en 2015 los martes y los viernes. En 2011, en El Adelantado de Segovia, destacan el martes y el miércoles, mientras que en 2015, el lunes y el domingo. En el caso de El Norte de Castilla, al igual que el Diario de León, en 2011, los días en los que más publicaciones aparecen son los domingos y los lunes y en 2015, los viernes y los martes.

Se confirma que en las campañas electorales del 2011 y 2015 el Diario de León publica de forma mayoritaria en la sección Nacional aunque sean informaciones locales y regionales. En el caso de El Adelantado de Segovia, la sección más utilizada es la denominada Local. Y El Norte de Castilla publica la mayor parte de sus informaciones en la sección denominada Especial Elecciones.

Se han clasificado en cuatro los 245 textos periodísticos que se han analizado diferenciando la tipología que predomina en la muestra recogida: noticias, entrevistas, artículos de opinión y se engloba en la categoría “otros” todos los textos que no corresponden a ninguna de las categoría anteriores: reportajes y crónicas. El género más utilizado en las informaciones vertidas en las campañas electorales analizadas corresponden a la noticia. Se observa, la diferencia en cuanto a la selección de los géneros es notable, ya que mayormente los medios han recogido las informaciones de las campañas electorales de 2011 y 2015 en noticias y seguidas de otros géneros como entrevistas y artículos de opinión. La entrevista es el género periodístico que más se utiliza en los textos analizados después de la noticia. En las dos campañas electorales se publica un número similar de entrevistas, 4.90 % y 5.31 %, respectivamente.

Tabla 8

Análisis de textos periodísticos de las campañas electorales de 2011 y 2015

CAMPAÑAS ELECTORALES 2011 Y 2015	CAMPAÑA ELECTORAL 2011	CAMPAÑA ELECTORAL 2015	TOTAL
DÍAS DE LA SEMANA			
LUNES	7,35%	7,35%	14,70%
MARTES	10,20%	10,20%	20,40%
MIÉRCOLES	6,94%	6,53%	13,47%
JUEVES	3,67%	5,31%	8,98%
VIERNES	7,35%	10,61%	17,96%
SÁBADO	5,31%	4,49%	9,80%
DOMINGO	6,12%	8,57%	14,69%
SECCIÓN			
PORTADA	0,00%	0,00%	0,00%
LOCAL	9,39%	9,80%	19,19%
REGIONAL	6,53%	3,67%	10,20%
NACIONAL	13,47%	11,84%	25,31%
ESPECIAL ELECCIONES	17,14%	27,34%	44,48%
OPINIÓN	0,41%	0,41%	0,82%
GÉNERO PERIODÍSTICO			
NOTICIA	33,47%	46,92%	80,39%
ENTREVISTA	4,90%	5,31%	10,21%
ARTÍCULO DE OPINIÓN	3,27%	0,41%	3,68%
OTROS	5,31%	0,41%	5,72%
AUTORÍA			
HOMBRE	15,51%	11,02%	26,53%
MUJER	11,84%	6,53%	18,37%
AGENCIA	14,29%	32,23%	46,52%
ANÓNIMO	5,31%	3,27%	8,58%
TITULAR			
OBJETIVO	12,65%	17,14%	29,79%
SUBJETIVO	34,29%	35,92%	70,21%
SUBTÍTULO			
OBJETIVO	8,16%	13,88%	22,04%
SUBJETIVO	19,59%	27,35%	46,94%
INEXISTENTE	19,18%	11,84%	31,02%
FUENTES			
PERSONAS	14,29%	12,65%	26,94%
INSTITUCIONES/AGENCIAS	13,88%	19,59%	33,47%
DOCUMENTOS	0,82%	1,63%	2,45%
INEXISTENTE	17,95%	19,19%	37,14%

TEMA			
POSITIVO	27,35%	38,37%	65,72%
NEGATIVO	12,65%	8,98%	21,63%
NEUTRO	6,94%	5,71%	12,65%
PROTAGONISTA			
HOMBRE	34,83%	41,20%	76,03%
MUJER	12,36%	11,61%	23,97%
INSTITUCIÓN	0,00%	0,00%	0,00%

Fuente. Elaboración propia.

En las dos campañas electorales la autoría femenina es menor que la masculina y de agencia, en un 18,37 % del total. En 2011 predominan los autores masculinos en un 15,51 % y en 2015 la información procedente de las agencias de información, en un 32,23 %, son las más habituales.

Tanto en la campaña electoral de 2011 como en la de 2015 prevalecen los titulares con enfoque subjetivo, en un 70,21 %, del total de textos periodísticos analizados.

El 46,94 % de los subtítulos que se publican en Diario de León, El Adelantado de Segovia y El Norte de Castilla en las campañas electorales de 2011 y 2015 muestran un enfoque subjetivo y un 31,02 % de los textos periodísticos examinados carecen de subtítulo.

En la campaña de 2011 predominan en un 14,29 % las fuentes de información que provienen de personas entrevistadas en las informaciones y en un 13,88 % la información proviene de instituciones o agencias. Mientras que en la campaña de 2015, un 19,59 % de las fuentes utilizadas proceden de instituciones y agencias de noticias mientras que un 19,19 % de los textos periodísticos publicados no muestran la fuente utilizada mientras que un 12,65 % de las informaciones son obtenidas a través de entrevistas. Sin embargo se aprecia que en las dos campañas electorales utilizan de forma minoritaria las fuentes documentales procedentes de documentos varios, un 0,82 % y un 1,63 %, respectivamente.

Tanto la campaña electoral de 2011 como la campaña de 2015 muestran mayoritariamente un enfoque positivo, un 27,35 % y un 38,37 %, respectivamente, en los textos periodísticos que publican. Los protagonistas de las informaciones tratan de ser protagonistas de informaciones positivas evitando las connotaciones negativas y neutras.

Los personajes masculinos son protagonistas de los partidos políticos en mayor proporción que los femeninos, un 76,03 % frente a un 23,97 % del total de textos periodísticos comparados. En las campañas electorales de 2011 y 2015 existe una diferencia palpable entre el sexo de personajes políticos protagonistas de las informaciones. En el 2011, el 34,83 % son hombres y el 12,36 % son mujeres. Y en el 2015, el 41,20 % son hombres y el 11,61 % son mujeres. El candidato político hombre que encabeza las listas electorales de la región de Castilla y León supera el número de candidatas políticas. Este es un motivo por el que aparecen en mayor medida los hombres que las mujeres en los medios de comunicación.

Tabla 9

Análisis de las imágenes publicadas en los textos periodísticos de las campañas electorales de 2011 y 2015

	Diario de León, El Adelantado de Segovia y El Norte de Castilla	CAMPAÑAS ELECTORALES 2011 Y 2015
AUTOR	Hombre	39,8%
	Mujer	9,3%
	Agencia	18,1%
	Diario Digital	14,9%
	Anónimo	16,1%
	Partido Político	1,2%
	Institución	0,6%
PROTAGONISTA	Hombre	53,7%
	Mujer	12,3%
	Institución	0%
	Inexistente	34%
PARTIDO POLÍTICO	Ninguno	35,8%
	PP	29%
	PSOE	17,9%
	Podemos	3,1%
	Ciudadanos	4,9%
	Izquierda Unida	4,9%
	UPL	3,8%
	UPyD	0,6%
CANDIDATURA DEL PROTAGONISTA	Junta de Castilla León	35,2%
	Cortes de Castilla y León	24,1%
	Gobierno de España	0,6%
	Ninguno	35,2%
	Otros	4,9%
ÁNGULO	Normal	89,4%
	Picado	3,1%
	Contrapicado	7,5%
	Cenital	0%
	Nadir	0%
ENCUADRE	Horizontal	47,2%
	Vertical	1,9%
	Entero	1,2%
	Americano tres cuartos	5%
	Plano medio	27,3%
	Plano medio corto	1,2%
	Primer plano	11,2%
	Primerísimo primer plano	5%
	Plano detalle	0%
CONNOTACIÓN	Positiva	44,8%
	Negativa	4,3%
	Neutra	50,9%

Fuente. Elaboración propia.

Respecto a las imágenes analizadas ocurre lo mismo que con los textos periodísticos publicados: tienen mayor protagonismo los hombres políticos.

En las campañas electorales de 2011 y 2015 predominan las fotografías en las que aparece el protagonista o protagonistas del texto informativo. Lo que pone de manifiesto la importancia de mostrar su imagen acompañando las informaciones. En este caso, el 53,7 % de los protagonistas son hombres y el 12,3 % son mujeres. Se vuelve a dar más importancia al sexo masculino frente al femenino. Este hecho corrobora que los autores de las fotografías otorgan mayor importancia a los personajes políticos masculinos frente a los femeninos. Esto sucede porque los altos cargos en la política de Castilla y León siguen ocupados en mayor número por hombres y los medios de comunicación muestran en sus informaciones a los personajes políticos candidatos a puestos políticos relevantes.

El mayor número de fotografías corresponden al tamaño mediano. Los diarios analizados sólo recurren a imágenes grandes cuando quieren resaltar la imagen por encima del texto que la acompaña y publican imágenes pequeñas cuando es necesario que la imagen acompañe a la pieza pero en este caso la mayor importancia la asume el texto periodístico.

El mayor número de los autores de las fotografías son hombres, igual que ocurre con los textos periodísticos. El 39,8 % son hombres y el 9,3 % son mujeres, una diferencia significativa que hace reflexionar si las mujeres encuentran más dificultades para acceder a la profesión de fotoperiodista.

El Partido Popular es el partido político más representado en las fotografías y la institución más representada es la Junta de Castilla y León.

Los fotógrafos utilizan mayoritariamente el ángulo normal, el encuadre horizontal y muestra una connotación positiva.

Los fotógrafos utilizan mayoritariamente el ángulo normal en un 89,4 %, el encuadre horizontal, en un 47,2 % y muestra una connotación neutra, en un 50,9 %. Lo que se pretende, en este caso, es utilizar las herramientas periodísticas y los enfoques más objetivos posibles.

6. Conclusiones

A modo de resumen es posible establecer unas conclusiones que señalan la representación, evolución y percepción de la mujer política en las instituciones y en los diarios regionales digitales.

La primera cuestión importante que se pone de manifiesto en los medios digitales analizados, Diario de León, El Adelantado de Segovia y El Norte de Castilla, es que otorgan el mismo tratamiento informativo a las personalidades políticas independientemente de que pertenezcan al sexo masculino o femenino.

En España, en 2004 el Gobierno de José Luis Rodríguez Zapatero se compone del 50 % hombres y el 50 % de mujeres políticas. Es el primer Gobierno español que consigue la igualdad real efectiva. Actualmente, el Gobierno de Pedro Sánchez goza de un 45,45 % de mujeres y un 54,55 % de hombres.

En las Cortes de Castilla y León, desde la primera legislatura (1983-1987) han participado las mujeres políticas, es decir, de 84 procuradores que componían el Gobierno, tres de ellos eran mujeres. En las legislaturas IX (2015-2019) y X (2019-2022) el Gobierno está compuesto por el mismo número de hombres que de mujeres.

En la historia de la Junta de Castilla y León, el cargo de presidente siempre ha estado ocupado por hombres políticos. Las mujeres no han ocupado el cargo más alto de esta Institución en ninguna Legislatura. Pese a esto, en las legislaturas de 2007-2011 y 2011-2015 el 40 % de los consejeros son mujeres políticas. El resto de legislaturas no siguen una evolución positiva.

Respecto a los medios de comunicación, se puede afirmar que los días de la semana que publican con más frecuencia textos periodísticos incluidos en la muestra analizada, son los martes, un 20,40 % y los viernes, un 17,96 %.

El género periodístico más utilizado en los 245 textos analizados es la noticia en un 80,39 % seguido por la entrevista en un 10,21 % en campañas electorales de 2011 y 2015.

Se sigue priorizando la presencia de hombres frente a mujeres ya que si observamos las 166 fotografías analizadas el número de autores masculinos es mayor que el femenino, 39,8 % y 9,3 % respectivamente y lo mismo ocurre si observamos el sexo de los protagonistas de las imágenes, prevalecen los hombres, un 53,7 % frente a un 12,3 % de mujeres.

Con todos estos datos, podemos afirmar que la presencia de las mujeres políticas en los medios de comunicación está relacionada con la mayoritaria presencia mediática de los dos principales partidos políticos a nivel nacional y regional, PSOE y PP, frente a los datos relacionados con los partidos minoritarios.

Con estos datos, se refleja que la mujer política apenas tiene representación mediática, en respuesta a su menor protagonismo político, y las mujeres que aparecen lo hacen en relación a su cargo, a los temas que las ocupan y al partido que representan.

Semblanza de la autora

Cristina Álvarez García es doctoranda por la Universidad de Valladolid. Actualmente está trabajando en la finalización de su tesis doctoral. Sus líneas de investigación se centran principalmente en el estudio de la representación de la mujer política y de la violencia de género en los medios de comunicación digitales en España.

Referencias

Astelarra, J. (1990). *Participación política de las mujeres*. CIS.

Cabrera, A., Sánchez Calero, M^a L., Vinuesa Tejero, M^a L., & Abejón Mendoza, P. (2013). De la representación residual de las mujeres en el parlamento portugués al debate parlamentario de la Ley de Paridad (2001): representación mediática de las diputadas en el debate parlamentario. *Revista CIC Cuadernos de Información y Comunicación*, (18), 205-221. https://doi.org/10.5209/REV_CIYC.2013.V18.41818

- Cruzado, A., & Ortiz de Zarate, A. (2008). *Feminismos e interculturalidad*. ArCiBel Editores.
- De Diego González, Á. (2008). *Las mujeres de la Transición*. Cortes Generales.
- Escribano, J. J. G., & Balibrea, L. F. (1999). Mujeres, hombres y participación política. *Reis: Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, (86), 307–329. <https://doi.org/10.2307/40184154>
- García, A., Gómez– Escalonilla, G., Torregrosa, JF., Rodríguez, R., & Santín, M. (2006). *Una aproximación a la representación y percepción de la mujer política* [ponencia], IX Congreso Internacional Ibercom. Universidad de Sevilla.
- González Encinar, J.J. (2002). Derechos y medios de comunicación. Hacia un cambio de paradigma. En M. Aragón Reyes, J. Jiménez Campo, J. J. Solozábal Echavarría y F. Murillo Ferrol. *La democracia constitucional. Estudios en homenaje al profesor Francisco Rubio Llorente* (pp. 593–606). Congreso de los Diputados.
- La Moncloa, (s/f). <https://www.lamoncloa.gob.es>
- Lemish, D., & Drob, G. (2002). *All the time his wife: portrayals of first ladies in the Israeli press*. *Parliamentary Affairs*, (55), 129–142. <https://doi.org/10.1093/parlij/55.1.129>
- Norris, P. (2002). Campaign communications. En L. Lawrance, R. G. Niemi & P. Norris, eds. *Comparing Democracies 2. New Challenges in the Study of Elections and Voting* (pp. 127–147). Sage.
- Palmer, B., & Simon, D. M. (2005). When Women Run Against Women: The Hidden Influence of Female Incumbents in Elections to the U.S. House of Representatives, 1956–2002. *Politics & Gender*, 1(01). <https://doi.org/10.1017/S1743923X05050026>
- Venegas, M. (2017). Coeducar las Relaciones Afectivosexuales para Promover la Igualdad Sexual y de Género y la Justicia Social. *Revista Internacional de Educación para la Justicia Social (RIEJS)*, 6(2), 13–28. <https://doi.org/10.15366/riejs2017.6.2.001>
- Sánchez, ML, Vinuesa, ML, & Abejón, P. (2013). Las mujeres políticas en España y su proyección en los medios de comunicación. *Razón y Palabra*, (83). http://www.razonypalabra.org.mx/N/N82/V82/01_SanchezVinuesaAbejon_V82.pdf
- Sodaro, M. J. (2010). *Política y ciencia política. Una introducción*. McGraw-Hill Interamericana.
- Vinuesa, M^a. L., Abejón, P., & Sánchez, M^a L. (2011). Mujeres y política: un binomio con baja representación. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, (20), 127–145. <http://dx.doi.org/10.12795/Ambitos.2011.120.07>