



Universitat
Oberta
de Catalunya

TRABAJO FINAL DE MÁSTER

Discriminación de las mujeres en los espacios de
opinión. Un estudio de *La Voz de Galicia*

Alumna: Ainara Corredoira Rebolo

Tutora: Olivia Carballar Durán

Curso académico: 2022/ 2023

Máster en Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas | Universitat
Oberta de Catalunya

Lugo, 2023

Discriminación de las mujeres en los espacios de
opinión. Un estudio de *La Voz de Galicia*

Discrimination against women in opinion spaces. A
study on *La Voz de Galicia*

Resumen

La igualdad de género y la representación equitativa de las mujeres en todos los ámbitos de la sociedad son temas de vital importancia y continua lucha. Los espacios de opinión desempeñan un papel crucial en la formación de discursos públicos y en la configuración de la opinión de la sociedad. Sin embargo, existe una persistente desigualdad entre sexos en estos espacios, donde las voces femeninas siguen siendo subrepresentadas y discriminadas. El objetivo de este estudio es dar cuenta de la desigualdad de género en la *web* del prestigioso periódico *La Voz de Galicia*, específicamente en sus espacios de opinión. A través de un enfoque multidisciplinario, del análisis en profundidad de las columnas y artículos de opinión publicados en el portal digital del diario gallego a lo largo del año 2022 y de los testimonios de diversas profesionales que trabajan en dicho ámbito se investigará la presencia, la visibilidad y la calidad de las voces femeninas en estos espacios, con el objetivo de arrojar luz sobre esta problemática y contribuir a la promoción de una sociedad más inclusiva y equitativa. De acuerdo con lo observado, la estrategia seguida revela patrones de desigualdad en cuanto a la cantidad y calidad de las voces femeninas representadas en dicha sección. Sin embargo, se ha observado una mayor diversidad de temas abordados por las autoras, lo cual indica una cierta ampliación en la representación de las voces femeninas en diferentes áreas de debate y discusión.

Palabras clave: *La Voz de Galicia*, periodismo, medios de comunicación, opinión, desigualdad de género.

Abstract

Gender equality and equal representation of women in all areas of society are issues of vital importance and continuous struggle. Spaces of opinion play a crucial role in shaping public discourse and shaping society's opinion. However, there is persistent inequality between the sexes in these spaces, where female voices continue to be underrepresented and discriminated against. The objective of this study is to account for gender inequality on the website of the prestigious newspaper *La Voz de Galicia*, specifically in its opinion spaces. Through a multidisciplinary approach, the in-depth analysis of the columns and opinion articles published in the Galician newspaper throughout 2022 and the testimonies of various professionals working in this field; the presence, visibility, and quality of female voices in these spaces will be investigated with the aim of shedding light on this problem and contributing to the promotion of a more inclusive and equitable society. According to what has been observed, the strategy followed reveals patterns of inequality in terms of the quantity and quality of the female voices represented in that section. However, there has been a greater diversity of topics addressed by the authors, which indicates a certain broadening in the representation of female voices in different areas of debate and discussion.

Keywords: *La Voz de Galicia*, journalism, media, opinion, gender inequality.

Índice

1. INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN	12
2. MARCO TEÓRICO	17
2.1. Concepto de discriminación de género	17
2.1.1. Formas de discriminación de género	18
2.1.2. Reivindicaciones feministas	19
2.1.3. Feminismo en España y en la comunidad gallega	21
2.2. Discriminación de la mujer en la prensa	22
2.2.1. La voz de la mujer en los espacios de opinión	23
2.2.1.1. Presencia y representación de las mujeres en los espacios de opinión	24
2.2.1.2. Contribución de la mujer al pluralismo informativo y a la diversidad de voces en la sociedad	25
2.2.2. Discriminación de la mujer en los espacios de opinión	26
2.2.3. La mujer en <i>La Voz de Galicia</i>	26
2.2.3.1. Las periodistas en <i>La Voz de Galicia</i>	27
2.3. El papel de los medios de comunicación en la construcción social de la realidad	28
2.3.1. Influencia de los medios de comunicación en la conformación de estereotipos de género y su impacto en la sociedad	29
2.4. La perspectiva de género en el periodismo	30
2.4.1. Inclusión de la perspectiva feminista en la formación de periodistas y en la práctica profesional	32
2.5. Buenas prácticas en la inclusión de la perspectiva de género en el periodismo	33

2.5.1. Sensibilización y formación en género en el ámbito periodístico	34
2.5.2. Políticas y medidas que se están implementando para combatir la discriminación de género en los medios de comunicación	35
3. OBJETIVOS E HIPÓTESIS	37
4. METODOLOGÍA	40
4.1. Análisis de contenido	40
4.1.1. Descripción de la ficha de análisis	42
4.2. Estudio de caso	45
4.3. Entrevista	46
4.3.1. Entrevista como técnica metodológica	46
4.3.2. Realización de las entrevistas	47
4.3.2.1. Diseño del cuestionario y estructuración de las entrevistas	47
4.3.3. Panel de entrevistadas	49
5. RESULTADOS	51
5.1. Análisis de la estrategia digital de <i>La Voz de Galicia</i>	51
5.2. Análisis de la estrategia de contenidos de opinión de <i>La Voz de Galicia</i>	52
5.2.1. Análisis de la estrategia de contenidos de opinión en el portal digital de <i>La Voz de Galicia</i>	53
5.3. Análisis de la libertad de expresión de las periodistas en los medios de comunicación gallegos	55
5.3.1. Análisis de la discriminación de la mujer en la sección de opinión en los medios de comunicación gallegos	56

5.3.2. Análisis de las políticas de igualdad e inclusión de la mujer en la sección de opinión de los medios de comunicación gallegos	57
5.3.3. Análisis de las políticas de igualdad e inclusión de la mujer en los contenidos de opinión del portal digital de <i>La Voz de Galicia</i>	59
5.4. Representación de las mujeres como autoras de opinión en el portal digital de <i>La Voz de Galicia</i>	60
5.4.1. Columnas	60
5.4.2. Artículos	63
5.5. Predominancia de temáticas abordadas por ambos géneros en la sección de opinión de <i>La Voz de Galicia</i>	65
5.5.1. Columnas	65
5.5.2. Artículos	70
5.5.2.1. Participación de mujeres expertas en artículos de opinión	75
6. CONCLUSIONES	78
7. BIBLIOGRAFÍA	82
8. ANEXOS	89
8.1. Acceso a los datos de la ficha de análisis	89
8.2. Entrevista a Alba Taladrid Díez	89
8.3. Entrevista a Lucía Rodríguez Peña	94

Índice de tablas

Tabla 1.	Ficha de análisis aplicada a cada una de las piezas de opinión publicadas en el portal <i>web</i> de <i>La Voz de Galicia</i> durante el año 2022	43
Tabla 2.	Panel de expertas	49
Tabla 3.	Columnistas fijos en el portal <i>web</i> de <i>La Voz de Galicia</i> en el año 2022	60
Tabla 4.	Expertas que han firmado al menos un artículo de opinión publicado en el portal digital de <i>La Voz de Galicia</i> en el año 2022	76

Índice de gráficas

Gráfica 1.	Balance de género en columnas. Firmas masculinas y femeninas por mes (2022)	62
Gráfica 2.	Columnas de opinión distribuidas por género en el año 2022	63
Gráfica 3.	Balance de género en artículos. Firmas masculinas y femeninas por mes (2022)	64
Gráfica 4.	Artículos de opinión distribuidos por género en el año 2022	65
Gráfica 5.	Temáticas predominantes en las columnas de opinión firmadas por hombres (2022)	67
Gráfica 6.	Temáticas predominantes en las columnas de opinión firmadas por mujeres (2022)	69
Gráfica 7.	Temáticas predominantes en los artículos de opinión firmados por hombres (2022)	72
Gráfica 8.	Temáticas predominantes en los artículos de opinión firmadas por mujeres (2022)	74

Índice de imágenes

Imagen 1.	Vista general de la sección de opinión en el portal <i>web</i> de <i>La Voz de Galicia</i>	54
Imagen 2.	Columna de temática “Política” firmada por el periodista Fernando Ónega	66
Imagen 3.	Columna de temática “Política” firmada por la ingeniera María Canosa	68
Imagen 4.	Artículo de opinión de temática “España” firmado por Carlos Tomé, abogado de Caruncho, Tomé & Judel	71
Imagen 5.	Artículo de opinión de temática “Salud” firmado por Perla Aldama, ginecóloga y experta en reproducción asistida de Clínicas Eva	73

1. Introducción y justificación

1.1. Objeto de estudio

El objeto de estudio del presente Trabajo Final de Máster es la discriminación de las mujeres en los espacios de opinión del [portal digital del diario *La Voz de Galicia*](#) en el año 2022. A través del análisis de este medio de comunicación, se busca comprender las posibles desigualdades de género en el acceso y ejercicio de la libertad de expresión. Esta es un derecho fundamental que garantiza la diversidad de voces y opiniones en la sociedad. Sin embargo, es importante examinar si este derecho se ejerce de manera equitativa y justa para todas las personas, independientemente de su género, considerando los posibles obstáculos, desafíos y formas de discriminación que puedan enfrentar al expresarse en un medio de comunicación determinado.

A lo largo de las últimas décadas, se ha observado una evolución significativa en la libertad de expresión de las mujeres en los medios de comunicación. En el pasado, las mujeres enfrentaban numerosos obstáculos para hacer oír sus voces en el espacio público mediático. Eran subrepresentadas en los roles de liderazgo y tenían dificultades para acceder a plataformas de opinión y participación. Además, sus opiniones y perspectivas a menudo eran minimizadas, estereotipadas o ignoradas. Sin embargo, gracias a los movimientos feministas y al creciente reconocimiento de la importancia de la diversidad de voces, ha habido avances significativos en este ámbito.

En la actualidad, se ha producido un cambio notable en muchos medios de comunicación, con un aumento en la presencia y participación de las mujeres en diferentes roles y secciones. Cada vez más mujeres ocupan cargos de liderazgo en los medios, lo que ha generado un impacto positivo en la diversidad y la representación equitativa. Asimismo, se han creado espacios y plataformas específicas para destacar las voces femeninas, promoviendo la difusión de sus opiniones y perspectivas sobre una amplia gama de temas. Si bien todavía existen desafíos y desigualdades persistentes, la evolución de la libertad de expresión de las mujeres en los medios de comunicación refleja un progreso significativo hacia la igualdad de oportunidades y el reconocimiento de la importancia de sus contribuciones en el ámbito público.

De esta forma, este aspecto del periodismo es el objeto de estudio de este Trabajo Final de Máster. A partir de la revisión y análisis de los artículos y columnas de opinión publicados en el portal digital del diario gallego *La Voz de Galicia* y de las entrevistas realizadas a las periodistas que han desenvuelto o desenvuelven su actividad profesional en dicho medio, será posible identificar y determinar el grado de discriminación que sufren las mujeres en los espacios de opinión.

1.2. Investigación en el ámbito de la libertad de expresión

La libertad de expresión es uno de los derechos fundamentales más importantes en cualquier sociedad democrática. Permite a los individuos expresar sus opiniones, ideas y pensamientos libremente, sin censura ni represalias. La investigación en este ámbito desempeña un papel crucial en el análisis y la comprensión de los desafíos y avances relacionados con este derecho fundamental. A través de ella, se exploran temas como los límites y restricciones a la libertad de expresión, los impactos de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, y la promoción de un entorno inclusivo y diverso para la expresión de diversas voces.

En las últimas décadas, la investigación en el ámbito de la libertad de expresión ha experimentado un crecimiento significativo. Se han llevado a cabo numerosos estudios multidisciplinarios que abordan una amplia gama de temas relacionados con este derecho. Estas investigaciones han analizado tanto los aspectos teóricos como los aspectos prácticos de la libertad de expresión, examinando su relación con otros derechos fundamentales, como la privacidad y la igualdad. Además, se han explorado nuevas perspectivas y enfoques, como el impacto de las redes sociales y las plataformas digitales en la libertad de expresión.

En los últimos años, también se ha incrementado el interés en la investigación sobre la libertad de expresión de la mujer. Los estudios multidisciplinarios han abordado diversos aspectos relacionados con este tema, como la representación de las mujeres en los medios de comunicación, la violencia de género en línea, el acoso y la intimidación en línea, así como las restricciones culturales y sociales que limitan la participación y el ejercicio pleno de la libertad de expresión por parte de las mujeres. Esta investigación ha ayudado a visibilizar las desigualdades existentes y a generar conciencia sobre la importancia de garantizar la libertad de expresión de las mujeres como un componente clave de la igualdad de género y los derechos humanos.

El acceso a la educación y la participación en el espacio público son elementos fundamentales para empoderar a las mujeres y promover su libertad de expresión. Según el *Tendencias mundiales en libertad de expresión y desarrollo de los medios* (Montiel, 2018), la educación es un factor clave para garantizar la igualdad de género en el ejercicio de la libertad de expresión. Un mayor nivel educativo proporciona a las mujeres herramientas para comunicar sus ideas de manera efectiva y para desafiar estereotipos y normas restrictivas.

Además, se abarca una amplia gama de temas relevantes. Uno de los temas centrales es el análisis de los estereotipos de género y la representación de las mujeres en los medios de comunicación. Se investiga cómo se perpetúan los estereotipos de género a través de la representación mediática y cómo esto puede limitar la libertad de expresión de las mujeres al restringir su capacidad para ser escuchadas y tomadas en serio. Otro tema importante es el estudio de la violencia de género en línea, incluido

el acoso, la intimidación y el discurso de odio dirigido hacia las mujeres. Esta investigación busca comprender el impacto de la violencia de género en línea en la libertad de expresión de las mujeres y proponer estrategias para prevenirla y abordarla.

También es relevante enfatizar la utilización una variedad de metodologías para recopilar y analizar datos. Los enfoques cualitativos, como entrevistas, grupos focales y análisis de contenido permiten captar las experiencias, percepciones y voces de las mujeres en relación con su libertad de expresión. Los enfoques cuantitativos, como encuestas y análisis estadísticos, proporcionan datos cuantificables sobre la representación de las mujeres en los medios de comunicación y la incidencia de la violencia de género en línea. Además, se usan enfoques interdisciplinarios que combinan la investigación feminista, legal, sociológica y de comunicación para abordar la complejidad de este tema.

El informe *Online violence against women journalists: a global snapshot of incidence and impacts* (Posetti, 2020), elaborado por la UNESCO en colaboración con el Consejo Internacional de Medios Informativos, examina la violencia de género en el ámbito del periodismo y brinda datos y casos de estudio de diferentes regiones del mundo.

Así mismo, el estudio en este campo ha podido beneficiarse de los datos proporcionados en el trabajo *Balance de género en las colaboraciones de opinión del diario 'EL PAÍS' entre 2017 y 2022* (Nicolás, 2023), que contribuye al análisis crítico y reflexivo sobre la presencia de las mujeres en el medio español, abogando por una mayor representatividad y equidad de género en este ámbito.

Por lo tanto, la libertad de expresión y discriminación de la mujer en el ámbito periodístico lleva muchos años siendo el foco de la investigación y análisis desde diferentes perspectivas desde su reconocimiento como derecho universal. Y, en concreto, dieron lugar a un período de expansión con motivo de la incorporación de los portales digitales y las redes sociales a la puesta en común de resultados por parte de los investigadores y que dieron lugar al conocimiento de las características e impacto en la comunicación por su parte.

1.3. Justificación del interés de la investigación

La justificación del interés de lo propuesto en este Trabajo Final de Máster viene de la mano de algunos de los aspectos apuntados en el apartado anterior y a su impacto en el trabajo diario de las profesionales de la comunicación.

En primer lugar, la discriminación de género en los medios de comunicación es una forma de violencia simbólica y perpetúa estereotipos y desigualdades de género. Los espacios de opinión son vitales para el debate público y la formación de opiniones, y cuando las mujeres son excluidas o marginadas de estos espacios, se limita su capacidad de influir en la agenda pública y de expresar sus perspectivas y

preocupaciones. Investigar y documentar esta discriminación ayuda a visibilizar el problema y a promover cambios necesarios para lograr una representación equitativa y una diversidad de voces en los medios de comunicación.

En segundo lugar, esta tiene repercusiones en la participación política y en la toma de decisiones. La falta de representación de las mujeres en estos espacios puede llevar a una subrepresentación en las esferas de poder y una influencia reducida en la formulación de políticas públicas. Investigar estas desigualdades permite identificar las barreras y los obstáculos específicos que enfrentan las mujeres en el acceso y la participación en los espacios de opinión, y contribuye a promover una participación política inclusiva y equitativa.

Además, contribuye al cumplimiento de los principios fundamentales de la igualdad de género y los derechos humanos. La igualdad de oportunidades y la libertad de expresión son derechos fundamentales, y cuando las mujeres enfrentan barreras y discriminación en su ejercicio, se socava su autonomía y se limita su participación plena en la sociedad. Investigar estas desigualdades permite generar evidencia para la formulación de políticas y la implementación de medidas que promuevan la igualdad de género y el pleno ejercicio de los derechos de las mujeres.

Por último, otro de los intereses de este trabajo académico radica en conocer de la mano de las propias periodistas que han desenvuelto o desenvuelven su actividad en un medio de comunicación como *La Voz de Galicia* aquellos aspectos relativos a la discriminación y promoción de la igualdad entre hombres y mujeres que no sería posible conocer de otro modo. Así, se pretende conocer las experiencias personales de estas profesionales y que aportarán un gran valor añadido a la investigación.

1.4. Estructura de la investigación propuesta

La investigación que se desenvuelve a continuación consta, esencialmente, de cuatro apartados principales. Así, se pretende ir desde los orígenes —cómo el medio *La Voz de Galicia* ha retratado a las mujeres y a las profesionales a lo largo de su historia hasta el momento actual— hasta la exposición de las conclusiones que ha sido posible obtener después de la aplicación de las diferentes metodologías seleccionadas.

En esta línea, en primer lugar, se presenta un marco teórico en el que se abarca desde los aspectos más generales hasta los más específicos. Se comienza por abordar una perspectiva general del papel de la mujer en los medios de comunicación desde una perspectiva general, documentando el concepto y formas de discriminación de género, las reivindicaciones feministas y el auge de este movimiento en España y Galicia. Se aborda también la discriminación de la mujer en la prensa, su voz en los espacios de opinión, el papel de los medios en la construcción de la realidad y la inclusión de la perspectiva feminista y buenas prácticas en el ámbito periodístico. Finalmente, se debe destacar que se realiza una investigación en profundidad de varios

elementos que son objeto de este trabajo académico y que se visualizan en su título: la discriminación de la mujer y su papel en el portal digital de *La Voz de Galicia*.

En definitiva, este apartado sirve como base para poder continuar el presente análisis exponiendo sobre él una serie de hipótesis que pretenden responder a los objetivos establecidos para esta investigación, confirmándolas o refutándolas. Esto se corresponde con los aspectos tratados en la segunda parte del trabajo académico. En ella se exponen cuáles fueron los métodos escogidos para la recolección de datos y selección del medio de comunicación analizado, haciendo hincapié en las herramientas utilizadas para la obtención de los resultados.

En tercer lugar, se encuentra la exposición de los resultados. Estos se inician con la presentación de la empresa mediática analizada en materia de igualdad de género, siendo acompañada de las respectivas entrevistas a las profesionales de este medio, y terminan con la exposición de los datos cuantitativos que fueron obtenidos en el transcurso de la investigación. Gracias a la naturaleza diversa de estas herramientas ha sido posible obtener una perspectiva de lo más general a lo más específico de la discriminación de la mujer en los espacios de opinión del portal digital de *La Voz de Galicia* en el año 2022.

Para finalizar, la última parte de este Trabajo Final de Máster se ha utilizado para realizar una exposición de las conclusiones que se han obtenido. Además, como resultado del análisis realizado se incluyen unas líneas de investigación para posibles estudios futuros en este ámbito.

2. Marco teórico

2.1. Concepto de discriminación de género

A lo largo de la historia, en todas las sociedades, las mujeres han enfrentado, como colectivo, la discriminación social y sus consecuencias. Ello significa que, con independencia de sus formas específicas, en toda cultura –especialmente en las tradicionales– se encuentra que lo femenino, y por asociación las mujeres y sus actividades, carecen de prestigio, de poder y de derechos (Serret, 2008).

Las pruebas de este desconcertante hecho han sido aportadas por la historia, la antropología, la arqueología, la sociología, el estudio de las religiones y la historia del derecho, entre otras disciplinas. Esta situación no se limita a una región del mundo ni a una época precisa. En todas las sociedades que registra la historia, sin importar cuán distantes se hallen en el tiempo y el espacio, las mujeres como grupo han sido discriminadas y han carecido históricamente de palabra (Serret, 2008).

Las sociedades políticas modernas, que se identifican progresivamente como democráticas, encuentran en la base de sus principios éticos –sus aspiraciones morales, sus ideales regulativos– las apuestas igualitaristas del racionalismo moderno, a pesar de lo cual, cuando menos en principio, siguen institucionalizando la discriminación social de las mujeres (Serret, 2008).

Cuando pensamos en nuestros orígenes, acabamos centrándonos automáticamente en el lenguaje. Los cánones objetivos de nuestra unicidad como especie, tales como el bipedismo y la gran capacidad cerebral, pueden llegar a medirse con relativa facilidad. Pero en muchos sentidos lo que hace que nos sintamos realmente humanos es el lenguaje. El nuestro es un mundo de palabras (Sánchez & Martínez, 2007) y, por ello, es necesario recurrir a la acepción establecida para la definición del concepto “discriminación de género”.

En primer lugar, se debe hacer referencia al concepto de “discriminación”: “La discriminación es una conducta, culturalmente fundada, sistemática y socialmente extendida, de desprecio contra una persona o grupo de personas sobre la base de un prejuicio negativo o un estigma relacionado con una desventaja inmerecida, y que tiene por efecto (intencional o no) dañar sus derechos y libertades fundamentales” (Zepeda, 2005).

Teniendo lo anterior en cuenta, la discriminación de género puede definirse como “la discriminación basada en la creencia de que un sexo es superior al otro y que el sexo

superior tiene talentos, derechos, privilegios y un estatus superior a los del sexo inferior” (*Discriminación de género / INEE, s. f.*).

En el ámbito laboral, se produce discriminación de género cuando un empleador lo trata, ya sea como empleado o postulante, de manera menos favorable por causa de su género. La discriminación también puede tener lugar cuando las políticas o los procedimientos aparentemente imparciales de un empleador tienen un impacto significativamente negativo en los empleados o postulantes debido a su género (Office of Federal Contract Compliance Programs, 2016).

La discriminación de género hacia las mujeres es estructural, por lo que no es un hecho aislado ni fortuito. Sucede de forma diaria en todos los ámbitos y se refleja en patrones de trato desiguales, discriminatorios, generalizados y masivos (Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación, s. f.). Las mujeres constituyen menos del 10% de los miembros que conforman el Parlamento en un tercio de los países desarrollados y en las economías de subsistencia, la mujer realiza el trabajo más pesado, empeñándose durante más tiempo y contribuyendo más a los ingresos familiares que los hombres de la familia (Manos Unidas, 2020).

La persona no está completa si no participa, como ser social, de su relación con las personas que viven a su alrededor. Y, precisamente, el trabajo es el medio por el cual el ser humano desarrolla sus habilidades, hace crecer su comunidad y le permite obtener el apoyo necesario para su propio progreso y el de los que dependen. Es necesario que la mujer se desarrolle como ser humano en todos sus aspectos, y esto incluye el acceso a empleos dignos y bien remunerados, en los que se valoren sus capacidades y no sea discriminada por pertenecer al género femenino (Manos Unidas, 2020).

2.1.1. Formas de discriminación de género

La desigualdad de condición entre los sexos es una de las causas básicas de la discriminación de la mujer a causa de su género, ya que en sus diferentes formas impide el acceso de cientos de mujeres a la educación, la formación, los servicios de salud, trabajo y condiciones jurídicas que les permitan escapar a este flagelo (Manos Unidas, 2020). Algunas de estas formas son:

- **Discriminación salarial:** las mujeres a menudo enfrentan disparidades salariales en comparación con los hombres, incluso cuando realizan el mismo trabajo. Esta forma de discriminación se conoce como brecha salarial de género. Según la Organización Internacional del Trabajo (OIT), la brecha salarial de género global es del 20% en promedio (Blau & Kahn, 2017).

- **Discriminación en el empleo:** las mujeres también enfrentan discriminación en el ámbito laboral en forma de dificultades para acceder a empleos, promociones y oportunidades de desarrollo profesional. La discriminación basada en el género es especialmente común en ocupaciones tradicionalmente dominadas por hombres, como la ciencia, la tecnología, la ingeniería y las matemáticas (STEM, por sus siglas en inglés) (Williams et al., 2014).
- **Violencia de género:** las mujeres son víctimas de diversas formas de violencia basada en el género, como la violencia doméstica, el acoso sexual, la violación y el feminicidio. Estos actos de violencia tienen graves consecuencias para la salud física y mental de las mujeres, así como para su bienestar general (García-Moreno et al., 2006).
- **Discriminación en la educación:** las mujeres también pueden enfrentar barreras y discriminación en el acceso a la educación, especialmente en países en desarrollo. Esto incluye la falta de acceso a la educación primaria y secundaria, la falta de recursos y oportunidades educativas, y los estereotipos de género que limitan las opciones educativas de las niñas y mujeres (UNESCO, 2015).

Las causas de la discriminación contra las mujeres son complejas y están arraigadas en normas culturales, estereotipos de género y desigualdades estructurales. Los estereotipos de género que asignan roles y responsabilidades específicas a hombres y mujeres contribuyen a perpetuar la discriminación. Además, la falta de conciencia y educación sobre los derechos de las mujeres también desempeña un papel importante (Wef, 2019).

Para combatirla, es necesario implementar políticas y medidas efectivas. Esto implica promover la igualdad de género a través de leyes y regulaciones, así como garantizar el acceso igualitario a la educación, la atención médica y el empleo. Además, es fundamental fomentar una mayor conciencia y sensibilización sobre la igualdad de género en la sociedad en general. Es esencial que se tomen medidas concretas para abordar esta desigualdad y promover la igualdad de género en todas las esferas de la sociedad (UN Women, 2016).

2.1.2. Reivindicaciones feministas

Las reivindicaciones feministas han sido una fuerza impulsora en la lucha por la igualdad de género y la justicia social. A lo largo de la historia, las mujeres han alzado su voz para desafiar las normas y los roles de género impuestos por una sociedad patriarcal. En el siglo XXI, el movimiento feminista ganó una mayor visibilidad y ha ido logrando avances significativos en múltiples áreas, como la violencia de género, la

brecha salarial, la representación política y la autonomía reproductiva. Sin embargo, persisten desafíos y resistencias que requieren una atención continua (Hegoa, 2010).

El feminismo se basa en un conjunto diverso de teorías y enfoques que buscan entender y abordar las desigualdades de género. Cabe destacar las siguientes:

- **Feminismo liberal:** se enfoca en la igualdad de derechos y oportunidades para las mujeres dentro de la estructura social existente. Se destaca la importancia de la participación política, los derechos reproductivos y la igualdad salarial como pilares fundamentales (Friedman et al., 2011).
- **Feminismo radical:** cuestiona las estructuras patriarcales y busca un cambio revolucionario en la sociedad. Se centra en la opresión de género arraigada en el sistema capitalista y patriarcal (Halbert, 2004).
- **Feminismo interseccional:** reconoce que la opresión de género se entrelaza con otros ejes de desigualdad, como la raza, la clase social y la orientación sexual. Destaca la importancia de abordar las múltiples formas de discriminación y opresión que enfrentan las mujeres (Crenshaw, 1997).

A lo largo de las últimas décadas, las reivindicaciones feministas han logrado importantes avances en diversos ámbitos. La lucha por la igualdad salarial ha llevado a la implementación de políticas de equidad en algunos países. Además, las reivindicaciones feministas han desafiado los estereotipos de género y han promovido una mayor representación de las mujeres en posiciones de liderazgo y toma de decisiones (Hegoa, 2010). Algunos ejemplos de ello son:

- **Violencia de género:** las reivindicaciones feministas han sido fundamentales en la lucha contra la violencia de género. El movimiento ha promovido la conciencia, el apoyo a las víctimas y la implementación de leyes y políticas de protección (Stanko, 1987).
- **Brecha salarial:** la reivindicación de la igualdad salarial ha sido un objetivo central para el feminismo. Se han realizado esfuerzos para abordar la disparidad salarial entre hombres y mujeres, a través de legislación y políticas de equidad (Blau & Kahn, 2017).
- **Representación política:** las reivindicaciones feministas buscan una mayor representación de las mujeres en posiciones de liderazgo y toma de decisiones. Se han promovido medidas como las cuotas de género para garantizar una participación equitativa (Krook & O'Brien, 2012).
- **Autonomía reproductiva:** el control sobre el propio cuerpo y la autonomía reproductiva son aspectos centrales para el feminismo. Las reivindicaciones han impulsado la lucha por el acceso a la anticoncepción, el aborto seguro y la educación sexual (Petchesky, 1987).

Sin embargo, aún quedan desafíos por superar. La persistencia de la violencia de género, la brecha salarial persistente y la falta de representación equitativa en los espacios de poder son sólo algunos ejemplos. Además, el feminismo se enfrenta a críticas y resistencias que cuestionan su relevancia y validez en la actualidad. Es esencial abordar estos desafíos y trabajar hacia la construcción de una sociedad más justa e igualitaria para todos (Hegoa, 2010).

2.1.3. Feminismo en España y en la comunidad gallega

El feminismo en España tiene sus raíces en el siglo XIX, con movimientos como el de *Mujeres Libres* y la *Asociación para la Enseñanza de la Mujer*. Sin embargo, fue durante la Transición Democrática y la segunda ola feminista en la década de 1970 cuando el movimiento feminista cobró impulso y visibilidad (Nash, 1996).

Las reivindicaciones feministas en el país han resultado de una gran relevancia, abordando temas como la igualdad de derechos, la violencia de género, la brecha salarial, la representación política y la autonomía reproductiva. Movimientos como el *Movimiento Feminista 7N* y el *Movimiento Ni Una Menos* han sido cruciales para visibilizar y promover cambios en la sociedad (González & Esteban, 2019).

No obstante, y aunque se han logrado avances significativos en la legislación y las políticas de igualdad de género en España, persisten desafíos como la violencia machista, la desigualdad salarial y la falta de representación equitativa en los espacios de poder, ya descritos en los epígrafes anteriores (Lombardo & León, 2015).

En lo que respecta a Galicia, como región del noroeste de España, ha tenido su propio desarrollo histórico y cultural del feminismo. La sociedad gallega ha experimentado transformaciones importantes en las últimas décadas, lo que ha influido en la evolución del propio movimiento feminista (Otero & González, 2011).

En la comunidad se han creado organizaciones y movimientos feministas para abordar las problemáticas específicas de la región. Reivindicaciones relacionadas con la identidad gallega, la violencia machista en entornos rurales y la discriminación de las mujeres en el ámbito laboral han sido prioritarias (Otero & González, 2014).

El feminismo en Galicia ha logrado avances en la sensibilización, la denuncia de la violencia machista y la promoción de la igualdad de género en el ámbito autonómico. Sin embargo, aún persisten desafíos como la invisibilidad de las mujeres rurales y la falta de recursos para la atención y prevención de la violencia de género en dicho ámbito (Tembrás, 2012).

El análisis del feminismo en España y en Galicia revela la importancia y la relevancia del movimiento feminista en ambos contextos. Tanto a nivel nacional como regional,

el feminismo ha sido una fuerza impulsora en la lucha por la igualdad de género, abordando diversas problemáticas y reivindicaciones específicas.

A través de la revisión de la literatura académica, se han evidenciado algunos de los logros alcanzados en términos legislativos, de concienciación y visibilidad, así como los desafíos persistentes que aún requieren una atención continua. La violencia de género, la brecha salarial, la representación política y la discriminación en entornos rurales son solo algunos de los temas que exigen una mayor acción y compromiso. No obstante, este movimiento ha demostrado su capacidad para generar cambios significativos y seguirá siendo una fuerza transformadora en la búsqueda de una sociedad más justa e igualitaria para todas las personas (Cruz & García-Horta, 2016).

2.2. Discriminación de la mujer en la prensa

Para comprender la problemática de la discriminación de la mujer en el trabajo de prensa es necesario, en primer lugar, destacar el papel que juegan los medios de comunicación en la construcción y perpetuación de estereotipos de género.

La prensa ha tendido a representar a las mujeres de manera estereotipada, limitando su papel a estereotipos de género como la *femme fatale*, la madre abnegada o la mujer objeto. Estas representaciones han perpetuado la desigualdad y contribuido a la discriminación de género (Gill, 2007). Además, el uso de un lenguaje sexista en la prensa refuerza la discriminación de la mujer. La falta de visibilidad y el uso de términos que desvalorizan o estereotipan a las mujeres contribuyen a mantener una jerarquía de género (Wanta et al., 2004).

Los medios de comunicación a menudo aplican un doble estándar en la cobertura de temas relacionados con hombres y mujeres. Se enfatiza la apariencia física de las mujeres, mientras que se valora más a los hombres por sus logros y capacidades. También existen sesgos en la elección de las historias y los roles asignados a las mujeres (Van Zoonen, 1998).

Todo ello ha reforzado las desigualdades de género existentes en la sociedad, al limitar los roles y las oportunidades de las mujeres y perpetuar estereotipos dañinos (Van Zoonen, 1998). La representación negativa y estereotipada de la mujer en los medios de comunicación ha podido afectar la autoestima de las mujeres y su percepción de sí mismas, contribuyendo a la internalización de roles y normas de género (Diefenbach, 2007).

No obstante, la problemática de la discriminación de la mujer también se extiende al ámbito laboral, más concretamente, a su trabajo en prensa, viéndose obligadas a sortear numerosos obstáculos en esta industria (Van Zoonen, 1998). Por ello, se explorarán los diferentes aspectos de la discriminación de género en el ámbito

periodístico, incluyendo la brecha salarial, la falta de representación en puestos de liderazgo y las barreras profesionales.

Las mujeres en el trabajo de prensa suelen enfrentar una brecha salarial en comparación con sus colegas masculinos, lo que refleja una desvalorización de su trabajo y competencias. Además, encuentran obstáculos en su avance profesional, con menor acceso a puestos de liderazgo y toma de decisiones en las redacciones de medios (Lauzen & Dozier, 2005).

Como se ha señalado en el epígrafe anterior, la persistencia de estereotipos de género en el trabajo de prensa limita las oportunidades de las mujeres, relegándolas a roles considerados "más adecuados" o menos prestigiosos (Lauzen & Dozier, 2005). Ellas deben enfrentar también desafíos en la elección y asignación de historias, con una mayor probabilidad de ser asignadas a temas considerados "femeninos" o menos importantes (Gill, 2007). Es evidente que existe una falta de equilibrio en la representación de las voces y perspectivas femeninas en la prensa, lo que contribuye a la marginalización y la falta de diversidad en la cobertura mediática (Tuchman, 1978).

El nivel de acoso y violencia contra el colectivo femenino también ha experimentado un peligroso incremento en las últimas décadas, lo que limita su bienestar y su capacidad para desempeñarse plenamente en sus roles (Gill, 2007).

2.2.1. La voz de la mujer en los espacios de opinión

La voz de la mujer en los espacios de opinión ha sido históricamente subestimada y marginada. Sin embargo, en las últimas décadas, se ha producido un aumento significativo en la participación y visibilidad de las mujeres en diversos ámbitos de la sociedad, incluidos los espacios de opinión. Este cambio ha sido posible gracias a la lucha y el activismo de muchas mujeres y a la creciente conciencia sobre la importancia de la igualdad de género.

En la actualidad, es necesaria una participación equitativa de las mujeres en la esfera pública, aunque todavía existen barreras para su plena expresión. La diversidad de voces femeninas para enriquecer el diálogo público y promover la transformación social es vital (Hooks, 2000). La construcción social del género y cómo esto afecta la forma en que se escucha y valora la voz de las mujeres ha provocado que las mujeres hayan sido relegadas a un estatus de "otredad" y esto ha limitado su capacidad para participar plenamente en los espacios de opinión (De Beauvoir, 1999).

En el contexto de los medios de comunicación, se ha explorado cómo las mujeres, especialmente aquellas que no se ajustan a los estándares tradicionales de belleza, enfrentan dificultades para ser escuchadas en los espacios de opinión debido a la estigmatización y la discriminación basada en el peso corporal. Las voces de las

mujeres con un aspecto “no normativo” han sido silenciadas y cómo el cuerpo se ha convertido en un terreno de lucha política (LeBesco, 2004).

En este sentido, las mujeres a menudo enfrentan desafíos para que su voz sea escuchada en posiciones de liderazgo y cómo estas difieren de las de los hombres. Se destaca la importancia de reconocer y valorar estas diferencias para promover una participación equitativa de las mujeres en los espacios de opinión (Helgesen, 1995).

Se puede decir que la voz de la mujer en los espacios de opinión ha sido históricamente subestimada y marginada. Hoy en día, resulta preocupante que todavía existan barreras y desafíos que dificultan que las mujeres puedan ser escuchadas. A pesar de ello, a través de la conciencia y el activismo, se ha ido logrado un mayor reconocimiento de la importancia de la igualdad de género y una mayor participación y visibilidad de las mujeres en los espacios de opinión.

2.2.1.1. Presencia y representación de las mujeres en los espacios de opinión

El análisis de la presencia y representatividad de las mujeres en los espacios de opinión de los medios de comunicación es un tema crucial para comprender la igualdad de género en la sociedad contemporánea. Aunque ha habido avances significativos en los últimos años, todavía existen desafíos persistentes que limitan la participación y visibilidad de las mujeres en estos espacios.

En la actualidad existen disparidades significativas en términos de representación y acceso a los espacios de opinión. La falta de voces femeninas en roles de liderazgo y en la cobertura de temas importantes perpetúa estereotipos de género y socava la diversidad en el discurso público. La inclusión de una diversidad de voces femeninas para garantizar una cobertura más justa y equilibrada de los temas que afectan a las mujeres y a la sociedad en general es de gran importancia (IWMF, 2011).

En lo que respecta a la participación de las mujeres en los medios de comunicación de todo el mundo, diversos estudios revelan una subrepresentación continua de las mujeres en los espacios de opinión, tanto como fuentes de noticias como en roles de comentaristas y analistas. Además, se señala la persistencia de estereotipos de género en la cobertura mediática, lo que influye en la forma en que se perciben y valoran las opiniones de las mujeres (The Communication Initiative Network, 2020).

En esta línea, es importante examinar cómo los estándares de belleza dominantes en la sociedad afectan la forma en que se representan y perciben a las mujeres en los medios. La imagen corporal idealizada y los estereotipos de género limitan la participación y la credibilidad de las mujeres en los espacios de opinión, cómo ya se ha señalado en el epígrafe anterior (Wolf, 1990). Se revelan desigualdades persistentes en la representación y la asignación de roles (Goodyear-Grant, 2013), así como la

existencia de estereotipos de género arraigados en la cobertura mediática (Taboada, 2020b).

También es de relevancia señalar cómo la participación de la mujer en el panorama mediático contribuye al pluralismo informativo. La inclusión de voces femeninas amplía la gama de temas y enfoques que se abordan en los medios, lo que a su vez mejora la calidad y la relevancia de la información que se ofrece al público (Byerly, 2006). Además, estas pueden desafiar y subvertir los discursos dominantes a través de su participación en los medios. La diversidad de voces de las mujeres en los medios puede contribuir a la creación de un espacio público más inclusivo y representativo (Van Zoonen & Van Zoonen, 1994).

Los textos analizados sobre la presencia y representatividad de las mujeres en los espacios de opinión de los medios de comunicación demuestran que todavía hay desafíos significativos que enfrentar. La falta de diversidad en la toma de decisiones y la persistencia de estereotipos de género limitan la participación y visibilidad de las mujeres en el discurso público. Estas investigaciones, como el informe de la IWMMF o los trabajos de las autoras citadas, ofrecen una base sólida para comprender y abordar estas problemáticas en aras de una mayor igualdad de género en los medios de comunicación.

2.2.1.2. Contribución de la mujer al pluralismo informativo y a la diversidad de voces en la sociedad

La contribución de las mujeres al pluralismo informativo y a la diversidad de voces en la sociedad es fundamental para lograr una representación equitativa y una comprensión completa de los problemas y desafíos que enfrenta la sociedad en su conjunto. Las mujeres aportan perspectivas únicas y experiencias diversas que enriquecen el discurso público y promueven una mayor comprensión de la realidad social.

Un ámbito en el que las mujeres han estado tradicionalmente infrarrepresentadas ha sido la política, a pesar de que estas han tenido un gran impacto en dicha comunicación. La participación de las mujeres en la comunicación política no sólo es importante para la representación de sus intereses específicos, sino que también enriquece el debate político y promueve un sistema democrático más inclusivo (Edwards, 2009).

Por lo tanto, se puede decir que la contribución de las mujeres al pluralismo informativo y a la diversidad de voces en la sociedad es fundamental. Los estudios y las investigaciones, como los mencionados anteriormente, resaltan la importancia de incluir una variedad de perspectivas y experiencias de las mujeres en los medios de comunicación y en el discurso público en general. Estas contribuciones no solo

enriquecen el debate y la comprensión de los problemas sociales, sino que también promueven una sociedad más justa e igualitaria.

2.2.2. Discriminación de la mujer en los espacios de opinión

En la actualidad, es más necesario que nunca explorar la falta de representación de las mujeres en los medios de comunicación y los obstáculos que enfrentan para expresar y difundir sus opiniones. El objetivo que se persigue es la comprensión crítica de cómo la discriminación afecta la voz y la visibilidad de las mujeres en la prensa y analizar estrategias para abordar esta desigualdad.

Existen barreras estructurales y culturales que dificultan que las mujeres accedan a los espacios de opinión en la prensa, así como la falta de reconocimiento y valoración de sus contribuciones (Mendes et al., 2018). Los estereotipos de género y los prejuicios arraigados en la sociedad también han influido en la selección y aceptación de las opiniones de las mujeres en la prensa, perpetuando la discriminación y la marginación (Gill, 2007; Van Zoonen, 1998).

En lo referente a la visibilidad de las opiniones de las mujeres en la prensa, las opiniones y voces de los hombres suelen recibir más atención, credibilidad y legitimidad en la prensa, mientras que las mujeres pueden enfrentar desafíos para que sus opiniones sean tomadas en cuenta y difundidas (Mendes et al., 2018). Los sesgos existentes en la cobertura mediática que limitan la visibilidad de las opiniones de las mujeres, priorizando y promoviendo las voces masculinas también contribuyen al detrimento de la imagen de la mujer en este ámbito laboral concreto (Gill, 2007).

Por todo ello, se puede decir que las mujeres están subrepresentadas en los espacios de opinión de la prensa, como columnas de opinión, editoriales y programas de debate, lo que limita su participación y capacidad de influencia (Lauzen, 2018). Esta falta de visibilidad y representación de las opiniones de las mujeres en la prensa afecta la diversidad de perspectivas en la esfera pública y puede influir en la toma de decisiones, perpetuando desigualdades y exclusiones (Van Zoonen, 1998; Gill, 2007).

2.2.3. La mujer en *La Voz de Galicia*

La Voz de Galicia, uno de los periódicos más importantes en la región de Galicia, ha sido testigo de la evolución del papel de la mujer a lo largo de la historia. Si bien en sus primeras décadas de existencia predominaba una visión tradicional y conservadora de género, con el tiempo ha habido avances significativos en la representación y participación de las mujeres en este medio de comunicación (Fernández, 1993).

Durante gran parte del siglo XX, reflejaba la realidad social de la época, en la cual las mujeres estaban relegadas principalmente a roles domésticos y carecían de visibilidad

en los espacios públicos. Sin embargo, a medida que el movimiento feminista cobraba fuerza y se generaba una mayor conciencia sobre la importancia de la igualdad de género, el periódico comenzó a incluir una mayor diversidad de voces femeninas en sus páginas (Fernández, 1993).

En las últimas décadas, *La Voz de Galicia* ha ampliado su cobertura y ha dado mayor visibilidad a los logros y las preocupaciones de las mujeres en la región. Se han creado secciones y suplementos dedicados a temas relacionados con la igualdad de género, la participación política y social de las mujeres, así como a los avances en la lucha por los derechos de las mujeres. Además, se ha destacado el papel de mujeres influyentes y referentes en diferentes ámbitos, como la política, la cultura, el deporte y la ciencia. A través de entrevistas, reportajes y perfiles, se ha dado espacio a las voces de mujeres líderes y se ha contribuido a romper estereotipos y promover modelos a seguir para las nuevas generaciones (Fernández, 1993).

Es importante destacar que, al igual que otros medios de comunicación, el medio gallego aún enfrenta desafíos en la representación equitativa de las mujeres y en la inclusión de sus perspectivas en el discurso público. Aunque se han realizado avances significativos, es necesario continuar trabajando para garantizar una cobertura justa y balanceada que refleje la diversidad de experiencias y opiniones de las mujeres en Galicia.

2.2.3.1. *Las periodistas en La Voz de Galicia*

El papel de las periodistas a lo largo de la historia en *La Voz de Galicia* ha sido fundamental para la evolución y el enriquecimiento de este medio de comunicación. A pesar de las barreras y desafíos que han enfrentado, las periodistas han contribuido significativamente a la cobertura de noticias, la opinión pública y la promoción de la igualdad de género en Galicia (Fernández, 1993).

A lo largo de los años, el medio ha contado con la participación de periodistas mujeres que han desempeñado un papel crucial en la elaboración de la información y la construcción de la narrativa periodística. Estas mujeres han desafiado estereotipos de género y han luchado por su reconocimiento y visibilidad en un entorno dominado por hombres. Así mismo, esta ha permitido una cobertura más diversa y completa de los acontecimientos, ya que han sido capaces de abordar temas desde perspectivas y experiencias propias. Han contribuido a la visibilidad de temas relevantes para las mujeres, como la violencia de género, la igualdad de oportunidades, la conciliación laboral y familiar, y otros temas relacionados con los derechos y el empoderamiento de las mujeres (Fernández, 1993).

Además, estas han jugado un papel importante en la promoción de la igualdad de género en el ámbito periodístico. Han sido referentes y modelos a seguir para las

generaciones más jóvenes, demostrando que las mujeres pueden tener éxito y hacer una contribución significativa en el campo del periodismo (Fernández, 1993).

Es importante destacar que, si bien ha habido avances en la participación de las periodistas mujeres en el periódico gallego, todavía persisten desafíos en términos de igualdad de oportunidades, acceso a puestos de liderazgo y equilibrio entre la vida personal y profesional. Sin embargo, gracias a la persistencia y el talento de las periodistas, se ha logrado avanzar hacia una mayor inclusión y representatividad de las mujeres en el ámbito periodístico.

2.3. El papel de los medios de comunicación en la construcción social de la realidad

El papel de los medios de comunicación en la construcción social de la realidad es un tema ampliamente estudiado en el campo de la comunicación y la sociología. Los medios desempeñan un rol crucial en la formación de opiniones, actitudes y percepciones de la realidad en la sociedad.

La teoría de la comunicación de masas ha explorado ampliamente el impacto de los medios en la formación de la opinión pública y la construcción de la realidad social. Según McQuail (1985), los medios tienen la capacidad de influir en la agenda pública, es decir, en los temas y problemas que se consideran importantes en la sociedad. A través de la selección y presentación de noticias, los medios pueden enfocar la atención del público en determinados asuntos y darles mayor relevancia, mientras que otros temas pueden quedar relegados o invisibilizados.

El concepto de *framing* también es fundamental para comprender cómo los medios de comunicación contribuyen a la construcción social de la realidad. Entman (1993) señala que los medios no sólo transmiten información objetiva, sino que seleccionan ciertos aspectos de los eventos y los presentan bajo un marco interpretativo particular. Al hacerlo, influyen en la forma en que el público comprende y evalúa los problemas sociales. Por ejemplo, la cobertura determinada de un conflicto político o un tema social puede influir en la opinión pública y en las posturas que se adoptan al respecto.

Además, los medios de comunicación también desempeñan un papel importante en la socialización de las normas, valores y creencias de una sociedad. A través de programas de entretenimiento, publicidades y mensajes implícitos en su contenido, los medios contribuyen a la transmisión de ideologías y modelos culturales. Berger y Luckmann (1968) señalan que los medios de comunicación son uno de los principales agentes de socialización secundaria, que refuerzan y reproducen las normas y valores existentes en la sociedad.

Es importante reconocer que la influencia de los medios de comunicación en la construcción social de la realidad no es un proceso unidireccional. Los receptores de los mensajes mediáticos también juegan un papel activo en la interpretación y resignificación de la información recibida. Stuart Hall (1973) desarrolla la teoría de la codificación/decodificación, destacando que los receptores no son pasivos, sino que interpretan los mensajes en función de su contexto sociocultural y sus propias experiencias.

Por lo tanto, se puede decir que los medios de comunicación desempeñan un papel central en la construcción social de la realidad. A través de la selección de noticias, el enmarcado de los eventos y la transmisión de valores y normas, los medios influyen en la forma en que percibimos y comprendemos el mundo. Sin embargo, es fundamental reconocer que los receptores también tienen un papel activo en la interpretación de los mensajes mediáticos (Berger et al., 1968).

2.3.1. Influencia de los medios de comunicación en la conformación de estereotipos de género y su impacto en la sociedad

La influencia de los medios de comunicación en la conformación de estereotipos de género y su impacto en la sociedad es un tema ampliamente estudiado en el campo de la comunicación y los estudios de género. Los medios de comunicación desempeñan un papel significativo en la reproducción y perpetuación de roles y estereotipos de género, lo que tiene consecuencias tanto para las relaciones personales como para la igualdad de género en general.

Numerosos estudios han demostrado cómo los medios de comunicación, a través de la representación selectiva de personajes, roles y comportamientos, contribuyen a la construcción de estereotipos de género. Estos, pueden definirse como representaciones simplificadas y generalizadas que atribuyen características y roles específicos a hombres y mujeres, reforzando expectativas y normas sociales rígidas sobre cómo deben ser y comportarse (OHCHR, s. f.).

La teoría de la representación mediática ha analizado el modo en que los medios retratan a hombres y mujeres de manera estereotipada. Por ejemplo, las mujeres suelen ser representadas de forma subordinada y vinculadas a roles domésticos o de apoyo, mientras que los hombres suelen ser mostrados como fuertes, agresivos y dominantes. Estas representaciones se pueden encontrar en una amplia gama de medios, desde anuncios publicitarios hasta programas de televisión y películas (Cole, 2006).

La perpetuación de estereotipos de género por parte de los medios de comunicación tiene un impacto significativo en la sociedad. Por un lado, contribuye a la desigualdad de género al reforzar roles y expectativas tradicionales, limitando las oportunidades y

posibilidades de desarrollo de las personas en función de su género. Además, los estereotipos de género también pueden generar discriminación, violencia y marginalización hacia aquellos que no se ajustan a los roles establecidos (Torres, 2018).

Kilbourne (1999) señala que la publicidad también tiene un papel relevante en este tema, pues como forma específica de medio de comunicación refuerza estereotipos de género y contribuye a objetivar y a cosificar a las mujeres (Luengas & Velandia-Morales, 2012), estando estos relacionados con actitudes y prejuicios sexistas en la sociedad (Glick y Fiske, 1996).

Es importante destacar que también hay investigaciones y movimientos que buscan contrarrestar y desafiar los estereotipos de género en los medios de comunicación. La promoción de una representación más equitativa y diversa de hombres y mujeres en los medios es fundamental para fomentar la igualdad de género y construir una sociedad más justa (Glick & Fiske, 2011).

Esto significa que, los medios de comunicación desempeñan un papel destacado en la conformación de estereotipos de género y su impacto en la sociedad. La representación selectiva y estereotipada de hombres y mujeres en los medios contribuye a la perpetuación de roles tradicionales y normas rígidas de género (Glick & Fiske 1996).

2.4. La perspectiva de género en el periodismo

La perspectiva de género en el periodismo es una aproximación teórica y práctica que busca analizar y visibilizar las desigualdades y discriminaciones de género presentes en la cobertura mediática. A lo largo de la historia, el periodismo ha estado marcado por estereotipos, sesgos y exclusiones que han invisibilizado la experiencia y contribuciones de las mujeres. Sin embargo, en las últimas décadas, ha surgido un movimiento feminista que ha puesto en tela de juicio estas prácticas, exigiendo una cobertura informativa más equitativa y respetuosa de los derechos de las mujeres. El objetivo será examinar las principales perspectivas teóricas y las investigaciones empíricas en torno a la perspectiva de género en el periodismo, y su impacto en la construcción de una sociedad más igualitaria. (Meuli, 2017).

La incorporación de la perspectiva de género en dicho ámbito implica la revisión de los sesgos y prejuicios de género que pueden influir en la selección de noticias, el enfoque de las historias y la forma en que se presentan los acontecimientos. También implica garantizar una representación equitativa de mujeres y hombres en los medios, así como una cobertura sensible y precisa de temas relacionados con el género, como la violencia de género, la igualdad salarial, el acceso a oportunidades y los roles y expectativas sociales (Meuli, 2017).

La teoría feminista ha sido fundamental para comprender y cuestionar las desigualdades de género en la sociedad, incluyendo el ámbito del periodismo. Autoras como Judith Butler y Bell Hooks han proporcionado un marco conceptual para analizar cómo se construyen las identidades de género y cómo esto influye en la práctica periodística (Butler, 1991; Stanback, 1988).

La interseccionalidad, desarrollada por Kimberlé Crenshaw, destaca la importancia de considerar las múltiples formas de opresión y discriminación que afectan a las mujeres en función de su raza, clase social, orientación sexual, entre otros aspectos. Esta perspectiva destaca cómo estas intersecciones influyen en la manera en que las mujeres son representadas en los medios de comunicación (MacKinnon, 2013).

El concepto de *agenda setting* se refiere al proceso mediante el cual los medios de comunicación influyen en la importancia y la atención que se les da a ciertos temas en la sociedad. En el contexto de la perspectiva de género en el periodismo, es crucial analizar cómo se establecen las agendas informativas y cómo esto puede perpetuar o desafiar las desigualdades de género (McCombs & Shaw, 1972).

Los estereotipos de género están presentes en la cobertura periodística, perpetuando roles tradicionales y limitados para las mujeres. Estos estereotipos incluyen la representación de las mujeres como objetos sexuales, enfatizando su apariencia física y relegándolas a roles secundarios (Van Zoonen & Van Zoonen, 1994).

La aplicación de la perspectiva de género en el periodismo es fundamental para romper con los estereotipos y roles de género tradicionales presentes en la cobertura mediática. Esto permite visibilizar las voces y experiencias de las mujeres, así como de otros grupos marginados, promoviendo la diversidad y la igualdad de género en la sociedad (Ross, 2002).

Además, implica analizar críticamente la selección y presentación de noticias desde una mirada que tenga en cuenta las desigualdades de género. Esto significa visibilizar temas relevantes para la igualdad de género, como la violencia de género, la brecha salarial, la representación política de las mujeres, entre otros (Krijnen & Van Bauwel, 2015). También involucra el promover el empoderamiento de las mujeres en el ámbito mediático. Esto se logra a través de la inclusión de mujeres en puestos de liderazgo y toma de decisiones, así como en la promoción de la diversidad y la igualdad de oportunidades en el acceso a la información y las fuentes (Scarcelli et al., 2021).

El periodismo feminista se presenta como una alternativa para aplicar la perspectiva de género de manera más completa y transformadora. Este enfoque busca desafiar las estructuras patriarcales y proponer nuevas narrativas que reflejen la diversidad de experiencias y luchas de las mujeres (Carastathis, 2014).

2.4.1. Inclusión de la perspectiva feminista en la formación de periodistas y en la práctica profesional

La inclusión de la perspectiva de género en la formación de periodistas y en la práctica profesional es fundamental para promover una cobertura mediática más equitativa, justa y respetuosa de los derechos de género. A medida que la sociedad reconoce la importancia de la igualdad de género, surge la necesidad de formar a los profesionales de la comunicación en la comprensión y aplicación de esta perspectiva crítica. Se examinará la necesidad de incluir la perspectiva de género en la formación de periodistas y su relevancia en la propia práctica laboral, destacando la importancia de la capacitación y el desarrollo de habilidades para una cobertura informativa inclusiva.

La formación en perspectiva de género para periodistas es esencial para fomentar una cobertura mediática libre de estereotipos y sesgos de género. Los periodistas deben comprender las desigualdades de género y las implicaciones de estas en la construcción de noticias y discursos públicos (Toff & Palmer, 2019). Así mismo, resulta crucial para sensibilizar a los futuros profesionales de la comunicación sobre las problemáticas de género y dotarlos de herramientas teóricas y metodológicas para analizar críticamente la información y promover una cobertura equitativa (Byerly, 2016).

La inclusión de la perspectiva de género en la formación de periodistas implica el desarrollo de habilidades para una cobertura informativa inclusiva y sensible al género. Esto incluye el uso de un lenguaje no sexista, la búsqueda de fuentes equilibradas y diversas, así como el análisis crítico de los estereotipos y las desigualdades de género presentes en las noticias (Byerly, 2016). Todo ello permitirá promover una cobertura mediática más equitativa, justa y respetuosa de los derechos de género. Este enfoque crítico busca analizar y cuestionar los estereotipos, roles tradicionales y desigualdades presentes en la representación de género en los medios de comunicación. A medida que la sociedad avanza hacia una mayor conciencia de género, es fundamental que los periodistas estén capacitados en esta perspectiva para poder producir contenidos informativos que reflejen la diversidad y las experiencias de todas las personas (Toff & Palmer, 2019).

La formación en perspectiva de género para periodistas y el desarrollo de habilidades específicas son pasos clave para lograr una cobertura inclusiva. Diversos estudios académicos, como los de Gill (2007) y Byerly (2016), han resaltado la importancia de la educación en género y la adquisición de herramientas teóricas y metodológicas para analizar críticamente la información. Además, la aplicación de la perspectiva de género en la práctica periodística requiere desafiar los estereotipos, promover una selección equilibrada de fuentes y utilizar un lenguaje inclusivo.

Aunque existen desafíos en la implementación de la perspectiva de género en el periodismo, como la resistencia al cambio y la falta de recursos, también se presentan oportunidades para fomentar un periodismo más diverso y representativo. La creación de redes de apoyo y la formación continua pueden contribuir a superar estos obstáculos y promover prácticas periodísticas inclusivas. En esa misma línea, la aplicación de la perspectiva de género en el periodismo es fundamental para desafiar los estereotipos, visibilizar las voces marginadas y promover la igualdad de género en la sociedad. Al formar a los periodistas en esta perspectiva y desarrollar habilidades específicas, se puede avanzar hacia una cobertura mediática más equitativa y que empodere (Toff & Palmer, 2019).

2.5. Buenas prácticas en la inclusión de la perspectiva de género en el periodismo

La inclusión de diferentes prácticas con perspectiva de género en el periodismo es fundamental para promover la igualdad y garantizar una cobertura equitativa y justa de los temas relacionados con las mujeres. A continuación, se presentan algunas buenas prácticas que han sido identificadas en la literatura académica y profesional, respaldadas por referencias bibliográficas relevantes:

- **Sensibilización y formación:** es crucial que los periodistas y profesionales de los medios de comunicación se sensibilicen sobre la importancia de incluir la perspectiva de género en su trabajo. La formación en género y periodismo puede ayudar a los profesionales a comprender y abordar de manera efectiva los desafíos y las desigualdades de género (Carter et al., 2019).
- **Uso de fuentes y expertas mujeres:** la elección de fuentes y expertas mujeres es esencial para garantizar una representación equitativa de los puntos de vista y experiencias de las mujeres en la cobertura periodística. Es importante buscar y citar a mujeres como expertas en diferentes campos y evitar la reproducción de estereotipos de género (IWMMF, 2011).
- **Análisis de género en la cobertura:** es necesario realizar un análisis crítico y reflexivo de género en la cobertura periodística. Esto implica examinar cómo se representan y se tratan los temas relacionados con las mujeres, evitando la victimización o la cosificación (Van Zoonen & Van Zoonen, 1994).
- **Lenguaje inclusivo y no sexista:** utilizar un lenguaje inclusivo y no sexista es esencial para evitar la reproducción de estereotipos y promover la igualdad de género en la comunicación. Esto implica evitar el uso de términos que perpetúen desigualdades de género y utilizar un lenguaje neutro que no excluya o invisibilice a las mujeres (Grijelmo, 2021).

- **Equilibrio en la representación:** es importante buscar un equilibrio en la representación de mujeres y hombres en la cobertura periodística. Esto implica evitar la subrepresentación o la marginalización de las mujeres en los medios de comunicación y garantizar una presencia equitativa en los diferentes temas y secciones (Goodyear-Grant, 2013).

La inclusión de la perspectiva de género en el periodismo es esencial para promover la igualdad de género y garantizar una cobertura equitativa y justa de los temas relacionados con las mujeres. Para lograrlo, es necesario incluir buenas prácticas respaldadas por la literatura académica y profesional inspiradas en los principios descritos en el presente epígrafe.

2.5.1. Sensibilización y formación en género en el ámbito periodístico

La sensibilización y formación en género y periodismo son fundamentales para que los profesionales de los medios de comunicación comprendan la importancia de incluir la perspectiva de género en su trabajo (Carter, Steiner y Allan, 2019). Además, el uso de fuentes y expertas mujeres ayuda a garantizar una representación equitativa de los puntos de vista y experiencias de las mujeres en la cobertura periodística (IWMMF, 2011).

El análisis crítico y reflexivo de género en la cobertura periodística es otro aspecto clave, evitando la reproducción de estereotipos y tratando los temas relacionados con las mujeres de manera justa y equilibrada (Van Zoonen & Van Zoonen, 1994). Asimismo, el uso de un lenguaje inclusivo y no sexista es esencial para evitar la reproducción de desigualdades de género y promover una comunicación igualitaria (Grijelmo, 2021).

Finalmente, el equilibrio en la representación de mujeres y hombres en la cobertura periodística es crucial para evitar la subrepresentación o marginalización de las mujeres en los medios de comunicación. Siguiendo estas buenas prácticas, se puede avanzar hacia una cobertura más inclusiva y equitativa, promoviendo la igualdad de género en el periodismo (Goodyear-Grant, 2013).

Las buenas prácticas en la inclusión de la perspectiva de género en el periodismo requieren de sensibilización, formación, uso de fuentes y expertas mujeres, análisis crítico de género, lenguaje inclusivo y equilibrio en la representación. Al aplicar estas prácticas, los medios de comunicación pueden contribuir a promover una sociedad más igualitaria y justa.

2.5.2. Políticas y medidas que se están implementando para combatir la discriminación de género en los medios de comunicación

En los últimos años, se han implementado diversas políticas y medidas para combatir la discriminación de género en los medios de comunicación. Estas acciones buscan promover la igualdad de oportunidades, la representación equitativa y la eliminación de estereotipos de género en la industria mediática. A continuación, se presentan algunas de las políticas y medidas destacadas respaldadas por la bibliografía revisada.

- **Cuotas de género:** una medida utilizada en algunos países es la implementación de cuotas de género en los medios de comunicación, que establecen un porcentaje mínimo de mujeres en puestos de liderazgo y toma de decisiones. Estas cuotas buscan corregir la subrepresentación de las mujeres y promover la igualdad de oportunidades (UNESCO, 2015).
- **Guías de estilo y políticas internas:** muchos medios de comunicación han implementado guías de estilo y políticas internas que promueven la igualdad de género y la no discriminación. Estas guías incluyen recomendaciones sobre el uso de un lenguaje inclusivo y no sexista, la representación equilibrada de hombres y mujeres en la cobertura periodística y la eliminación de estereotipos de género (The Guardian, 2022).
- **Capacitación y sensibilización:** la capacitación y sensibilización de los profesionales de los medios de comunicación es una estrategia fundamental para combatir la discriminación de género. La formación en perspectiva de género y diversidad ayuda a los periodistas a reconocer y abordar los sesgos y estereotipos de género en su trabajo. Destaca la importancia de la capacitación para cambiar las prácticas y actitudes discriminatorias (Davidson, 2017).
- **Monitoreo y auditoría de género:** realizar un monitoreo sistemático y una auditoría de género en los medios de comunicación permite evaluar la representación y el tratamiento de género en la cobertura periodística. Estas herramientas ayudan a identificar desequilibrios y sesgos de género, y permiten tomar medidas correctivas (The Communication Initiative Network, 2020).
- **Alianzas y redes de apoyo:** la creación de alianzas y redes de apoyo entre los medios de comunicación, organizaciones de mujeres y grupos defensores de los derechos de género es esencial para promover el intercambio de buenas prácticas, la colaboración y la presión colectiva para la implementación de medidas contra la discriminación de género (UNESCO, 2015)

Ainara Corredoira Rebolo

En conjunto, estas buenas prácticas contribuyen a una mayor inclusión de la perspectiva de género en el periodismo, permitiendo una representación más justa y equitativa de las mujeres y una cobertura más completa y diversa de los temas relacionados con el género.

3. Objetivos e hipótesis

Para establecer los objetivos del presente trabajo de investigación, se han fijado dos propósitos principales, a partir de los cuales se establecieron el resto de los objetivos de carácter específico. El estudio pretende analizar la discriminación de las mujeres en los espacios de opinión del portal digital del diario *La Voz de Galicia* para, de esta forma, conocer la implicación del medio en términos de discriminación de género en dichos espacios.

A partir de estas pretensiones, surgen otros fines específicos que pretenden contribuir al conocimiento sobre la discriminación de género en los medios de comunicación gallegos y promover una reflexión crítica sobre la importancia de la representación igualitaria de género en los espacios de opinión. Así, se busca observar la línea de trabajo de *La Voz de Galicia* en materia de género a través de la identificación de patrones y tendencias en la representación de las mujeres en los espacios de opinión analizados. La experiencia personal de periodistas que han colaborado con el diario también es de interés para el trabajo.

Objetivos principales:

- Como se ha señalado en los párrafos anteriores, uno de los objetivos principales del trabajo es la identificación de patrones y tendencias en la representación de las mujeres en los artículos de opinión y columnas de opinión en el diario *La Voz de Galicia*. Para ello, es necesario llevar a cabo un análisis riguroso y sistemático de los textos publicados, prestando atención a aspectos como la frecuencia de aparición de mujeres como autoras o la temática de los artículos. Este análisis permitirá conocer con mayor precisión la situación de las mujeres en los espacios de opinión de este medio en particular y permitirá la comparación con otros medios para tener una visión más amplia del panorama.
- Discutir las implicaciones de la discriminación de género en los espacios de opinión, tanto en términos de la representación de las mujeres como en la percepción que se tiene de ellas en la sociedad. La discriminación de género en dichos espacios puede tener un impacto significativo en la manera en que las mujeres son percibidas por los receptores de la información de un medio, limitando sus oportunidades de participación y generando estereotipos y prejuicios que refuerzan su marginación y exclusión. También puede tener un efecto desmovilizador sobre las

mujeres, desalentándolas a participar en la esfera pública y limitando su capacidad de influir en las decisiones que les afectan.

Objetivos específicos:

- Identificación de la presencia de mujeres en los espacios de opinión de *La Voz de Galicia* a través del análisis de la frecuencia con la que estas aparecen como autoras en los artículos de opinión y columnas del medio. Dicho análisis posibilitará la evaluación de la representación equitativa de género en el diario gallego.
- Análisis de la temática de los artículos de opinión escritos por mujeres y por hombres en *La Voz de Galicia*. De esta forma, se podrá conocer si existen diferencias en los temas que se les permiten abordar a ambos y si se les otorga un espacio igualitario para hablar de temas relevantes.
- Estudio del posicionamiento de las mujeres en los espacios opinativos. A través de la evaluación de las diferencias en el posicionamiento tanto de mujeres como de hombres en los espacios objeto de estudio se podrá evaluar si se les permite expresar opiniones con la misma frecuencia y en igualdad de condiciones.
- Evaluación del impacto de la discriminación de género en los espacios de opinión de *La Voz de Galicia*, tanto para las mujeres como para la sociedad en su conjunto. A partir del análisis de dichas implicaciones, se podrá analizar como la discriminación de género en estos espacios puede afectar a la participación de las mujeres en la esfera pública y como puede generar estereotipos que refuerzan su marginación y exclusión.

La revisión de la bibliografía realizada, así como la aproximación al estado de la cuestión de la discriminación de las mujeres en los espacios de opinión de *La Voz de Galicia* dio lugar a cuatro hipótesis. Como se puede observar a continuación, están centradas principalmente en la presencia de la firma de una mujer en dichos espacios, así como en las temáticas en las que predomina y la situación de esta en términos generales en este medio de comunicación.

H1. Existe una menor presencia de mujeres en los espacios de opinión de La Voz de Galicia.

Se parte de la idea de que, en general, existe una menor presencia de mujeres en los espacios de opinión de los medios de comunicación. Según el informe “As mulleres e a opinión nos principais xornais galegos” elaborado por la asociación *Xornalistas Galegas* en el año 2019, sólo el 15,5% de los artículos de opinión de los principales

periódicos gallegos están firmados por mujeres. Por lo tanto, se podría dar el caso de que en *La Voz de Galicia* también exista una menor presencia de mujeres en dichos espacios.

H2. Existe una menor diversidad temática en los artículos de opinión escritos por mujeres.

En general, se espera que las mujeres escriban sobre temas catalogados como “femeninos”, por ejemplo: la familia, la moda o la belleza. Mientras, se les niega la posibilidad de escribir sobre temas “serios” como política o economía. Por ello, en *La Voz de Galicia* también podría existir una menor diversidad temática en los artículos de opinión escritos por mujeres.

4. Metodología

El proceder de esta investigación está marcado por un diseño metodológico que surge de la combinación de varias técnicas. Esta forma de abordar la investigación se conoce como “métodos mixtos” (McKim, 2017) o “triangulación” (Jick, 1979). En esta línea, Normal K. Denzin (1978, p. 291) se refiere a este concepto como la mezcla de metodologías para el análisis de un mismo fenómeno. A su vez, el análisis con métodos mixtos es una modalidad de investigación que conlleva el trabajo con datos cualitativos y cuantitativos para conseguir una comprensión más completa del problema del estudio (Creswell, 2013). Estas observaciones ya fueron empleadas en el ámbito de la antropología y de la sociología (Johnson et al., 2007), aunque su uso no fue extendido hasta la segunda mitad del siglo XX.

Precisamente, como no existe ninguna técnica que permita analizar un objeto de estudio desde todas sus perspectivas, la combinación de dos paradigmas de investigación permite equilibrar las debilidades de uno con las potencialidades de otro (Jick, 1979). De esta manera, la triangulación o los métodos mixtos establecen una mayor validación de los datos y permiten una mayor comprensión del objeto, incrementándose las posibilidades de que pueda ser entendido en su conjunto (Hurmerinta-Peltomäki & Nummela, 2006).

Siguiendo lo expuesto anteriormente, este trabajo pretende comprender lo mejor posible la discriminación del papel de las mujeres en los espacios de opinión. Para poder abordar este fenómeno y como se recoge a continuación, se utilizarán técnicas de naturaleza cualitativa, así como de otras con intención cuantitativa. Los resultados obtenidos nacen de la aplicación de tres tipos de métodos de investigación: el análisis de contenido, el estudio de caso y la entrevista. Mediante su uso, la utilización de herramientas ya existentes y la creación de otras propias y específicas para la investigación que se aborda se pretende aproximarse a la discriminación que sufren las mujeres en el ámbito comunicativo, más concretamente, en los espacios de opinión en la comunidad gallega, con el fin de identificar patrones y tendencias en la representación de las mujeres en dichos espacios.

4.1. Análisis de contenido

La primera de las metodologías empleadas en este trabajo es el análisis de contenido, que forma parte de la propuesta cuantitativa de la triangulación. Se trata de una técnica con un uso acusado en el marco de las ciencias sociales, como en la sociología o en las ciencias de la comunicación. Este método posibilita abordar cualquier tipología de discurso, así como los productos mediáticos en los que permite estudiar la estructura, la forma, los elementos básicos y la actividad de estos componentes (Igartua, 2006, p.

181). El origen de las revisiones cuantitativas de publicaciones físicas se sitúa en el siglo XVIII (Krippendorff, 2004, p. 10), aunque su evolución se aceleró en los últimos años con la incorporación de los sistemas digitales. El empleo de esta técnica necesita pasar por una serie de fases que parten de la formulación inicial del tema, la conceptualización y la operacionalización, hasta el diseño de la ficha de análisis, el muestreo y el posterior análisis para la redacción de la investigación (Igartua, 2006, pp. 201-216).

Una de las decisiones a tomar antes de iniciar la etapa de análisis de contenido es delimitar los materiales sobre los que se va a trabajar y que van a formar parte de la muestra. Para el caso que abordamos, en el que los protagonistas son elementos difundidos por un medio de comunicación en concreto, existía la posibilidad de conocer los patrones de trabajo en el diario digital a partir de un sistema de muestreo. No obstante, como se trata de un canal consolidado en el espacio social desde hace años, la decisión tomada fue acometer un estudio que comprendiese todas aquellas piezas de opinión elaboradas desde el inicio hasta el final del año 2022 en el diario. Además, como se detalla posteriormente, se ha seleccionado el portal digital de *La Voz de Galicia*, por lo que la revisión sistemática no comprende un volumen tan desmesurado de contenidos y permite conseguir unas conclusiones más ajustadas en la forma en la que el medio consigue una representación adecuada de las mujeres en los espacios de opinión.

La propuesta del presente estudio persigue el objetivo de identificar patrones y tendencias en la representación de las mujeres en los artículos de opinión y columnas de opinión, y discutir sus implicaciones en términos de discriminación de género en los espacios de opinión del portal digital de *La Voz de Galicia*. A través de este análisis, se espera contribuir al conocimiento sobre la discriminación de género en los medios de comunicación gallegos y promover una reflexión crítica sobre la importancia de la representación igualitaria de género en los espacios de opinión. La selección fue una de las dificultades en lo que respecta a los procedimientos para el estudio de las piezas publicadas en el portal digital. La elección de la *web* de *La Voz de Galicia* responde a varios criterios.

Contar con el portal digital de este diario responde a un criterio de conveniencia, ya que se está hablando del quinto periódico más leído en el territorio español y líder en Galicia, que se corresponde con el ámbito geográfico en el que se desarrolla el estudio. A su vez, al incorporar una revisión de la política editorial del periódico, se puede determinar su posición y compromiso en materia de igualdad de género y no discriminación, unas líneas de actuación que van a estar directamente influenciadas por la titularidad del medio.

El diario *La Voz de Galicia* se posicionó como el periódico líder durante la tercera ola de año 2022, correspondiente a la encuesta realizada por el Estudio General de Medios (EGM). De esta forma, y como se ha detallado anteriormente, se posicionaba

como el quinto periódico a nivel nacional y mantenía su liderazgo en la comunidad gallega. Así mismo, se erigía como el medio con mayor crecimiento (un 3,3%) en España, traducándose también al ámbito gallego con una subida del 2,7% e incrementando su ventaja con respecto al segundo diario gallego, *Faro de Vigo*, y dejando muy atrás al tercero en la clasificación, *El Progreso de Lugo* («La Voz es el quinto diario español más leído y es el que más crece», 2022).

El periódico llega en la comunidad gallega a 341.000 lectores, lo que supone que seis de cada diez personas que se informan cada día a través de la prensa en el territorio leen *La Voz de Galicia*. El segundo en el ranking, *Faro de Vigo*, alcanza a un 24% de los lectores («La Voz es el quinto diario español más leído y es el que más crece», 2022).

En cuanto a la selección de las piezas a analizar, para poder estudiar los artículos de opinión, que es el objetivo del trabajo que se aborda, se seleccionaron los contenidos disponibles en el portal del diario. De esta forma y, tras su revisión, se asegura que los resultados obtenidos respondan a la estrategia seguida en los contenidos opinativos. De esta forma, quedan fuera del objeto de estudio las actuaciones marcadas en el diario impreso ya que, su acceso es limitado.

4.1.1. Descripción de la ficha de análisis

Tras establecer diversos criterios de inclusión y exclusión de los canales y elementos sobre los que se iba a realizar la investigación, se procede a continuación a la descripción de la ficha de análisis aplicada a todas las publicaciones que se identifican como artículos de opinión revisados en la *web* del medio de comunicación seleccionado. El instrumento de investigación empleado, recreado en la tabla 1, se dispuso de elementos que permiten entender el papel de juegan las mujeres dentro de las piezas de opinión en el portal digital de la empresa mediática, así como aquellas secciones en las que más opinan.

La realización de esta ficha de análisis se corresponde con las necesidades y objetivos de la investigación y nace de la incorporación y adaptación parcial de otras herramientas similares empleadas en una investigación anterior: *As mulleres e a opinión nos principais xornais galegos* (Xornalistas Galegas, 2019). Tomando este informe como punto de referencia, junto con aportaciones propias, se ha creado un nuevo instrumento de registro que permite dividir el análisis en varias partes. Así, se recogen los datos y se analizan de forma tanto individual como en conjunto de forma posterior.

Tabla 1. Ficha de análisis aplicada a cada una de las piezas de opinión publicadas en el portal *web* de *La Voz de Galicia* durante el año 2022.

Descripción	URL	
	Temática	
	Fecha	
	Año	
	Medio	
	Fecha de observación	
	Titular	
Sección	Deportes	
	Tema del día	
	Economía	
	Mar	
	Galicia	
	Sucesos	
	Opinión	
	Sociedad	
	España	
	Mundo	
Tipo	Artículo de opinión	Columna
Escrito por una mujer	Sí/No	
Anotaciones		

Fuente: elaboración propia

Como se puede observar en la tabla 1, el primer apartado de la ficha se corresponde con la descripción de las características generales de cada publicación. En un primer lugar se encuentra la dirección *URL* en la que se puede encontrar la pieza para así permitir una rápida y fácil localización del recurso. También se recoge la temática (*Mundo, Covid-19, Política, Sociedad, Economía, España, Ucrania, Galicia, Violencia de género, Salud, Mar, Medioambiente, Tecnología, Deporte y Cultura*) en la que se clasifica la pieza y que resulta de gran utilidad en la investigación a la hora de observar cuáles son los patrones temáticos predominantes, así como la fecha en la que se publicó y el año en el que se realizó. Además, se incluye el medio de comunicación al que pertenece (*La Voz de Galicia*, al ser el diario que se analiza), la fecha en la que se realizó la observación y el titular que la acompaña.

El siguiente apartado busca analizar la sección en la que se ha publicado la correspondiente pieza, ya que contar con la opinión formada de más mujeres es imprescindible para que la prensa cumpla con su exigencia innata de pluralidad y represente de forma más fiel a la sociedad a la que sirve (Xornalistas Galegas, 2019). Por ello, se clasificarán las piezas en base a si pertenecen a la sección *Deportes, Tema del día, Economía, Mar, Galicia, Sucesos, Opinión, Sociedad, España* o *Mundo*.

El siguiente nivel de análisis profundiza en las características formales de las piezas revisadas, para así determinar si se trata de un artículo de opinión (género periodístico que refleja la interpretación que su autor hace sobre asuntos de la actualidad informativa, se trata de un texto en el que se interpretan las noticias más recientes y su estructura goza de absoluta libertad) o si se trata de una columna (modelo de artículo en el que su autor/a dispone de total libertad para emitir sus juicios sobre los asuntos que considere oportunos, y lo hace en un medio en el que cuenta con una ubicación, una extensión y una periodicidad fijas (Mesa, 2004)).

El cuarto apartado hace alusión a la autoría de la pieza en cuestión, indicando si ha sido escrita por una mujer o por un hombre y que busca determinar si la empresa mediática gallega apuesta por la paridad, o si, por el contrario, la opinión en sus páginas es fundamentalmente masculina (Xornalistas Galegas, 2019). Por último, se incluye un apartado que se corresponde con las anotaciones, en el que se indicaron diferentes aspectos relevantes a la hora de realizar la investigación y que no aparecen en la tabla de análisis.

La tabla descrita fue aplicada a 178 piezas de opinión de *La Voz de Galicia* publicadas en su portal digital www.lavozdegalicia.es. Estas fueron publicadas entre enero y diciembre del año 2022 y su revisión tuvo lugar en el mes de mayo del 2023. La distribución de las piezas entre las diferentes temáticas tiene lugar de la siguiente manera: 61 (Política), 22 (España), 19 (Mundo), 14 (Sociedad), 10 (Galicia), 10 (Salud), 9 (Ucrania), 7 (Economía), 6 (Violencia de género), 6 (Cultura), 4 (Covid-19), 2 (Mar), 2 (Tecnología), 1 (Medioambiente) y 1 (Deporte). El resultado de la realización de este análisis está a disposición de cualquier persona en el repositorio en abierto *Zenodo*, a través del siguiente enlace: <https://zenodo.org/record/8045081>

Todos los datos obtenidos en el desarrollo de la aplicación de la herramienta empleada para la investigación y que fue detallada a lo largo de este apartado fueron recogidos en una hoja de cálculo —*Google Spreadsheets* según su denominación comercial— de la proveedora de servicios y *software Google*. Sobre ella, además, fueron realizados los correspondientes cálculos necesarios para conocer los parámetros de publicación de artículos de opinión por parte de una mujer y que serán explicados en los resultados de la investigación.

4.2. Estudio de caso

Con respecto a esta técnica, es difícil establecer una definición sobre su método, ya que no existe un acuerdo entre los teóricos sobre su conceptualización. De esta forma, existen diferentes explicaciones que intentan delimitar el procedimiento, como las que señalan que la profundidad de esta modalidad de investigación es menor, al corresponderse con un método que aplica técnicas diferentes, por ejemplo, el análisis de contenido, a unos casos determinados (Van Wynsberghe e Khan, 2007).

La dificultad de estos casos, que pueden corresponderse con un sujeto individual, con un conjunto o con una comunidad (Gillham, 2000, p. 1), es variable. No obstante, la búsqueda de una respuesta a las preguntas de la investigación propuesta sigue presente en este enfoque metodológico, por lo que mediante la consulta de diferentes fuentes de información se limitan las posibles debilidades que conlleva (Gillham, 2000, pp. 1-2).

El objetivo que se persigue al incorporar esta perspectiva en la investigación es la identificación de la estrategia de *La Voz de Galicia* con respecto a la representación de las mujeres en los artículos de opinión y columnas de opinión. Con esta perspectiva, se busca examinar una serie de aspectos determinados para así discutir su implicación en términos de discriminación de género en dichos espacios. A través de su estudio, se puede abordar la descripción de su línea de trabajo con respecto a la inclusión de las mujeres en el ámbito comunicativo. De nuevo, la opinión guía a quien camina por los mares de información que asaltan a la población cada día. La opinión es periodismo, y la opinión, en Galicia es fundamentalmente masculina, con siete artículos firmados por hombres por cada mujer que opina (Xornalistas Galegas, 2019). A su vez, para no limitar el estudio de caso a la visión publicada por los propios agentes comunicativos, se ha completado el estudio con la selección de una serie de trabajos elaborados por teóricos de la comunicación que profundizan en la perspectiva abordada.

Aunque esta técnica metodológica no es el procedimiento fundamental dentro del que se emplean el resto de las propuestas, es un elemento más que comparte espacio con el análisis de contenido y la entrevista. A través de la utilización de las tres técnicas, se pretende dar una respuesta más completa a los objetivos, preguntas e hipótesis expuestas. De tal forma que, para estudiar la discriminación de las mujeres en los espacios de opinión, se emplean las otras dos metodologías seleccionadas, el análisis de contenido —ya descrita anteriormente— y de las entrevistas con algunas de las profesionales que abordan esta cuestión en los medios y asociaciones gallegas —que serán explicadas a continuación—. Gracias al uso y a la aplicación de estos dos tipos de estudio en las publicaciones del medio, será posible entender como es la estrategia del medio y, concretamente en qué medida se favorece la presencia de las mujeres en los espacios de opinión de *La Voz de Galicia*.

4.3. Entrevista

La última técnica metodológica empleada en el marco de la realización del proceso de investigación es la entrevista. La utilización de esta técnica ha permitido fortalecer el conocimiento adquirido a través de la obtención de datos mediante la tabla de análisis. Además, ha posibilitado conocer de una manera directa aquellos aspectos relacionados con la discriminación de las mujeres en la comunicación o la forma de abordar esta situación por parte de las profesionales de los medios.

4.3.1. Entrevista como técnica metodológica

La entrevista es una herramienta de gran utilidad en el ámbito de la investigación. Canales propone la siguiente definición para esta técnica (He et al., 2017):

"Entrevista es la comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el sujeto de estudio, a fin de obtener respuestas verbales a los interrogantes surgidos sobre el problema propuesto".

Aunque existe una gran diversidad de tipologías que fueron elaboradas por numerosos autores a lo largo de los años, a continuación, se expone la siguiente propuesta (García et al., 2013) según la estructura y diseño de la entrevista:

- **Entrevistas estructuradas:** se caracterizan por una planificación previa por parte del entrevistador, elaborando un importante cuestionario en forma de guion secuenciado. Al ser las preguntas de tipo cerrado, el entrevistado no puede realizar ningún tipo de comentario o apreciación. Las respuestas son concisas y exactas.
- **Entrevistas semiestructuradas:** el investigador lleva un guion previo. Se relacionan temas para una mejor comprensión del relato del entrevistado. Las preguntas son abiertas y el entrevistado puede matizar las respuestas. Requieren un alto grado de concentración por parte del entrevistador.
- **Entrevistas no estructuradas o abiertas:** no se establece un cuestionario previo, si no que se construye a medida que el entrevistado responde. Es necesario un trabajo de documentación previo para que no exista un desvío en las respuestas.

Según el momento en el que se realiza la entrevista, se diferencia:

- **Entrevista inicial, exploratoria o de diagnóstico:** se define por identificar los aspectos más importantes de una situación. Debe realizarse en los primeros estadios de una investigación. Permite predecir tendencias a futuro. No es necesario que tenga un formato estructurado.

- **Entrevista de desarrollo o seguimiento:** describe la evolución o proceso de la investigación o de un aspecto concreto dentro de esta. Posibilita un conocimiento en profundidad.
- **Entrevista final:** se realiza para contrastar información o incorporar ciertos matices al proceso de investigación. La estructura es variable, dependiendo de los objetivos de la investigación.

La entrevista es un recurso de gran utilidad, ya que permite obtener un conocimiento más completo y en profundidad, además de poder resolver las dudas que surgen durante el transcurso de la investigación. Se utiliza con éxito en estudios descriptivos y en las fases de exploración, para recoger datos. Aunque es importante que se acompañe con otras herramientas de estudio adaptadas a la investigación (He et al., 2017).

Así mismo, la entrevista aporta numerosas ventajas al proceso de recogida de datos. Como señala Heinemann (He et al., 2017):

- Permite conocer aquellos aspectos que no se pueden observar a simple vista, como, por ejemplo: opiniones, emociones o valoraciones.
- No se limita a un espacio o tiempo determinados, pues se puede preguntar por hechos que tuvieron lugar en el pasado o por situaciones relacionadas con el futuro.
- Puede orientarse hacia un objetivo o tema concreto.
- Observación propia y ajena, ya que permite que se aporten puntos de vista personales y observaciones formuladas a otra persona.

4.3.2. Realización de las entrevistas

Desde el momento en el que se escoge la entrevista como herramienta para recoger datos e información para poder realizar la investigación, se lleva a cabo un procedimiento específico adaptado a este caso concreto que se describe a continuación.

4.3.2.1. Diseño del cuestionario y estructuración de las entrevistas

La tipología seleccionada para la realización de las entrevistas fue la de entrevista semiestructurada. Se elaboró un cuestionario previo, aunque la profesional podía realizar cualquier apreciación o valoración que considerase pertinente en relación con el tema tratado. Las preguntas no se limitaron únicamente al medio *La Voz de Galicia*, sino que también se abordaron cuestiones relativas a la discriminación de las mujeres

en el ámbito comunicativo y a experiencias vividas por las propias profesionales entrevistadas.

El cuestionario realizado para llevar a cabo las entrevistas se sitúa en los anexos al final del documento. Aunque, al tratarse de una entrevista semiestructurada, hubo cuestiones que fueron modificadas o incluso suprimidas. Las preguntas se pueden clasificar en 5 bloques de preguntas como se enuncia a continuación:

- Sobre la libertad de expresión en el contexto periodístico actual. Cuestiones relacionadas con la censura que existe actualmente en la opinión expresada por los profesionales de la comunicación en las redacciones y artículos.
- Sobre la discriminación de las mujeres en la opinión. Preguntas relativas a la discriminación y violencia basadas en el género contra las profesionales por el ejercicio de su profesión.
- Sobre la censura de la opinión de las periodistas en cuestiones de debate público. Preguntas relativas a una censura consciente por parte de los altos cargos de los medios en lo referente al criterio personal de las mujeres en determinados temas.
- Sobre la falta de mujeres en puestos de poder en las redacciones. Cuestiones relacionadas con la problemática que supone que las mujeres sean minoría en los puestos de poder en los medios y su relación con esa mayor violencia contra las periodistas en lo referente a su libertad de expresión.
- Sobre su experiencia personal. El último bloque de preguntas está destinado a aquellas cuestiones destacables que son relativas a aquellas situaciones que las periodistas han tenido que vivir a lo largo de su trayectoria profesional y que están relacionadas con la coerción de su libertad de expresión.

A pesar de que estos fueron los principales bloques temáticos en los que se basó lo importante de las entrevistas, las cuestiones fueron adaptadas al perfil de cada una de las entrevistadas. Esto significa que fueron modificadas de acuerdo con parámetros contextuales, mediáticos o incluso geográficos en los que estas desarrollan su actividad profesional. De una forma general, las cuestiones se han centrado en los cinco bloques anteriormente descritos y creados específicamente de acuerdo con las características de la investigación. Las preguntas han aportado un valor añadido a los datos obtenidos previamente mediante el análisis de contenido. Gracias al empleo de ambas técnicas, ha sido posible estudiar la discriminación de las mujeres en los contenidos de opinión en la comunidad gallega. Se ha aportado también una perspectiva más profunda

gracias a la formación y cargos del panel de entrevistadas con el que ha contado y que se detallará en el siguiente apartado.

4.3.3. Panel de entrevistadas

La elección de las profesionales que componen el panel de expertas viene dada por una voluntad de disponer de un abanico variado de comunicadoras especializadas en la discriminación que sufren las profesionales en los medios de comunicación. De esta forma, se consigue representar su situación actual en el paisaje mediático gallego mediante los datos aportados por cada una de ellas. Así, las entrevistas funcionan como fuente que permitirá comprender lo relativo a su presencia en las piezas de opinión, algunas de ellas analizadas mediante el empleo de la tabla de análisis. A través de la combinación de los datos de carácter cuantitativo obtenidos previamente y el valor añadido que han aportado las profesionales que integran diferentes empresas mediáticas y asociaciones de comunicadores ha sido posible realizar un relato en mayor profundidad sobre el papel de las mujeres en el contexto periodístico actual.

Tabla 2. Panel de expertas.

Nombre	Estudios y cargo profesional	Fecha de la entrevista
Alba Taladrid Díez	Periodista y especialista en relaciones institucionales. Presidenta de la asociación <i>Xornalistas Galegas</i> y colaboradora habitual de medios como <i>Nós Diario</i> o <i>La Voz de Galicia</i>	03/05/2023
Lucía Rodríguez Peña	Periodista y vocal de <i>AGARESO</i> (Asociación Gallega de Comunicación para el Cambio Social). Colaboradora habitual de medios como <i>Cadena Ser</i> o <i>La Voz de Galicia</i>	12/05/2023
Sofía Vázquez García	Periodista y redactora jefa de Organización y Opinión en <i>La Voz de Galicia</i> . Especializada en periodismo económico	30/05/2023

Fuente: elaboración propia

Para conseguir esto, se consideró necesario contactar con aquellas periodistas que han colaborado en las secciones de opinión de *La Voz de Galicia* y que tienen un papel destacado en la lucha activa por la igualdad de mujeres y hombres en las redacciones de los medios gallegos desde sus respectivas asociaciones. En lo referente a las cifras de esta fase de la investigación, se ha contado con un total de 3 periodistas que se encuentran en activo y, como se ha señalado, han colaborado en alguna ocasión con el medio objeto de estudio. Como se puede observar en la tabla 2, el panel de expertas permite conocer la identidad de las personas que han colaborado en esta fase del proyecto, junto con los medios en los que desarrollan su trayectoria profesional en el momento en el que se realizó la entrevista y la fecha de esta.

El panel de entrevistadas con el que se ha contado para esta fase de la investigación se rige por una función determinada de las profesionales en la asociación con la que colaboran o medios en los que trabajan, pues luchan de forma activa contra la discriminación de las mujeres y así lo expresan con su trabajo. En cuanto a la experiencia en este ámbito, resulta más variada.

En lo referente al desarrollo de las entrevistas, estas han tenido lugar de forma telemática, por vía telefónica y contaron con una duración aproximada de 15 minutos. Las conversaciones fueron grabadas en audio y fueron transcritas posteriormente, a excepción de la entrevista con Sofía Vázquez García, ya que se limitó a un breve cuestionario. Gracias a las aportaciones realizadas por las periodistas entrevistadas se añadirá a la investigación el punto de vista de aquellas profesionales que trabajan de forma diaria en las secciones de opinión de distintos medios. Así, se completa la información obtenida mediante el análisis de contenido con aquellas valoraciones aportadas por las profesionales que sufren este tipo de violencia en su trabajo diario.

5. Resultados

5.1. Análisis de la estrategia digital de *La Voz de Galicia*

La estrategia digital de *La Voz de Galicia* ha sido fundamental para mantener su relevancia en un entorno mediático en constante evolución. Desde febrero del año 2010, se encuentra bajo la dirección de Tomás García Morán, encargado en la actualidad de la transformación de las redacciones y la estrategia comercial de suscripciones.

En primer lugar, es importante destacar la sólida presencia en línea del periódico. A través de su sitio *web*, ofrece a los lectores una plataforma donde pueden acceder a noticias actualizadas, reportajes de investigación, opiniones de expertos y una amplia gama de contenido multimedia. Esta presencia digital ha permitido que el medio amplíe su alcance más allá de las fronteras geográficas de Galicia y llegue a una audiencia global.

Una de las fortalezas de la estrategia digital de *La Voz de Galicia* es su enfoque en la personalización y la interacción con los lectores. Mediante la implementación de herramientas como los comentarios en línea, los foros de discusión y las encuestas, el periódico ha creado una comunidad en línea donde los lectores pueden expresar sus opiniones, debatir temas de actualidad y participar activamente en la generación de contenido. Esta interacción bidireccional no sólo fomenta la fidelidad de los lectores, sino que también proporciona valiosa retroalimentación para mejorar la calidad y relevancia de la información ofrecida.

Además de su sitio *web*, el medio ha sabido adaptarse al creciente uso de dispositivos móviles a través del desarrollo de una aplicación móvil. La aplicación permite a los usuarios acceder de manera rápida y sencilla a las noticias más relevantes, recibir notificaciones en tiempo real sobre eventos importantes y personalizar su experiencia de lectura. Esta adaptación a las plataformas móviles ha sido clave para mantenerse conectado con una audiencia cada vez más móvil y garantizar la accesibilidad y conveniencia de su contenido.

Otro aspecto destacado de la estrategia digital analizada es su presencia en las redes sociales. El periódico ha logrado una sólida presencia en plataformas como *Twitter*, *Facebook*, *Instagram* y *TikTok* donde se comparte noticias de última hora, titulares destacados y contenido exclusivo. La participación en las redes sociales ha permitido que el diario llegue a una audiencia más amplia y atraiga a nuevos lectores. Además, las redes sociales brindan una plataforma para la interacción directa con los lectores,

la respuesta a preguntas y comentarios, y la promoción de eventos y campañas especiales.

En cuanto a la monetización, *La Voz de Galicia* ha implementado una estrategia de suscripción digital. A través de un modelo de pago por contenido, los lectores pueden acceder a noticias y artículos exclusivos, así como a características adicionales como boletines informativos personalizados. Esta estrategia ha demostrado ser exitosa en la generación de ingresos y en el mantenimiento de la sostenibilidad económica del periódico en un entorno digital donde el acceso gratuito a la información es común.

Por lo tanto, se puede señalar que la estrategia digital del medio gallego destaca por su sólido posicionamiento en línea, la interacción con los lectores, la adaptación a las plataformas móviles, la presencia en redes sociales y la implementación de un modelo de suscripción digital. Estas estrategias han contribuido significativamente al éxito y la relevancia del periódico, permitiéndole mantenerse a la vanguardia de la industria de los medios de comunicación y satisfacer las demandas de una audiencia cada vez más digital.

5.2. Análisis de la estrategia de contenidos de opinión de *La Voz de Galicia*

La estrategia de contenidos de opinión de *La Voz de Galicia* es una parte fundamental de su propuesta editorial. Como señala Sofía Vázquez García, periodista y redactora jefa de Organización y Opinión en el medio gallego: “La sección de opinión es muy importante, es el corazón del periódico”. El diario ha logrado establecerse como una plataforma confiable y respetada para la expresión de diferentes puntos de vista y debates en Galicia y España en general. A través de una cuidadosa selección de columnistas y colaboradores, el medio ha construido una sólida reputación en la generación de contenido de opinión de alta calidad y relevancia.

Una de las fortalezas de la estrategia de contenidos de opinión del diario es la diversidad de voces representadas. El periódico se ha esforzado por incluir una amplia gama de perspectivas políticas, sociales y culturales en su sección de opinión. Esto se traduce en una experiencia enriquecedora para los lectores, ya que pueden encontrar una variedad de enfoques y argumentos sobre temas de actualidad. Al incluir voces disidentes y promover el debate saludable, el medio contribuye a una sociedad democrática y pluralista.

Otro aspecto destacado de la presente estrategia de contenidos de opinión es su enfoque en la calidad y el rigor de los artículos. El periódico se asegura de que sus columnistas y colaboradores sean expertos en sus respectivos campos, lo que garantiza que los lectores tengan acceso a opiniones fundamentadas y bien

fundamentadas. Además, *La Voz de Galicia* fomenta la investigación y el análisis profundo, brindando a los escritores el espacio y el tiempo necesario para desarrollar sus ideas y presentar argumentos sólidos.

La interacción con los lectores es otro aspecto clave de la estrategia de contenidos de opinión de *La Voz de Galicia*. A través de la implementación de secciones de comentarios en línea y la promoción de debates en redes sociales, el periódico fomenta la participación de los lectores en los temas discutidos en los artículos de opinión. Esta interacción bidireccional no sólo permite a los lectores expresar sus propias opiniones, sino que también enriquece el contenido al agregar perspectivas adicionales y diferentes puntos de vista.

Además, el medio ha logrado mantener la independencia y la imparcialidad en su estrategia de contenidos de opinión. Aunque el periódico tiene una línea editorial clara, se asegura de proporcionar espacio a diversas opiniones, incluso si difieren de su propia postura. Esto contribuye a su credibilidad y confianza entre los lectores, ya que saben que pueden encontrar una amplia gama de perspectivas en sus páginas y confiar en que la información presentada es objetiva y basada en hechos.

5.2.1. Análisis de la estrategia de contenidos de opinión en el portal digital de *La Voz de Galicia*

La estrategia en los contenidos de opinión del portal digital de *La Voz de Galicia* ha sido fundamental para mantener la relevancia y el compromiso de los lectores en el entorno digital. Como se puede observar en la imagen 1, el portal se ha convertido en una plataforma donde los lectores pueden acceder a una amplia gama de artículos de opinión sobre temas políticos, sociales, culturales y económicos, entre otros.

Imagen 1. Vista general de la sección de opinión en el portal *web* de *La Voz de Galicia*.



Fuente: www.lavozdeg Galicia.es/opinion/

Una de las fortalezas de la estrategia de contenidos de opinión del portal digital del medio gallego es la diversidad de voces representadas. El periódico ha logrado incluir una amplia gama de perspectivas y enfoques en su sección de opinión, lo que enriquece la experiencia de lectura y permite a los lectores obtener una visión más completa de los temas tratados. Al presentar opiniones divergentes, se fomenta el debate y la reflexión crítica entre los lectores.

Otro aspecto destacado de la estrategia de contenidos de opinión del portal digital del diario es la facilidad de acceso y navegación. El portal ha sido diseñado de manera

intuitiva, lo que permite a los lectores encontrar y leer los artículos de opinión de manera rápida y sencilla. Además, la inclusión de herramientas de búsqueda y etiquetas temáticas facilita la exploración de temas específicos y la lectura de opiniones relacionadas.

La interacción con los lectores es un componente clave de la estrategia de contenidos de opinión en el portal digital analizado. A través de la implementación de secciones de comentarios y la integración con las redes sociales, el portal fomenta la participación de los lectores. Los lectores pueden expresar sus opiniones, debatir ideas y compartir los artículos de opinión en sus propias redes, lo que amplía el alcance del contenido y promueve el diálogo con una audiencia más amplia.

Además, en la *web* se han implementado características interactivas para enriquecer la experiencia de lectura. Algunos ejemplos de estas características incluyen encuestas interactivas, cuestionarios y herramientas de votación. Estas funciones permiten a los lectores participar activamente en los temas tratados en los artículos de opinión, brindando una experiencia más dinámica y atractiva.

5.3. Análisis de la libertad de expresión de las periodistas en los medios de comunicación gallegos

Las entrevistas realizadas a Alba Taladrid y Lucía Rodríguez, presidenta de *Xornalistas Galegas* y miembro de *AGARESO* (Asociación Gallega de Comunicación para el Cambio Social) respectivamente, proporcionan una visión profunda de la discriminación que enfrentan las mujeres en los medios de comunicación en Galicia. A través de sus respuestas, se destacan diversos aspectos que revelan la realidad de la discriminación de género en el ámbito periodístico.

En primer lugar, Taladrid destaca la importancia de la libertad de expresión para el trabajo periodístico y cómo esta garantiza que lo que se está haciendo sea periodismo. Sin embargo, también señala que la autocensura es una de las principales amenazas que enfrentan los periodistas en la actualidad: “En la práctica nos autocensuramos con una frecuencia escandalosa”, señala.

Así mismo, Lucía Rodríguez Peña destaca la responsabilidad que tienen las periodistas de ofrecer una imagen fiel de la realidad y satisfacer las necesidades informativas de la ciudadanía. Sin embargo, relata que “tenemos que ofrecer una imagen lo más fiel posible de la realidad porque no hacerlo puede tener graves repercusiones sociales”.

En cuanto a los límites de la libertad de expresión en la producción y difusión de la información, la presidenta de *Xornalistas Galegas* destaca la importancia de los límites legales y deontológicos. Señala que “el periodismo es un servicio público que tiene que trabajar por el bien común y que tiene que intentar, en ese sentido, contar el bien

común”. Destaca además la necesidad de no caer en el *clickbait* y de no publicar información que no aporte al interés general.

La miembro de *AGARESO* plantea la protección de personas vulnerables como un límite claro. Considera que es necesario aplicar la máxima delicadeza en el tratamiento de determinadas historias. “¿Hasta qué punto puede una publicación dejar a una persona migrante, una refugiada, en riesgo de perder su vivienda, una menor, una enferma o una víctima de violencia de género expuesta a la discriminación, a la humillación a poner su vida en riesgo? Ahí sí que veo un límite claro”. Además, sugiere que se debe cuestionar en qué medida la información beneficiará a la sociedad antes de difundirla.

Taladrid comenta que, aunque existe un amparo legal para proteger la libertad de expresión de las periodistas, en la práctica hay mecanismos de presión y la autocensura que limitan esta libertad. La precariedad laboral y la falta de protección por parte de las empresas periodísticas son factores que restringen la libertad de expresión de las periodistas en su día a día. Aunque Rodríguez Peña considera que existe un marco legal suficiente en nuestro país, también señala que en el día a día de la profesión periodística no se reflexiona lo suficiente sobre los derechos que les asisten, lo que lleva a una sensación de adormecimiento y a normalizar presiones y conflictos de intereses en las redacciones.

Por otro lado, también se mencionan la precariedad laboral y las amenazas que enfrentan las periodistas en la actualidad. Lucía Rodríguez Peña resalta que la precariedad, los bajos salarios y las condiciones laborales inadecuadas dificultan la defensa de otros derechos, incluyendo la libertad de expresión. Además, apunta que “una concepción romántica que lleva a concebir la profesión como una forma de vida apasionante, pero incompatible con cualquier otro modelo que no sea el de estar 24 horas disponible sin una remuneración que lo compense, resulta muy complicado criticar sus defectos en general y la falta de libertad de expresión en particular”.

Ante una clara vulneración de la libertad de expresión en el ejercicio del periodismo, esta sugiere denunciar dicha situación. Sin embargo, reconoce que el sentido del deber choca a veces con las circunstancias personales.

5.3.1. Análisis de la discriminación de la mujer en la sección de opinión en los medios de comunicación gallegos

En relación con la discriminación de género en la profesión periodística, se destaca que las periodistas sufren agresiones y violencia basadas en su género. “Son públicas y manifiestas las expresiones violentas que se leen en sus perfiles personales en redes sociales, por ejemplo. Quizá esa exposición a la violencia lleve a muchas mujeres a

declinar las invitaciones para participar en el ámbito público”, relata la representante de *AGARESO*.

Taladrid menciona el caso concreto de las periodistas deportivas, que son víctimas constantes de agresiones verbales y humillaciones sexualizadas. “Nuestra libertad de expresión de coarta en el sentido de que somos más atacadas, por lo cual esas barreras propias para autoprotegerse, como en todos los demás ámbitos, estamos menos amparadas”, apunta. Además, señala que las mujeres están silenciadas en cuanto a visibilidad en la opinión pública y también en su presencia como fuentes y especialistas.

“En *Xornalistas Galegas* tenemos un trabajo basado en un análisis sobre la presencia de mujeres en la opinión. En la opinión, por cada artículo que hay de una mujer, hay siete de un hombre en el estudio que nosotras hicimos que fuese sobre la prensa escrita en Galicia en 2018. Probablemente la situación de hoy sea peor porque si hacemos un poco de memoria se puede recordar que 2018 fue el año de la reivindicación feminista más numerosa y sonada. Desde aquel momento, por cada artículo de una mujer hay siete artículos de un hombre. Hay un tercio, haciendo una media, en los que no hay ninguna opinión de una mujer. Con lo cual, es una obviedad que estamos silenciadas”, apunta su presidenta.

La falta de mujeres en puestos de poder en las redacciones también se vincula con la mayor violencia y discriminación que enfrentan las periodistas en cuanto a su libertad de expresión. Taladrid sostiene que la libertad está directamente relacionada con el poder y que la falta de perspectivas feministas en las cúpulas de poder de los medios contribuye a perpetuar esta situación: “Las mujeres tenemos menos cuotas de poder en los trabajos periodísticos y nuestra libertad de expresión es menor porque uno también es más libre cuánto más poderosa es”.

Las periodistas han sufrido en su propia piel dichas discriminaciones, como apunta Rodríguez Peña: “Me he visto envuelta algunas veces en ese fuego cruzado, invitada a cambiar titulares, enfoques, a “darle una vuelta” a mis informaciones, a hacerle una entrevista “amable” a alguien. Es desagradable, frustrante y carente de toda ética. Y lo más grave de todo es que ocurre de manera habitual”.

5.3.2. Análisis de las políticas de igualdad e inclusión de la mujer en la sección de opinión de los medios de comunicación gallegos

Las políticas de igualdad e inclusión de la mujer en la sección de opinión de los medios de comunicación gallegos son un aspecto clave para fomentar la representación equitativa y promover la voz de las mujeres en el ámbito de la opinión pública. Si bien es importante reconocer que cada medio tiene sus propias políticas y enfoques, se

puede analizar de manera general cómo se aborda esta cuestión en los medios de comunicación gallegos.

En primer lugar, es fundamental destacar la importancia de la diversidad de voces y perspectivas en la sección de opinión. Los medios de comunicación gallegos han mostrado un esfuerzo por incluir una variedad de opiniones, tanto de hombres como de mujeres, en sus columnas y artículos de opinión. Esto contribuye a una representación más equitativa de las voces de la sociedad y a una visión más completa de los temas tratados.

Además, se observa una tendencia a abordar temas específicos relacionados con la igualdad de género y los derechos de las mujeres en la sección de opinión. Estos temas pueden incluir la brecha salarial, la violencia de género, la participación política de las mujeres y otros desafíos que enfrentan en la sociedad actual. Al dar visibilidad a estas problemáticas, los medios de comunicación gallegos contribuyen a generar conciencia y promover el debate sobre la igualdad de género.

La participación activa de las mujeres en la sección de opinión también es un factor relevante. Es importante que los medios de comunicación gallegos promuevan y faciliten la participación de mujeres como columnistas y colaboradoras. Esto implica proporcionar espacios y oportunidades para que las mujeres expresen sus opiniones y compartan sus conocimientos y experiencias en diferentes áreas. Al hacerlo, se crea un entorno más inclusivo y se rompen estereotipos de género.

Asimismo, es fundamental que los medios de comunicación gallegos fomenten la interacción y participación de los lectores en la sección de opinión. La implementación de secciones de comentarios en línea y la promoción del diálogo en redes sociales permiten que los lectores expresen sus propias opiniones y contribuyan al debate sobre los temas tratados. Esto crea un espacio de intercambio de ideas más diverso y enriquecedor.

Por lo tanto, las políticas de igualdad e inclusión de la mujer en la sección de opinión de los medios de comunicación gallegos muestran un avance positivo hacia la representación equitativa y la promoción de la voz de las mujeres en el ámbito de la opinión pública. La inclusión de diversas voces, el abordaje de temas relacionados con la igualdad de género, la participación activa de las mujeres y la interacción con los lectores son elementos clave en estas políticas. Continuar promoviendo y fortaleciendo estas políticas permitirá avanzar hacia una sociedad más igualitaria y plural.

5.3.3. Análisis de las políticas de igualdad e inclusión de la mujer en los contenidos de opinión del portal digital de *La Voz de Galicia*

Las políticas de igualdad e inclusión de la mujer en los contenidos de opinión del portal digital de *La Voz de Galicia* reflejan el compromiso del periódico con y la promoción de la voz de las mujeres en el espacio público. El portal se ha esforzado por incluir una variedad de perspectivas femeninas en su sección de opinión, brindando una plataforma para que las mujeres expresen sus opiniones y participen en los debates sobre temas relevantes.

Como indica Sofía Vázquez García, redactora jefa de Organización y Opinión en el medio gallego: “La importancia que *La Voz de Galicia* asigna a la inclusión de voces y perspectivas de género en la sección de opinión es de prioridad absoluta. Intentamos que las voces sean múltiples”. También señala que las políticas y medidas implementadas para garantizar esta inclusión están marcadas por la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, cuyo objetivo es precisamente erradicar las diferencias entre sexos.

Una de las fortalezas de las políticas de igualdad e inclusión de la mujer en los contenidos de opinión del portal digital del medio es la diversidad de voces representadas. El periódico se ha asegurado de incluir columnistas y colaboradoras de diferentes trasfondos, profesiones y puntos de vista. Esto no solo ofrece una visión más completa y enriquecedora de los temas tratados, sino que también contribuye a la construcción de una sociedad más plural y diversa.

Además, el portal digital de *La Voz de Galicia* ha dado espacio a temas específicos relacionados con la igualdad entre mujeres y hombres o la violencia de género. Esto no sólo contribuye a visibilizar las problemáticas, sino que también promueve la reflexión crítica y el debate sobre estas cuestiones en la comunidad.

La interacción con los lectores también es un componente clave de las políticas de igualdad e inclusión de la mujer en los contenidos de opinión del portal digital del diario gallego. A través de la implementación de secciones de comentarios y la promoción del diálogo en redes sociales, el portal fomenta la participación activa de los lectores y les brinda la oportunidad de expresar sus propias opiniones sobre los temas tratados. Esto crea un espacio de intercambio y debate, donde tanto hombres como mujeres pueden contribuir con sus puntos de vista y experiencias.

La representación equitativa de mujeres expertas y líderes en diferentes campos también es un aspecto a tener en cuenta. El periódico se ha esforzado por buscar y promover la participación de mujeres expertas y líderes. Esto contribuye a romper con los estereotipos de género y promover modelos a seguir para las mujeres en la sociedad.

5.4. Representación de las mujeres como autoras de opinión en el portal digital de *La Voz de Galicia*

5.4.1. Columnas

Según la base de datos realizada, la sección de Opinión del portal digital de *La Voz de Galicia* constaba de 28 columnistas fijos en el año 2022, siendo estos 24 hombres y 4 mujeres, como se puede observar en la tabla 3. La *web* del medio gallego se actualizaba diariamente con la publicación de nuevas columnas de opinión, aunque la periodicidad específica de estas solía variar.

Tabla 3. Columnistas fijos en el portal *web* de *La Voz de Galicia* en el año 2022.

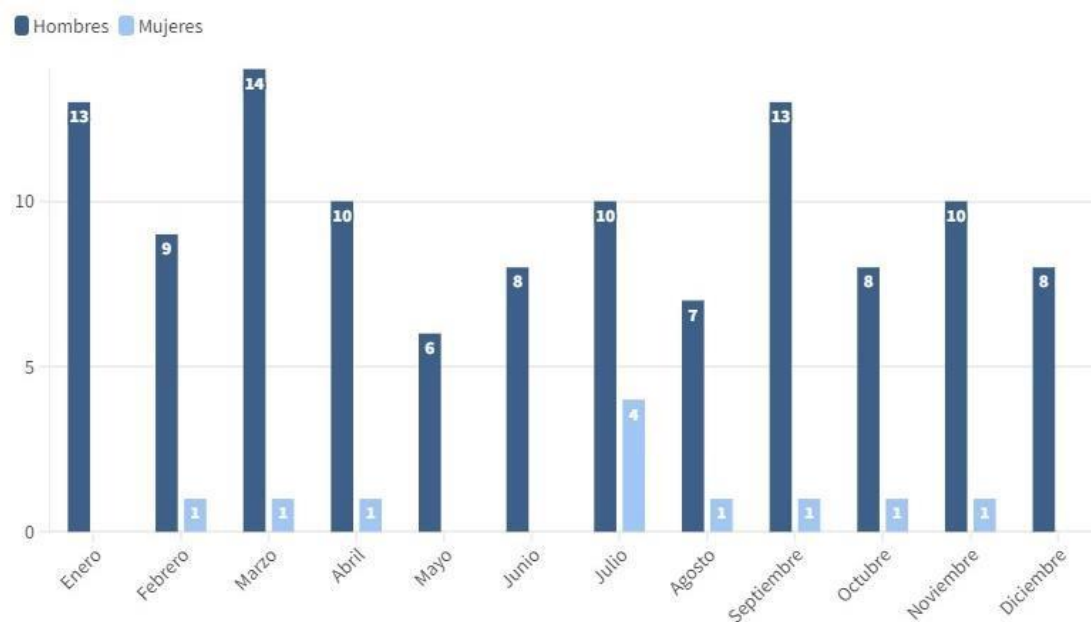
Columnista	Nombre de la columna
Armesto, Javier	El quid
Bareño, Gonzalo	A contracorriente
Barreiro Rivas, Xosé Luís	A torre vixía
Bermúdez de Castro, Ignacio	Pasos sin huellas
Blanco Valdés, Roberto L.	El ojo público
Caneiro, Xosé Carlos	El equilibrista
Canosa, María	Pingas de cristal
Casal, César	Corazonadas
Casalderrey, Manuel-Luís	Rincón abierto
Estévez, Xerardo	Paisaxes en palabras
Fernández-Prieto, Lourenzo	Mañá empeza hoxe
Ferrer i Balsebre, Luís	El tonel de Diógenes
Fonseca, Xavier	Historias del tiempo
Freixanes, Víctor	Vento nas velas
Gutián, Javier	En ocasiones veo grelos
Hidalgo, Fernando	El derbi
Labarta, Uxío	Codex Floriae
Mayoral, Marina	Páxinas soltas
Murado, Miguel-Anxo	El mundo entre líneas

Ónega, Fernando	Desde la Corte
Pombo, Eduardo S.	El reino de la lluvia
Porteiro, Cristina	Línea abierta
Riestra, Eduardo	Tierra de nadie
Riveiro Coello, Antón	O espolón
Salgado, Fernando	La quilla
Sánchez-Andrade, Cristina	Alguien bajo los párpados
Shawki, Yashmina	Cuarto creciente
Siro	Puntadas sen fío

Fuente: elaboración propia

Después de revisar las 127 columnas de opinión publicadas en el portal digital del diario, el análisis de los datos reveló una baja representación de las mujeres como autoras de columnas en la *web* de *La Voz de Galicia*. Como se puede apreciar en la gráfica 1, aunque en el mes de julio la participación de las mujeres fue mayor, la presencia femenina en general fue mínima, con meses en los que la participación femenina fue nula. Esto indica la debilidad de la estrategia del medio para fomentar la inclusión y diversidad en la selección de las autoras de columnas de opinión, y así garantizar una representación equitativa de todas las voces en el medio.

Gráfica 1. Balance de género en columnas. Firmas masculinas y femeninas por mes (2022).

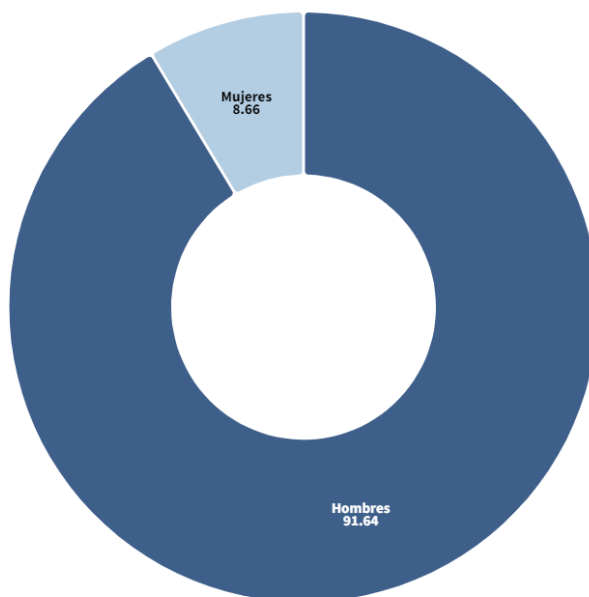


Fuente: La Voz de Galicia • Autoría: Ainara Corredoira Rebolo

Elaboración propia

[Versión interactiva](#)

En el caso de la *web* del medio gallego, se han registrado —dentro del corpus de 127 columnas analizadas en el portal digital— 116 contenidos que han sido firmados por hombres. Como se puede observar en la gráfica 2, esto supone que en un 91,34% de las columnas analizadas el diario ha decidido prescindir de la opinión de una mujer. Así mismo, el análisis ha revelado una clara desigualdad de género en la participación y representación en esta sección.

Gráfica 2. Columnas de opinión distribuidas por género en el año 2022.

Fuente: La Voz de Galicia • Autoría: Ainara Corredoira Rebolo

Elaboración propia

[Versión interactiva](#)

La brecha entre la cantidad de columnas escritas por hombres y mujeres es significativa, con una abrumadora mayoría de columnas siendo atribuidas a autores masculinos. Esta disparidad ha permitido identificar la existencia de barreras o desafíos que limitan la participación y la visibilidad de las mujeres en este campo específico dentro del periódico digital, así como la falta de perspectivas más diversas y amplias. También se evidencia la falta de un entorno inclusivo que apoye y valore las voces femeninas, que brinde oportunidades y plataformas para que estas puedan expresarse y contribuir al discurso público.

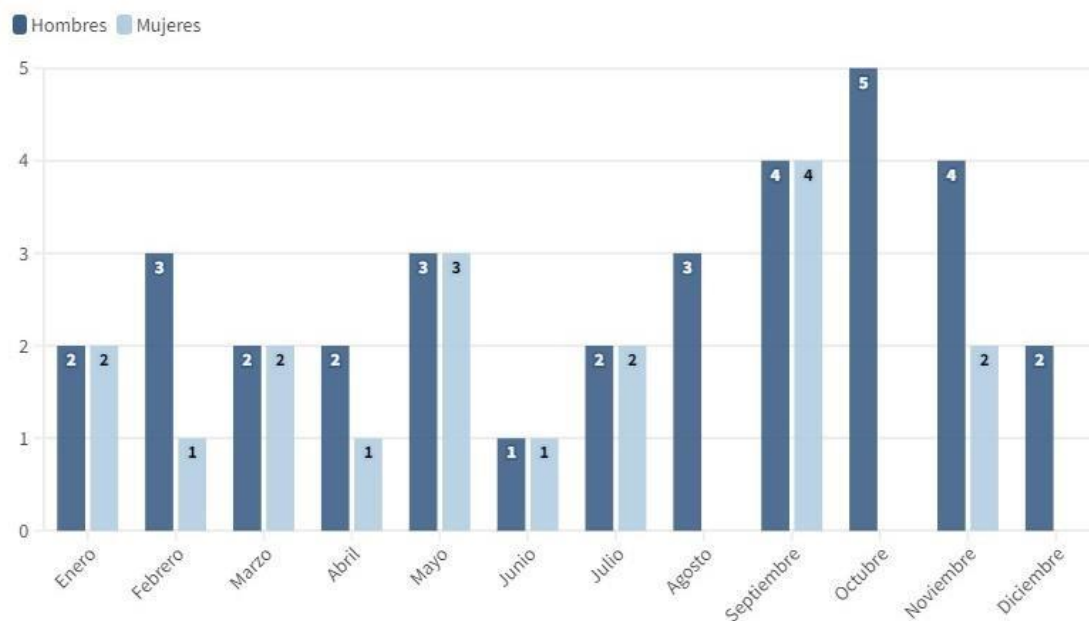
5.4.2. Artículos

Según la base de datos realizada, *La Voz de Galicia* publicaba artículos de opinión de forma regular en su sitio *web* a lo largo del año 2022. La periodicidad de estos artículos podía variar dependiendo de diversos factores, como la actualidad de los temas tratados y la disponibilidad de las autoras/es.

Después de revisar los 51 artículos de opinión publicados en el portal digital del diario, el análisis de los datos revela una variación en la representación de las mujeres como autoras de artículos de opinión en el portal digital de *La Voz de Galicia* a lo largo del año 2022. Como se puede apreciar en la gráfica 3, aunque hubo meses en los que la

participación femenina fue equitativa o cercana a ella, también hubo meses en los que su representación fue escasa o incluso nula. Esto ha subrayado la importancia por parte del medio de establecer una estrategia que fomente la inclusión y la diversidad de género en la selección de las autoras de los artículos de opinión, para garantizar así una representación más equitativa y amplia de las voces femeninas en el medio.

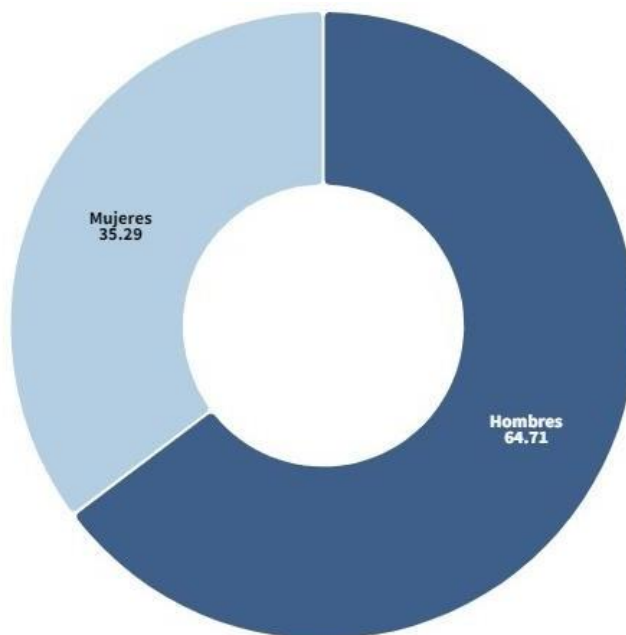
Gráfica 3. Balance de género en artículos. Firmas masculinas y femeninas por mes (2022).



Fuente: La Voz de Galicia • Autoría: Ainara Corredoira Rebolo

Elaboración propia
[Versión interactiva](#)

En el caso del portal digital del diario gallego, se han registrado —dentro del corpus de 51 artículos analizados en la *web*— 33 artículos que han sido formados por hombres. Como se puede observar en la gráfica 4, esto supone que en un 64,71% de los artículos analizados el diario ha decidido prescindir de la opinión de una mujer. Así mismo, el análisis ha revelado una clara desigualdad de género en la participación y representación en este ámbito concreto del periódico.

Gráfica 4. Artículos de opinión distribuidos por género en el año 2022.

Fuente: La Voz de Galicia • Autoría: Ainara Corredoira Rebolo

Elaboración propia

[Versión interactiva](#)

Si bien es positivo que las mujeres hayan tenido una presencia significativa en la escritura de artículos de opinión, todavía existe una brecha considerable en comparación con los hombres. Esta disparidad sugiere que aún persistían obstáculos o desafíos que limitaban la participación y la visibilidad de las mujeres en la esfera de los artículos de opinión.

Es importante destacar que la representación de las mujeres como autoras de más de un tercio de los artículos de opinión refleja una evolución positiva hacia una mayor inclusión y diversidad de voces. Sin embargo, también se ha evidenciado la necesidad por parte del medio de seguir trabajando para cerrar la brecha de género y garantizar una representación más equitativa en el panorama periodístico.

5.5. Predominancia de temáticas abordadas por ambos géneros en la sección de opinión de *La Voz de Galicia*

5.5.1. Columnas

Se han registrado diferentes líneas temáticas que es posible encontrar en las columnas del medio durante el periodo en el que se ha realizado el análisis de los contenidos de

opinión publicados en el portal digital de *La Voz de Galicia*. En la gráfica 5 se pueden observar las temáticas en las que se clasificaron las columnas y en las que los hombres tienen una presencia dominante. La sección que se encuentra en primer lugar es “Política”, en la que se encuentran 52 columnas, es decir, un 40,94% de las publicaciones. En la imagen 2 se puede observar un ejemplo de estas.

Imagen 2. Columna de temática “Política” firmada por el periodista Fernando Ónega.



Fuente: [La Voz de Galicia](https://www.lavozdegalicia.es)

La segunda temática es “España”, en la que se registraron 15 columnas, lo que se corresponde con un 11,81% de las publicaciones. La tercera temática más recurrente entre las formas masculinas es “Mundo”, con un resultado de 13 casos y lo que significa un 10,24% de las publicaciones. Más abajo en la clasificación se encuentran temáticas como “Sociedad” o “Galicia”, ambos con 6 ejemplos. Se puede apreciar la presencia de otras categorías como “Ucrania” o “Cultura” con 4 ejemplos respectivamente.

Gráfica 5. Temáticas predominantes en las columnas de opinión firmadas por hombres (2022).



Fuente: La Voz de Galicia • Autoría: Ainara Corredoira Rebolo

Elaboración propia

[Versión interactiva](#)

Por otro lado, en la gráfica 6 se pueden observar las temáticas en las que se clasificaron las columnas y en las que las mujeres tienen una presencia dominante. La sección que se encuentra en primer lugar es “Política”, en la que se encuentran 4 columnas, es decir, un 3,15% de las publicaciones. En la imagen 3, se puede observar un ejemplo de estas.

Imagen 3. Columna de temática “Política” firmada por la ingeniera María Canosa.

OPINIÓN

Un sentimental

MARÍA CANOSA
INGENIERA DE SOFTWARE

21 mar 2022 · Actualizado a las 02:00 h.

Alega ser un sentimental, coma se vaiase por salvoconduto.

A Manuel Murillo, un experto tirador dun club de tiro olímpico, non lle gusta a política que temos. El prefería as cousas coma hai décadas, sen liberdade nin opinión propia, nin dereitos. E como é un sentimental, xa está acreditado para intentar organizar un atentado contra o presidente do Goberno. Porque se el non marcha, hai que obrigalo.

O problema comezou coa exhumación dos restos do ditador Franco. Estaba disposto a sentar sobre a súa tumba e disparar a quen se lle achegase para tocar o cadáverito. Non tiña medo a comezar unha guerra.

Entón declarou, en numerosas ocasións, as súas ganas de matar ao presidente. Se as leis non facían algo, xa se encargaba el. Tratábase de derrocar este Goberno e impor o que el entendía axeitado. Un alzamento nacional. Sábelle de algo? Parecía que sabía moi ben do que falaba. E viáxelle, ademais, moi valente para botar a lingua a pacer en certos círculos nos que pedía axuda para levar o seu plan a bo termo.

Ata os que el consideraba aliados comezaron a temerle. Puxeron en coñecemento das altas instancias a súa actitude e agora está sendo xulgado.

Tranquitos... foi todo unha broma. Non é un asasino. Tan só un sentimental. Estaba moi preocupado, temía que a España lle fose mal... Vaia escusa!

Preocupados vivimos moitos, si. Pero non ameazamos por aí con ir matando á xente, nin temos armas no coche nin gardámas na casa un arsenal delas. O sentimentalismo e o medo son outra cousa.

También en La Voz

Aparece dentro de un coche en un aeroporto de Bruselas el cadáver de un vecino de Sarria de 55 años

Estos son los estudiantes que han sacado mejor nota en la selectividad gallega

NOS ADAPTAMOS A TUS NECESIDADES

SABER MÁS

CITROEN C5X

Fuente: [La Voz de Galicia](https://www.lavozdegalicia.es)

La segunda es “Sociedad”, en la que se registraron 3 columnas, lo que se corresponde con un 2,36% de las publicaciones. La tercera temática más recurrente entre las formas femeninas es “Mundo”, con un resultado de 3 casos y lo que significa de nuevo un 2,36% de las publicaciones. Más abajo en la clasificación se encuentran temáticas como “Tecnología” o “Violencia de género”, ambos con 1 ejemplo. Se puede apreciar la presencia de otras categorías como “Economía” o “Cultura” con ninguna publicación firmada por una mujer.

Gráfica 6. Temáticas predominantes en las columnas de opinión firmadas por mujeres (2022).



Fuente: La Voz de Galicia • Autoría: Ainara Corredoira Rebolo

Elaboración propia

[Versión interactiva](#)

El análisis de los datos ha mostrado una clara disparidad en la participación de hombres y mujeres en la escritura de columnas de opinión en diferentes temáticas. El presente análisis ha destacado la importancia de promover la diversidad y la igualdad de género en la selección de temas y la participación de autoras en las columnas de opinión de la *web* de *La Voz de Galicia*, para garantizar una amplia gama de perspectivas y una representación equilibrada en el discurso público.

En cuanto a la "Política", los hombres escribieron en 52 ocasiones, mientras que las mujeres lo hicieron en solo 4 ocasiones. Esta diferencia marcada sugiere una clara mayoría de columnas de opinión escritas por hombres en relación con la política. En lo que respecta a "Sociedad", se ha observado una participación similar entre hombres y mujeres, con 6 y 3 columnas respectivamente. Esto indica que existe una mayor equidad en la representación de género en el análisis de temas sociales.

En cuanto al tema "Mundo", se ha identificado que los hombres tienen una presencia dominante, con 13 columnas de opinión en comparación con las 3 escritas por

mujeres. Esto evidencia una mayor participación masculina en el análisis de asuntos internacionales. En relación a la temática del "Covid", sorprendentemente no hubo participación femenina, lo que refleja la falta de representación femenina en el análisis de la pandemia.

En el tema de "Violencia de género", aunque es una cuestión sensible y relevante, la representación de mujeres sigue siendo baja, con solo 1 columna de opinión escrita por una mujer, en comparación con las 3 escritas por hombres. En las temáticas de "Salud", "Mar" y "Medioambiente", solo los hombres abordaron la escritura de columnas de opinión, lo que refleja una falta de participación femenina en estos temas específicos. Sin embargo, en el caso de "Tecnología", sólo las mujeres escribieron una columna de opinión, lo que indica una mayor participación femenina en la discusión sobre temas tecnológicos.

Estos resultados han destacado la importancia para el medio de promover la diversidad de género y garantizar una representación equilibrada en los medios de comunicación para una discusión más inclusiva y completa de los diferentes temas.

5.5.2. Artículos

Se han registrado diferentes líneas temáticas que es posible encontrar en los artículos del medio durante el periodo en el que se ha realizado el análisis de los contenidos de opinión publicados en el portal digital de *La Voz de Galicia*. En la gráfica 7 se pueden observar las temáticas en las que se clasificaron los artículos y en los que los hombres tienen una presencia dominante. La sección que se encuentra en primer lugar es "España", en la que se encuentran 6 artículos, es decir, un 11,76% de las publicaciones. En la imagen 4 se puede observar un ejemplo de estos.

Imagen 4. Artículo de opinión de temática “España” firmado por Carlos Tomé, abogado de Caruncho, Tomé & Judel.

OPINIÓN

Es lícito espiar a políticos siempre y cuando se cumpla con la ley

CARLOS TOMÉ
ABOGADO DE CARUNCHO, TOMÉ & JUDÉL

04 mayo 2022 Actualizado a las 07:00 h.

Compartir

Si nos centramos en el aspecto puramente legal de la polémica surgida por las intervenciones telefónicas a políticos independentistas catalanes por parte del Centro Nacional de Inteligencia (CNI), la realidad es que la respuesta a la pregunta planteada ha de ser afirmativa.

El CNI está regulado por la Ley 11/2002, que en su artículo primero establece que es el organismo responsable de facilitar informaciones y estudios al presidente del Gobierno y al Gobierno de la nación para prevenir y evitar cualquier peligro, amenaza o agresión contra la independencia o integridad territorial de España, los intereses nacionales y la estabilidad del Estado. Su actuación será sometida a control parlamentario y judicial previo de sus actuaciones.

La Ley Orgánica 2/2002 regula este control judicial previo. El secretario de Estado director del CNI deberá solicitar autorización a un magistrado del Tribunal Supremo, designado para esta función, para la adopción de medidas que afecten a la inviolabilidad del domicilio y al secreto de las comunicaciones, como en el caso de estas escuchas telefónicas objeto de discusión. Y el magistrado acuerda su concesión o no mediante resolución motivada, además de disponer lo procedente para salvaguardar la reserva de sus actuaciones, que tendrán la clasificación de secreta.

El presidente del Gobierno y la ministra de Defensa han afirmado que las escuchas se llevaron a cabo con estricto cumplimiento de la legalidad, lo que solo se podría comprobar mediante la desclasificación de papeles por parte del Gobierno o de la Comisión de Secretos Oficiales. Y ahora, después de tres años sin funcionar, el pleno del Congreso de los Diputados constituyó la semana pasada esta comisión, integrando a representantes de ERC, EH Bildu, JuntsCat y la CUP, gracias a los votos del PSOE y para salvar la votación del real decreto anticrisis.

Algunos de los políticos y representantes de organizaciones independentistas investigados fueron condenados en su día por sedición. Sus actuaciones ya fueron investigadas por colaboración en delitos contra la seguridad y estabilidad del Estado, con independencia de que la línea entre esas actividades y la opinión política sea en algunos casos difusa. Las escuchas, por tanto, parecen lícitas... Aunque ahora surge la denuncia del Gobierno de que los móviles del presidente y de la ministra de Defensa fueron objeto de una intrusión a través del sistema Pegasus, aunque externa y no proveniente del CNI. Una nueva vuelta de tuerca.

También en La Voz



Aparece dentro de un coche en un aeropuerto de Bruselas el cadáver de un vecino de Sarria de 55 años

ESTE MARCHA POLITICA



Estos son los estudiantes que han sacado mejor nota en la selectividad gallega

Fuente: [La Voz de Galicia](#)

La segunda temática es “Salud”, en la que se registraron 5 artículos, lo que se corresponde con un 9,80% de las publicaciones. La tercera temática más recurrente entre las formas masculinas es “Ucrania”, con un resultado de 5 casos y lo que significa un 9,80% de las publicaciones. Más abajo en la clasificación se encuentran temáticas como “Sociedad” o “Economía”, ambos con 4 ejemplos. Se puede apreciar la presencia de otras categorías como “Mundo” o “Covid” con 2 ejemplos respectivamente.

Gráfica 7. Temáticas predominantes en los artículos de opinión firmados por hombres (2022).



Fuente: La Voz de Galicia • Autoría: Ainara Corredoira Rebolo

Elaboración propia

[Versión interactiva](#)

Por otro lado, en la gráfica 8 se pueden observar las temáticas en las que se clasificaron los artículos y en los que las mujeres tienen una presencia dominante. La sección que se encuentra en primer lugar es “Salud”, en la que se encuentran 4 artículos, es decir, un 7,84% de las publicaciones. En la imagen 5 se puede observar un ejemplo de estos.

Imagen 5. Artículo de opinión de temática “Salud” firmado por Perla Aldama, ginecóloga y experta en reproducción asistida de Clínicas Eva.

OPINIÓN

Cáncer de ovario y la maternidad

PERLA ALDAMA
Ginecóloga y experta en reproducción asistida de Clínicas Eva



También en La Voz



Aparece dentro de un coche en un aeropuerto de Bruselas el cadáver de una vecina de Sarria de 55 años
2024 MARIA MALCOSA

Estos son los estudiantes que han sacado mejor nota en la selectividad gallega

07 may 2022 Actualizado a las 05:00 h.

Compartir

¿Se puede ser madre tras un cáncer de ovario? Sí, se puede. Los avances en el campo de la reproducción asistida lo han hecho posible, gracias a la vitrificación del material reproductivo. La técnica se conoce como **vitrificación** y consiste en extraer los óvulos femeninos antes de que la mujer a quien se ha detectado la enfermedad tenga que pasar por tratamientos agresivos — quimioterapia y radioterapia— que pueden producir infertilidad. Después, los ovocitos quedan congelados en nitrógeno líquido para preservar su funcionalidad y evitarse cualquier daño, hasta que la paciente, con la aprobación de su oncólogo y ayuda de la reproducción asistida, decida buscar el **embarazo**. Los óvulos ya descongelados se fecundan entonces en laboratorio y el embrión resultante se implanta posteriormente en el útero. La vitrificación de óvulos permite ser madre, pues, a mujeres que han superado el cáncer y que no solo han perdido un ovario, sino también los dos. Claro está que cuanto menor daño haya producido el carcinoma, mayores posibilidades existirán de tener un bebé.

Por supuesto, la edad y, por lo tanto, el número de folículos tienen también mucho que decir al respecto. Siempre y cuando sea posible, se recomienda vitrificar los ovocitos que haya en ese momento.

Sobre número de óvulos y estadísticas para ser madre, algunos estudios indican que con 20 ovocitos vitrificados se alcanza un 80 % de posibilidades de dar a luz un recién nacido vivo. Sin embargo, no se puede hablar de un número exacto, ya que estas cifras suelen variar mucho. En mi opinión, con 8-10 ovocitos es suficiente para tener esperanza de que a futuro tendremos un bebé en casa.

En la actualidad, los estudios en el campo de la fertilidad continúan avanzando para ayudar a cumplir su sueño de ser madres a mujeres con cáncer de ovario. Existen dos vías abiertas para la preservación de la fertilidad. De un lado, la extracción de tejido ovárico sano y su posible reimplantación, técnica que algunos expertos consideran peligrosa debido a una posible reaparición de algunos tipos de cáncer. Del otro, se estudia madurar in vitro los ovocitos inmaduros del tejido ovárico.

Se verá su evolución. Por ahora, la vitrificación es la técnica de referencia. Mientras, hay que insistir en la necesidad de acudir a todas y cada una de las revisiones ginecológicas y al especialista si hay dolor en la zona pélvica, sangrado o secreción vaginal anómala.

Una buena noticia, por último: el embarazo, una vez superado el cáncer de ovario, actúa como factor de protección frente a posibles recidivas de la enfermedad. Si la mujer es joven y tiene más hijos, esa protección se incrementará. El motivo es que el ovario, si no ha sido extirpado, permanece en reposo durante el tiempo que dura el embarazo, es decir, que durante el embarazo no está expuesto al estímulo hormonal de cada ciclo.

NOS ADAPTAMOS A TUS NECESIDADES

SABER MÁS

El Financiero
Banco Amigo

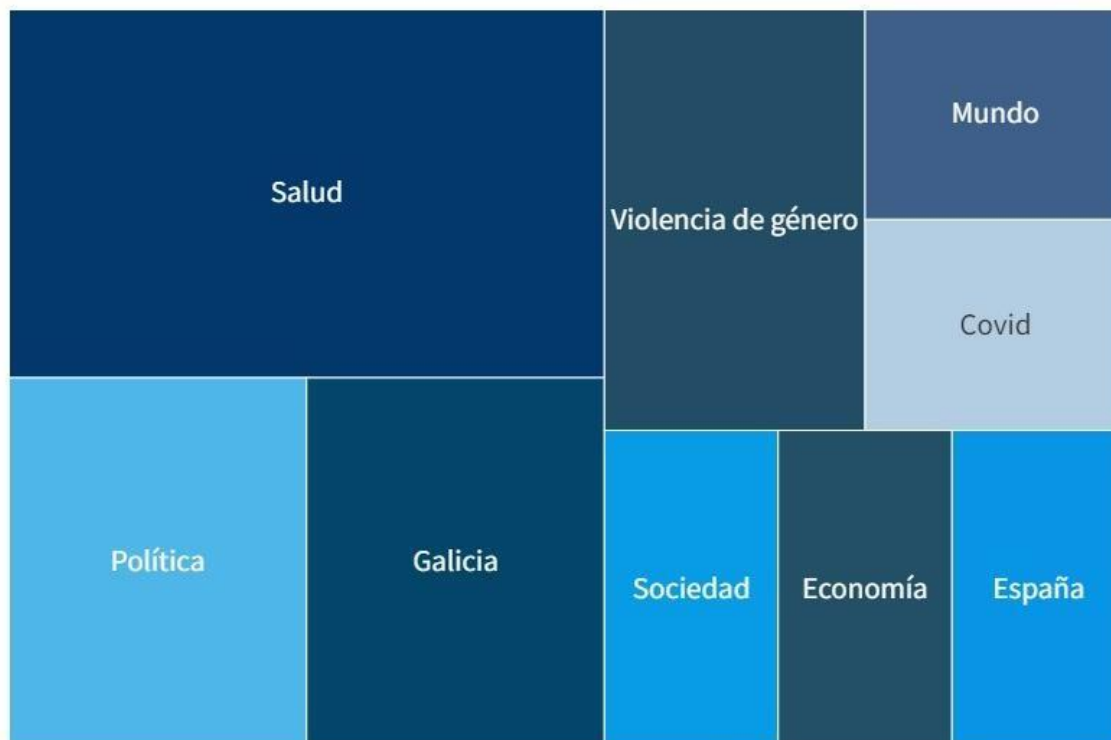
CITROEN C5X



Fuente: [La Voz de Galicia](https://www.lavozdegalicia.es)

La segunda es “Política”, en la que se registraron 2 artículos, lo que se corresponde con un 3,92% de las publicaciones. La tercera temática más recurrente entre las formas femeninas es “Violencia de género”, con un resultado de 2 casos y lo que significa de nuevo un 3,92% de las publicaciones. Más abajo en la clasificación se encuentran temáticas como “Mundo” o “Covid”, ambos con 1 ejemplo. Se puede apreciar la presencia de otras categorías como “Ucrania” o “Tecnología” con ninguna publicación firmada por una mujer.

Gráfica 8. Temáticas predominantes en los artículos de opinión firmadas por mujeres (2022).



Fuente: La Voz de Galicia • Autoría: Ainara Corredoira Rebolo

Elaboración propia

[Versión interactiva](#)

El análisis de las temáticas más frecuentes escritos por hombres y mujeres como autores de artículos de opinión ha revelado algunas tendencias interesantes. En el tema "Mundo", se observa una participación ligeramente mayor por parte de los hombres, quienes escribieron en 2 ocasiones, mientras que las mujeres lo hicieron en 1 ocasión. Esta discrepancia sugiere una mayor inclinación de los hombres hacia el análisis de asuntos internacionales.

En cuanto al caso del "Covid", se observa una participación equitativa de hombres y mujeres, ya que ambos géneros escribieron en 2 ocasiones sobre este tema. Esto indica que ambos grupos estuvieron involucrados en la discusión de temas relacionados con la pandemia. En relación a la "Política", aunque los hombres tienen una participación mayoritaria con 3 artículos de opinión, las mujeres también han contribuido con 2 artículos. Aunque la diferencia no es tan marcada, sigue existiendo una predominancia de los hombres en la discusión política.

En el tema de "Sociedad", los hombres escribieron en 4 ocasiones, mientras que las mujeres lo hicieron en 1 ocasión. Esto indica que los hombres han tenido una mayor

presencia en la discusión de temas sociales, aunque la diferencia no es tan pronunciada como en otros temas. En cuanto a "Economía", los hombres escribieron en 4 ocasiones, mientras que las mujeres lo hicieron en 1 ocasión. Aquí también se destaca una mayor participación masculina en el análisis de temas económicos, lo cual sugiere una posible brecha de género en la cobertura de esta área.

En el tema de "Ucrania", solo los hombres escribieron en 5 ocasiones, sin participación femenina en este tema específico. Esto indica una falta de representación de las voces femeninas en la cobertura de asuntos relacionados con la invasión de Ucrania, lo cual podría limitar la diversidad de perspectivas en esta área. En el ámbito de "Galicia", tanto hombres como mujeres escribieron en 2 ocasiones, lo que indica una participación equitativa de ambos géneros en la discusión de temas locales. Esto es positivo, ya que demuestra un equilibrio en la representación de las voces tanto masculinas como femeninas en el contexto regional.

En el tema de "Violencia de género", las mujeres escribieron en 2 ocasiones, mientras que los hombres no abordaron este tema en sus artículos de opinión. Esto indica que las mujeres tienen una mayor presencia y conciencia en la discusión de la violencia de género, lo cual es importante para destacar y abordar esta problemática social. En cuanto a "Cultura", solo los hombres escribieron en 2 ocasiones, sin participación femenina en este tema específico. Esto indica una falta de diversidad de género en el análisis de temas culturales, lo cual podría limitar la variedad de perspectivas y enfoques en este ámbito.

Estos resultados han destacado la importancia de promover la diversidad de género en la escritura de artículos de opinión. La participación equitativa de hombres y mujeres en la discusión de diversos temas enriquece el panorama de opiniones y perspectivas, generando un diálogo más inclusivo y representativo. Además, se ha resaltado la necesidad de impulsar una mayor presencia femenina en áreas en las que actualmente hay una predominancia masculina, como política, economía y cultura.

5.5.2.1. Participación de mujeres expertas en artículos de opinión

Después de revisar los 51 artículos de opinión publicados a lo largo del año 2022 en el portal digital del diario, el análisis de los datos reveló que participaron un total de 15 mujeres expertas y 33 hombres expertos. Esta disparidad en la representación de género plantea la necesidad de evaluar en qué medida se promueve la participación de mujeres expertas en el medio. La tabla 4 permite identificar las voces destacadas de mujeres expertas que han contribuido en este medio:

Tabla 4. Expertas que han firmado al menos un artículo de opinión publicado en el portal digital de *La Voz de Galicia* en el año 2022.

Nombre	Cargo
Aldama, Perla	Ginecóloga y experta en reproducción asistida de Clínicas Eva
Barral Martínez, Margarita	Profesora de historia contemporánea de la USC
Barreiro, Sabela	Arquitecta especializada en sostenibilidad
Cámara, Carmen	Secretaria de la sociedad española de inmunologías
Comillas De La Vega, María	Psicóloga y formadora
Fisac De Ron, Paloma	Doctora en Derecho y licenciada en Periodismo
García Negro, María Pilar	Profesora de la UDC y escritora
Graña Suárez, Begoña	Oncóloga del área sanitaria A Coruña-Cee
Jaráiz Gulías, Erika	Profesora del departamento de ciencia política y sociología. Miembro del equipo de investigaciones políticas de la USC
Mosquera Castro, María	Directora del IES David Buján de A Coruña
Navarro, Marian	Socia directora de Le Morne Brabant Abogados en Murcia
Perozo Porteiro, Llerena	Ecofeminista. Socia de A Gargalleira, proyecto agro-cultural
Quintás Veloso, Susana	Consejera asesora para Metrikus-España y Latam
Rodríguez-Trelles, Carmen	Directora del IES Blanco Amor de Culleredo
Vázquez, Ángeles	Conselleira de medio ambiente, territorio y vivienda

Fuente: elaboración propia

El presente análisis ha permitido conocer el papel destacado que han jugado las mujeres expertas que han publicado artículos de opinión en *La Voz de Galicia*, a pesar de ser minoría frente a las firmas masculinas. A través de sus cargos, se puede apreciar la amplia gama de conocimientos y perspectivas que aportan a los temas tratados en el medio. Estos ejemplos han servido para mostrar la variedad de áreas de especialización y conocimientos que las han aportado a través de sus artículos de opinión en *La Voz de Galicia*. Su participación ha contribuido a una mayor diversidad de voces y perspectivas en los debates públicos, enriqueciendo así el contenido del medio y promoviendo una representación más equitativa de género en los espacios de opinión.

6. Conclusiones

Tras la revisión de la estrategia seguida en la sección de opinión en el portal digital de *La Voz de Galicia* analizada en el presente estudio, se aborda la existencia de discriminación de la mujer en dicho espacio. Para la elaboración de este proyecto se ha intentado observar la manera en la que el diario da voz a las mujeres en los espacios de debate público, teniendo en cuenta la estrategia del medio en lo que a políticas de igualdad de género se refiere.

Los análisis realizados hablan de una estrategia de igualdad de género que todavía está por determinar, ya que no se trata de una de las prioridades del medio, si no de un espacio al que otorgan importancia al tratarse de una de las secciones centrales del diario independientemente de quien firme las piezas. Esto explica que todavía exista una importante mayoría de columnas y artículos de opinión que son escritas por hombres, frente a unas pocas piezas firmadas por mujeres.

En el transcurso de la investigación se ha pretendido dar cuenta de una serie de aspectos característicos relativos a la sección de opinión del portal digital de *La Voz de Galicia* y como se fomenta la igualdad de género en dicho ámbito. Se buscó, además, analizar las implicaciones que puede tener la discriminación de la mujer en cuestiones de debate público en el discurso periodístico actual. Para todo ello, se han tomado como referencia una batería de hipótesis iniciales que fueron formuladas para la puesta en marcha de la investigación y después de la cual se han ido confirmando o refutando. Por tanto, de acuerdo con las hipótesis formuladas se concluye que:

H1. Existe una menor presencia de mujeres en los espacios de opinión de La Voz de Galicia.

Tras el análisis realizado, es evidente que existe una diferencia significativa en la presencia de hombres y mujeres en los espacios de opinión de *La Voz de Galicia*. Con solo 29 piezas firmadas por mujeres en comparación con las 149 firmadas por hombres, se puede concluir que hay una menor representación femenina en estos espacios.

Esta discrepancia plantea preocupaciones sobre la equidad de género en los medios de comunicación y la inclusión de voces diversas en los debates públicos. Es importante destacar que la diversidad de perspectivas en los espacios de opinión enriquece el panorama informativo y fomenta una sociedad más justa y equitativa.

Es fundamental que los medios de comunicación promuevan la igualdad de género y busquen activamente ampliar la participación de mujeres en estos espacios. Esto implica ofrecer oportunidades equitativas para que las mujeres compartan sus

opiniones y experiencias, y asegurarse de que sus voces sean representadas de manera proporcional en el discurso público.

Al analizar estos datos, es claro que todavía hay trabajo por hacer para alcanzar una mayor igualdad de género en los medios de comunicación y garantizar una representación equitativa de las mujeres en los espacios de opinión. Es responsabilidad de los medios y de la sociedad en su conjunto tomar medidas para abordar esta brecha y fomentar una participación más inclusiva y diversa en la esfera pública.

H2. Existe una menor diversidad temática en los artículos de opinión escritos por mujeres.

Después del análisis realizado sobre la diversidad temática en los artículos de opinión escritos por hombres y mujeres, se puede concluir que existe una menor diversidad temática en los artículos escritos por mujeres en comparación con los escritos por hombres.

De los datos presentados, se observa que los hombres tienen una presencia más amplia en diversas temáticas, abordando temas como política, economía, mundo, Galicia, España y otros. Por otro lado, las mujeres tienen una presencia más limitada en términos de diversidad temática, con solo una o ninguna pieza firmada en varias categorías, como Cultura o Deporte.

Esta falta de diversidad temática en los artículos de opinión escritos por mujeres plantea inquietudes sobre la representación equitativa de sus voces en el panorama informativo. Es esencial que se fomente una mayor inclusión de mujeres en una amplia gama de temas, permitiéndoles expresar sus opiniones y conocimientos en áreas que tradicionalmente han estado dominadas por hombres.

Promover la diversidad temática en los artículos de opinión escritos por mujeres es fundamental para garantizar una representación equilibrada de diferentes perspectivas en el discurso público. Esto no solo enriquecerá el contenido y la calidad de la información, sino que también contribuirá a la igualdad de género y a una sociedad más justa y equitativa.

Los datos presentados indican que existe una menor diversidad temática en los artículos de opinión escritos por mujeres en comparación con los escritos por hombres. Es necesario promover activamente una mayor inclusión de mujeres en diversas temáticas para lograr una representación equitativa de voces y perspectivas en el ámbito de la opinión.

Además de dar respuesta a las hipótesis formuladas, tras la finalización de este trabajo académico, se señalan otras conclusiones que se consideran de gran importancia:

- Los datos presentados revelan una clara disparidad en las oportunidades otorgadas a hombres y mujeres para expresar sus opiniones en los espacios de opinión. La presencia significativamente menor de mujeres en estos espacios sugiere que existe una barrera que limita su participación y visibilidad en el discurso público.
- La falta de representación de mujeres en diversas temáticas también puede estar relacionada con estereotipos de género arraigados en la sociedad. Es posible que algunas temáticas se perciban como más "adecuadas" o "relevantes" para los hombres, mientras que otras se consideran más propias de las mujeres. Esto refuerza los roles de género tradicionales y limita la diversidad de voces y perspectivas.
- La escasa presencia de mujeres en los espacios de opinión puede indicar un sesgo editorial en la selección y promoción de los artículos. Es fundamental que los medios de comunicación adopten políticas y prácticas que garanticen la imparcialidad y la igualdad de oportunidades para todas las voces, independientemente de su género.
- La falta de representación de mujeres en los espacios de opinión puede afectar la percepción pública y la construcción de la realidad social. La diversidad de voces en los medios de comunicación es crucial para reflejar la pluralidad de experiencias y opiniones en la sociedad, y la ausencia de mujeres puede distorsionar esa representación.
- Para abordar esta discriminación de género en los espacios de opinión, se requieren cambios estructurales en los medios de comunicación. Esto implica promover políticas de igualdad de género, establecer cuotas o metas para la representación equitativa de mujeres y hombres, y garantizar la inclusión de diversas voces en todas las temáticas.

Para finalizar, como futuras líneas de investigación se señalan aquellos aspectos que pueden resultar de interés para el desarrollo de trabajos posteriores y que podrán ser objeto de investigaciones y análisis más adelante, pues quedan fuera del alcance del presente trabajo académico.

Además, estas líneas de investigación podrán dar solución a algunos problemas que aquí no pudieron presentarse y, por lo tanto, las cuestiones que aquí se presentan podrán no incluir la totalidad de las mismas.

- Análisis cualitativo de las barreras y desafíos: Realizar estudios cualitativos para comprender en profundidad las barreras y desafíos que enfrentan las mujeres al intentar acceder y participar en los espacios de opinión. Esto implica explorar las experiencias, percepciones y obstáculos percibidos

por las mujeres periodistas y colaboradoras, así como también por las mujeres que intentan hacerse escuchar en estos espacios.

- Investigación de políticas y prácticas editoriales: Investigar las políticas y prácticas editoriales del portal digital de *La Voz de Galicia*, así como de otros medios de comunicación, para comprender cómo se toman las decisiones sobre la selección y promoción de artículos de opinión. Esto incluye analizar la existencia de pautas o criterios claros, así como la implementación de medidas para garantizar la igualdad de oportunidades para las mujeres.
- Análisis comparativo con otros medios de comunicación: Realizar comparaciones entre el portal digital de *La Voz de Galicia* y otros medios de comunicación en términos de representación y participación de las mujeres en los espacios de opinión. Esto permitiría identificar patrones, tendencias y posibles factores contextuales que influyen en la discriminación de género en los medios de comunicación en general.
- Impacto de la representación equitativa en la sociedad: Investigar el impacto de una representación equitativa de las mujeres en los espacios de opinión en la percepción pública y en la construcción de la realidad social. Esto implica examinar cómo una mayor participación y visibilidad de las mujeres en estos espacios puede influir en la agenda pública, en la promoción de la igualdad de género y en la diversidad de perspectivas.
- Estudio de buenas prácticas y soluciones: Investigar las buenas prácticas y soluciones implementadas por otros medios de comunicación para promover la igualdad de género en los espacios de opinión. Esto puede incluir la adopción de políticas de cuotas, la implementación de programas de mentoría, el fortalecimiento de la representación de mujeres expertas en diferentes áreas temáticas, entre otras iniciativas.

En definitiva, la investigación presentada ofrece una aproximación inicial a la discriminación del papel de la mujer en los espacios de opinión en el portal digital de *La Voz de Galicia*. De cara al futuro será interesante observar el desarrollo de los contenidos de opinión en esta plataforma. De igual modo, futuras investigaciones en este campo deberán prestarle atención al impacto de una representación equitativa de las mujeres en los espacios de opinión en la percepción pública y en la construcción de la realidad social, a las buenas prácticas y soluciones implementadas por otros medios de comunicación para promover la igualdad de género, así como a otros aspectos que puedan surgir y convertirse en aspectos de interés en los próximos años.

7. Bibliografía

- Blau, F. D., & Kahn, L. M. (2017). The Gender Wage Gap: Extent, Trends, and Explanations. *Journal of Economic Literature*, 55(3), 789-865. <https://doi.org/10.1257/jel.20160995>
- Berger, P. L., Berger, P. L., & Luckmann, T. (1968). *La construcción social de la realidad*.
- Byerly, C. M. (2006). *Women and Media: A Critical Introduction*. <https://www.amazon.com/Women-Media-Introduction-Carolyn-Byerly/dp/1405116072>
- Byerly, C. M. (2016). *The Palgrave International Handbook of Women and Journalism*. Springer.
- Carastathis, A. (2014). The Concept of Intersectionality in Feminist Theory. *Philosophy Compass*, 9(5), 304-314. <https://doi.org/10.1111/phc3.12129>
- Carter, C., Steiner, L., & Allan, S. (2019). *Journalism, Gender and Power*. Routledge.
- Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación. (s. f.). Discriminación Mujeres. *Gobierno de México*. https://www.conapred.org.mx/index.php?contenido=pagina&id=121&id_opcion=44&op=44
- Crenshaw, C. (1997). Women in the Gulf War: Toward an intersectional feminist rhetorical criticism. *Howard Journal of Communications*, 8(3), 219-235. <https://doi.org/10.1080/10646179709361756>
- Creswell, J. W. (2013). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. London: SAGE Publications Inc.
- Cruz, J. A. S., & García-Horta, J. L. (2016). Igualdad, Equidad de Género y Feminismo, una mirada histórica a la conquista de los derechos de las mujeres. *Revista CS*, 107-158. <https://doi.org/10.18046/recs.i18.1960>
- Davidson, C. (2017, 15 septiembre). Five strategies for creating gender equality in the media. *the Guardian*. <https://www.theguardian.com/media-network/2016/jul/20/five-strategies-creating-gender-equality-media>
- De Beauvoir, S. (2019). *El segundo sexo / The Second Sex*. National Geographic Books.
- Denzin, N. K. (1978). *The Research Act*. New York: McGraw-Hill.

- Diefenbach, T. (2007). The managerialistic ideology of organisational change management. *Journal of Organizational Change Management*, 20(1), 126-144. <https://doi.org/10.1108/09534810710715324>
- Discriminación de género / INEE.* (s. f.). <https://inee.org/es/eie-glossary/discriminacion-de-genero>
- Edwards, J. L. (2009). Gender and political communication in America: rhetoric, representation, and display. En *Lexington Books*. <http://ci.nii.ac.jp/ncid/BB12250957>
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Fernández, C. (1993). *La Voz de Galicia. Historia de un periódico*. Edicións do Castro.
- Friedman, M., Metelkcamp, J., & Posel, R. (2011). What Is Feminism? *Agenda (Durban)*, 1(1), 3-24. <https://doi.org/10.1080/10130950.1987.9674671>
- García-Moreno, C., Jansen, H. A. F. M., Ellsberg, M., Heise, L., & Watts, C. (2006). Prevalence of intimate partner violence: findings from the WHO multi-country study on women's health and domestic violence. *The Lancet*, 368(9543), 1260-1269. [https://doi.org/10.1016/s0140-6736\(06\)69523-8](https://doi.org/10.1016/s0140-6736(06)69523-8)
- García, H., Martínez Garrido, C. A., Martín Martín, N., & Sánchez Gómez, L. (2013). La entrevista Metodología de Investigación Avanzada. *Metodología de Investigación Avanzada*, 1(1), 1-20. Recuperado de http://www2.uca.edu.sv/mcp/media/archivo/f53e86_entrevistapdfcopy.pdf
- Gill, R. (2007). Postfeminist media culture. *European Journal of Cultural Studies*, 10(2), 147-166. <https://doi.org/10.1177/1367549407075898>
- Gillham, B. (2000). *Case Study Research Methods*. London: Continuum.
- Glick, P., & Fiske, S. T. (1996). The Ambivalent Sexism Inventory: Differentiating hostile and benevolent sexism. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70(3), 491-512. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.70.3.491>
- Glick, P., & Fiske, S. T. (2011). Ambivalent Sexism Revisited. *Psychology of Women Quarterly*, 35(3), 530-535. <https://doi.org/10.1177/0361684311414832>
- Global Report on the Status of Women in the News Media.* (2011, 23 marzo). <https://search.issuelab.org/resource/global-report-on-the-status-of-women-in-the-news-media.html>
- González, M. L., & Esteban, N. A. (2019). Mary Nash, tras las huellas del feminismo histórico. *Dialnet*, 359-378. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6855981>

- Goodyear-Grant, E. (2013). *Gendered News: Media Coverage and Electoral Politics in Canada*. <http://ci.nii.ac.jp/ncid/BB14327407>
- Grijelmo, Á. (2021, 20 febrero). Esencias y novedades de la nueva edición del ‘Libro de estilo’ de EL PAÍS. *El País*. <https://elpais.com/sociedad/2021-02-20/esencias-y-novedades-de-la-nueva-edicion-del-libro-de-estilo-de-el-pais.html>
- Halbert, D. (2004). Shulamith Firestone. *Information, Communication & Society*, 7(1), 115-135. <https://doi.org/10.1080/1369118042000208933>
- Hall, S. (1973). *Encoding and Decoding in the Television Discourse*.
- He, Y., Song, B., & Zhang, D. (2017). Uncertainty-based improved multidisciplinary design optimization methods. *Proceedings of 2017 IEEE 2nd Advanced Information Technology, Electronic and Automation Control Conference, IAEAC 2017*, 1113–1117. <https://doi.org/10.1109/IAEAC.2017.8054186>
- Hegoa. (2010). Reivindicaciones feministas para una ciudadanía transformadora. En *Hegoa*. https://publicaciones.hegoa.ehu.es/uploads/pdfs/102/Reivindicaciones_feministas.pdf?1488539251
- Helgesen, S. (1995). *The Female Advantage: Women’s Ways of Leadership*. Currency.
- Hooks, B. (2000). *Feminism is for Everybody: Passionate Politics*. Pluto Press.
- Hurmerinta-Peltomäki, L., & Nummela, N. (2006). Mixed methods in international business research: A value-added perspective. *Management International Review*, 46(4), 439-459. <https://doi.org/10.1007/s11575-006-0100-z>
- Igartua, J. J. (2006). *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*. Barcelona: Bosch.
- IWMF. (2011). *Global Report on the Status of Women in the News Media - IWMF*. <https://www.iwmf.org/resources/global-report-on-the-status-of-women-in-the-news-media/>
- Jick, T. D. (1979). Mixing Qualitative and Quantitative Methods: Triangulation in Action. *Administrative Science Quarterly*, 24(4), 602. <https://doi.org/10.2307/2392366>
- Johnson, R. B. (2007) New directions in mixed methods research. *Research in the Schools*, 13(1).
- Kilbourne, J. (1999). *Can’t Buy My Love: How Advertising Changes the Way We Think and Feel*. <https://ci.nii.ac.jp/ncid/BA55800225>
- Krijnen, T., & Van Bauwel, S. (2015). *Gender and Media: Representing, Producing, Consuming*. Routledge.
- Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology* (4 a). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc.

- Krook, M. L., & O'Brien, D. Z. (2012). All the President's Men? The Appointment of Female Cabinet Ministers Worldwide. *The University of Chicago Press Journals*, 74(3).
<https://www.journals.uchicago.edu/doi/pdf/10.1017/S0022381612000382>
- La Voz es el quinto diario español más leído y es el que más crece. (2022, diciembre). *La Voz de Galicia*.
<https://www.lavozdegalicia.es/noticia/sociedad/2022/12/01/voz-quinto-diario-espanol-leido-crece/00031669900470865582306.htm>
- Lauzen, M. M., & Dozier, D. M. (2005). Maintaining the Double Standard: Portrayals of Age and Gender in Popular Films. *Sex Roles*, 52(7-8), 437-446.
<https://doi.org/10.1007/s11199-005-3710-1>
- Lauzen, M. M. (2018). The Celluloid Ceiling: Behind-the-Scenes Employment of Women on the Top 100, 250, and 500 Films of 2017. En *Women in TV Film*.
https://womenintvfilm.sdsu.edu/wp-content/uploads/2018/01/2017_Celluloid_Ceiling_Report.pdf
- LeBesco, K. (2004). *Revolting Bodies?: The Struggle to Redefine Fat Identity*. Univ of Massachusetts Press.
- Lombardo, E., & León, M. (2015). Políticas de igualdad de género y sociales en España: origen, desarrollo y desmantelamiento en un contexto de crisis económica. *Investigaciones feministas*, 5(0).
https://doi.org/10.5209/rev_infe.2014.v5.47986
- Luengas, H. T., & Velandia-Morales, A. (2012). Nivel de sexismo en consumidores y su valoración sexista de la publicidad. *Suma Psicológica*, 19(2), 75-88.
<https://doi.org/10.14349/sumapsi2012.1232>
- MacKinnon, C. A. (2013). Intersectionality as Method: A Note. *Signs*, 38(4), 1019-1030. <https://doi.org/10.1086/669570>
- Manos Unidas. (2020, 25 junio). *Discriminación de la mujer*.
<https://www.manosunidas.org/observatorio/derechos-mujer/discriminacion-mujer>
- McCombs, M., & Shaw, D. L. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176. <https://doi.org/10.1086/267990>
- McKim, C. A. (2017). The Value of Mixed Methods Research: A Mixed Methods Study. *Journal of Mixed Methods Research*, 11(2), 202-222.
<https://doi.org/10.1177/1558689815607096>
- McQuail, D. (1985). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*.
- Mendes, K., Ringrose, J., & Keller, J. (2018). #MeToo and the promise and pitfalls of challenging rape culture through digital feminist activism. *European Journal of Women's Studies*, 25(2), 236-246. <https://doi.org/10.1177/1350506818765318>

- Mesa, R. Y. (2004). El artículo, un género entre la opinión y la actualidad. *Revista latina de comunicación social*, 59, 186-195. <https://doi.org/10.4185/rlds-2004/25>
- Meuli, N. (2017). Hacia un periodismo con perspectiva de género. Análisis sobre las noticias de violencia de género y femicidio. *Question/Cuestión*, 1(55), 472-489. <https://biblat.unam.mx/hevila/Revistaquestion/2017/no55/27.pdf>
- Montiel, A. V. (2018). World Trends in Freedom of Expression and Media Development. Global Report 2017/2018. *Inter disciplina*, 7(17), 223. <https://doi.org/10.22201/ceiich.24485705e.2019.17.68086>
- Nash, M. (1996). Political culture, Catalan nationalism, and the women's movement in early twentieth-century Spain. *Womens Studies International Forum*, 19(1-2), 45-54. [https://doi.org/10.1016/0277-5395\(95\)00069-0](https://doi.org/10.1016/0277-5395(95)00069-0)
- Nicolás, J. (2023, 9 enero). Balance de género en las colaboraciones de opinión del diario «EL PAÍS» entre 2017 y 2022. <http://hdl.handle.net/10609/147703>
- Office of Federal Contract Compliance Programs. (2016). *Discriminación de género*. U.S. Department of labor. https://www.dol.gov/sites/dolgov/files/ofccp/regs/compliance/factsheets/FACT_SexDiscrimination_Sept2016_SPAESQA508c.pdf
- OHCHR. (s. f.). *Estereotipos de género*. <https://www.ohchr.org/es/women/gender-stereotyping>
- Otero, I. D., & González, M. C. (2011). La institucionalización de la igualdad de género en Galicia: un camino abierto. *Gestión y Análisis de Políticas Públicas*, 145-166. <https://doi.org/10.24965/gapp.v0i5.449>
- Otero, I. D., & González, M. C. (2014). Las políticas de igualdad de género en tiempos de crisis. El caso gallego. *Revistas UCM*. <http://revistas.ucm.es/index.php/INFE/article/download/47988/45260>
- Petchesky, R. P. (1987). Fetal Images: The Power of Visual Culture in the Politics of Reproduction. *Feminist Studies*, 13(2), 263. <https://doi.org/10.2307/3177802>
- Posetti, J. (2020). Online violence against women journalists: a global snapshot of incidence and impacts. En *UNESCO*. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000375136>
- Ross, K. (2002). *Women, Politics, Media: Uneasy Relations in Comparative Perspective*. <http://ci.nii.ac.jp/ncid/BA60132998>
- Sánchez, E. H., & Martínez, M. I. (2007). Aceptaciones figuradas en torno a la discriminación de género. *Pragmalingüística*, 15, 133-153. https://doi.org/10.25267/pragmalinguistica_2007.i15.07

- Scarcelli, C. M., Krijnen, T., & Nixon, P. (2021). Sexuality, gender, media. Identity articulations in the contemporary media landscape. *Information, Communication & Society*, 24(8), 1063-1072. <https://doi.org/10.1080/1369118x.2020.1804603>
- Serret, E. (2008). *Discriminación de género. Las inconsecuencias de la democracia* (1.a ed., Vol. 6) [Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación]. Arturo Cosme Valadez. <http://hdl.handle.net/11191/9510>
- Stanback, M. H. (1988). Feminist theory and black women's talk. *Howard Journal of Communications*, 1(4), 187-194. <https://doi.org/10.1080/10646178809359691>
- Stanko, E. A. (1987). Typical Violence, Normal Precaution: Men, Women and Interpersonal Violence in England, Wales, Scotland and the USA. En *Palgrave Macmillan UK eBooks* (pp. 122-134). https://doi.org/10.1007/978-1-349-18592-4_9
- Taboada, M. (2020b, diciembre 1). Women More Visible in Media? There's Good and Bad News | The Tyee. *The Tyee*. <https://thetyee.ca/Analysis/2020/12/01/Women-More-Media-Visible/>
- Tembrás, V. R. (2012). Fente, Elvira (2010): «Parir a liberdade, o movemento feminista en Galicia». Madrygal. *Revista de Estudos Gallegos*, 15, 274-276. https://doi.org/10.5209/rev_madr.2012.v15.39978
- The Communication Initiative Network (2020). *Who Makes the News: 6th Global Media Monitoring Project*. <https://www.comminet.com/global/content/who-makes-news-6th-global-media-monitoring-project>
- The Guardian. (2022, 17 noviembre). Guardian and Observer style guide: A. *the Guardian*. <https://www.theguardian.com/guardian-observer-style-guide-a>
- Torres, L. L. (2018). *Interiorización de los estereotipos de género en la sociedad argentina y el ideal de belleza en los mensajes publicitarios. Estudio transversal en 4 rangos de edad que abarca de los 18 a los 49 años* [Tesis Doctoral]. Universidad Complutense de Madrid.
- Toff, B. J., & Palmer, R. H. (2019). Explaining the Gender Gap in News Avoidance: “News-Is-for-Men” Perceptions and the Burdens of Caretaking. *Journalism Studies*, 20(11), 1563-1579. <https://doi.org/10.1080/1461670x.2018.1528882>
- Tuchman, G. (1978). Professionalism as an Agent of Legitimation. *Journal of Communication*, 28(2), 106-113. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1978.tb01605.x>
- UNESCO. (2015). Education for All Global Monitoring Report 2015: Gender Review. En UNESCO. UNESCO Publishing. <https://en.unesco.org/gem-report/2015-efa-gender-report>
- UNESCO. (2018). Gender Equality in the Media: A Global Analysis of News Content. En UNESCO.

[https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2018/596839/IPO_L_STU\(2018\)596839_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2018/596839/IPO_L_STU(2018)596839_EN.pdf)

- UN Women. (2016). Convention on the elimination of all forms of discrimination against women (CEDAW) for youth. En *UN Women*. United Nations.
<https://www.unwomen.org/en/digital-library/publications/2016/12/cedaw-for-youth#:~:text=The%20Convention%20on%20the%20Elimination,women's%20and%20girls'%20equal%20rights.>
- Van Wynsberghe, R., & Khan, S. (2007). Redefining Case Study. *International Journal of Qualitative Methods*, 6(2), 80-94.
<https://doi.org/10.1177/160940690700600208>
- Van Zoonen, E. A., & Van Zoonen, L. (1994). *Feminist Media Studies*. PhilPapers.
<https://philpapers.org/rec/VANFMS>
- Van Zoonen, L. (1998). A professional, unreliable, heroic marionette (M/F). *European Journal of Cultural Studies*, 1(1), 123-143.
<https://doi.org/10.1177/136754949800100108>
- Wanta, W., Golan, G. J., & Lee, C. (2004). Agenda Setting and International News: Media Influence on Public Perceptions of Foreign Nations. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 81(2), 364-377.
<https://doi.org/10.1177/107769900408100209>
- Wef. (2019). *Global Gender Gap Report 2020*. The World Economic Forum.
<https://dspace.ceid.org.tr/xmlui/handle/1/930>
- Williams, J., Williams Phillips, K., & Hall, E. V. (2014). Double Jeopardy? Gender Bias Against Women of Color in Science. En *Research Gate*.
https://www.researchgate.net/publication/271529571_Double_Jeopardy_Gender_Bias_Against_Women_of_Color_in_Science
- Wolf, N. (1990). *The Beauty Myth*. <http://ci.nii.ac.jp/ncid/BA11247009>
- Xornalistas Galegas. (2019). As mulleres e a opinión nos principais xornais galegos. En *Xornalistas Galegas*.
<https://xornalistasgalegas.files.wordpress.com/2020/03/informe-as-mulleres-e-a-opinioc81n-nos-principais-xornais-galegos-2019.pdf>
- Zepeda, J. R. (2005). Definición y concepto de la no discriminación. *El Cotidiano*, 21(134), 23-29.
<https://biblat.unam.mx/hevila/ElCotidiano/2005/no134/3.pdf>

8. Anexos

8.1. Acceso a los datos incluidos en la ficha de análisis

Con el objetivo de asegurar la transparencia del proceder del trabajo, así como facilitar la consulta del conjunto de datos, se han incorporado los resultados obtenidos al repositorio de acceso libre *Zenodo*, encontrándose disponibles en el siguiente enlace: <https://doi.org/10.5281/zenodo.8045081>

8.2. Entrevista a Alba Taladrid Díez

Entrevista a Alba Taladrid Díez, periodista y especialista en relaciones institucionales. Presidenta de la asociación *Xornalistas Galegas* y colaboradora habitual de medios como *Nós Diario* o *La Voz de Galicia*.

Realizada el 03/05/2023

-¿En qué medida es importante para el trabajo de una periodista la libertad de expresión?

Creo que es una obviedad que la libertad de expresión es básica porque es la parte que permite participar al periodista en el trabajo periodístico. Sin el orgullo de ser periodistas no hay periodismo, eso es lo que nos diferencia de que cualquier otra persona pueda publicar contenidos disfrazándolos de informativos. La libertad de expresión permite la participación del periodista en la información, en el producto final y esa es la garantía de lo que se está haciendo es periodismo. Yo creo que son indisolubles.

-¿Cómo manejan las periodistas la libertad de expresión y que amenazas enfrentan en la actualidad?

Yo creo que la principal amenaza que tenemos es la autocensura por lo que veo en mi práctica y en mi entorno. Llega un momento en el que todas y todos somos tan conscientes de donde trabajamos y de cuál es la línea editorial que se nos marca o de qué cosas son admisibles o no en la información publicada hoy en día en los medios de comunicación que ya nos autocensuramos antes de intentar transgredir esos límites. Creo que de verdad esta es una tremenda amenaza por su frecuencia, sobre

todo. Creo que manejamos la libertad de expresión como un objetivo, como una línea estructural del trabajo que hay que mantener, pero creo que lo hacemos más en el marco teórico que en la práctica. En la práctica nos autocensuramos con una frecuencia escandalosa.

-¿Cree que con el auge de Internet y las redes sociales la libertad de expresión de una periodista se ha visto favorecida o, por el contrario, se ha visto coartada? ¿Por qué?

Creo que las redes sociales y el auge de Internet son imprescindibles para el trabajo periodístico, pero como fuentes. Entonces, si estamos preguntando si esto permite ampliar nuestra libertad de expresión, pues yo creo que permite ampliar nuestra formación, permite ampliar los puntos de vista, por lo cual entiendo que por ahí sí que se amplía la libertad de expresión. Si se pregunta por la publicación en las redes sociales de cualquiera, yo no creo que eso aumente la libertad de expresión. No como concepto periodístico, me refiero a que lo que se hace en redes deberían ser una serie de auditorías, de barreras previas de control de si una información o un producto finales es periodístico o no. Si no existen esas cortapisas previas, si no hay esas garantías de que la información pasa antes por el filtro de un periodista, yo creo que no es periodismo. No creo que tengamos mayor libertad de expresión como sociedad porque la gente pueda escribir en redes sociales. Creo que las redes sociales están en un nivel equivalente al de las barras de los bares. Tú ahí puedes percibir ideas, puedes percibir tendencias de posicionamiento, de opinión, puedes incluso obtener detalles que te hagan tirar de un hilo y a partir de ahí realizar un trabajo periodístico, pero no son periodismo y, por lo tanto, la libertad de expresión de los periodistas no está ampliada por ahí.

-¿Cuáles considera que son los límites en materia de libertad de expresión que deben proponer las periodistas en lo que se refiere a la producción y difusión de la información?

Creo que los límites legales de la libertad de expresión están marcados y tenemos que conocerlos como periodistas que somos, como puede ser el atentado contra la propia imagen o la dignidad de alguien o como no ponerlo en una situación de inseguridad. Pero evidentemente tienen que existir unos límites deontológicos que ayudan a entender que el periodismo es un servicio público que tiene que trabajar por el bien común y que tiene que intentar, en ese sentido, contra el bien común y el bien de todas y de todos tiene que ser un límite. Creo que en la sociedad actual tenemos que ser especialmente vigilantes con los límites que tienen que ver con la intimidad de alguien y con el morbo de lo personal, de lo que no aporta nada al interés general, pero si aporta al interés animal, a ese “cerebro lagarto” que tenemos todos de querer hacer *click*. No dejarnos llevar por el ansia del *clickbait* es un límite fundamental, pensar que si alguien conozca ese detalle aportará algo o incluso a lo global de la sociedad, si

nos aporta algo a todos más allá de saciar la curiosidad ciertamente insana a nivel personal. Creo que no dejarnos llevar por el sensacionalismo es imprescindible hoy en día por los riesgos que conlleva la profesión hoy en día.

-¿Cree que existe el suficiente amparo legal que proteja la libertad de expresión de una periodista?

Supongo que a nivel legal todo está bien hilado, pero hay un problema en la puesta en práctica. No soy quien de juzgar si eso está bien recogido o argumentado, pero sí que entiendo que hay un problema cuando esto se lleva a la práctica. La autocensura que comentábamos antes y otros mecanismos de presión que existen en los medios de comunicación y que llevan a constreñir a uno mismo la libertad de expresión, no con una orden directa, pero sí que acaba limitando nuestra libertad de expresión. El amparo legal, si hablamos de acabar yendo a un juzgado, puede que sí se tenga el amparo legal. Pero lo que sí que está claro es que por el medio hay una serie de trabas que en el día a día hacen que no sea suficiente.

-¿Como se debería actuar ante una situación en la que se es testigo de una clara vulneración de la libertad de expresión en la profesión periodística?

Pues yo ahí soy partidaria de publicarlo, siempre. Pero necesitamos medios que nos amparen. A parte de que evidentemente la vía legal está para ampararnos a todas, es una decisión de cada una optar por recurrir a ella, a un juzgado, que además me parece correcto. Pero además creo que lo que tenemos que hacer como periodistas es utilizar la principal arma que tenemos, la mejor herramienta es precisamente que publicamos información. Lo que pasa es que no creo que haya ningún medio ahora mismo dispuesto a contar. Obviamente nunca te van a dejar contar lo que te pasa a ti en él y tampoco creo que los de fuera en un nivel similar, entendiendo un nivel de prensa escrita-prensa escrita. Probablemente un periódico no publicará lo que otro periódico hizo porque a lo mejor está pecando de exactamente lo mismo. Tenemos otra vía, que son las redes. Ahora sí que es verdad que en ese sentido hay otras fórmulas para denunciar situaciones, pero claro el propio hecho de denunciarlos por las redes deja de convertir la denuncia en algo periodístico. Creo que ahí faltan recursos.

-¿Cuál considera que es la situación de la libertad de expresión en España en la actualidad? ¿Los/as profesionales deben hacer algo para mejorarla?

Si, creo que la precariedad que tenemos los profesionales de la información ahora mismo lleva a una limitación brutal de la libertad de expresión, porque si uno tiene unas condiciones precarias y necesita, cuanto menos, no empeorarlas, no va a entrar a otras cuestiones deontológicas con la libertad de expresión porque estamos centrados en lo práctico. Los profesionales deberíamos militar siempre, pero bueno, lo primero que tenemos que hacer los profesionales es autoprotegernos claro, y ahora mismo tenemos unas empresas periodísticas que no protegen a los periodistas. Cada

vez hay menos sindicatos profesionales, los colegios profesionales no están entrando en las reivindicaciones laborales, ellos llevan más las profesionales, pero no las laborales. Estamos bastante desamparados. Entonces, esa precariedad laboral de los periodistas se resiente la libertad de expresión.

-En lo referente a las periodistas y la libertad de expresión de estas: ¿Existe en el ámbito de la comunicación discriminación y violencia basada en el género contra las profesionales por el ejercicio de su profesión?

Yo creo que es evidente que sí, de la misma manera que todas las mujeres sufrimos agresiones por el hecho de ser mujeres de mayor o menor envergadura y en distintos ámbitos y las profesionales de la información también las sufrimos por ser mujeres. Hay un clarísimo que es el de las periodistas deportivas que son víctimas de un tipo de agresión verbal constante, de una humillación a su persona en muchas ocasiones sexualizada y además su trabajo sólo por el hecho de ser mujeres. De esos casos famosos hay muchísimos. Además, nuestra libertad de expresión de coarta en el sentido de que somos más atacadas, por lo cual de nuevo esas barreras propias para autoprotegerse, como en todos los demás ámbitos, estamos menos amparadas. Además, tenemos menos cuotas de poder, las mujeres tenemos, de hecho, menos cuotas de poder en los trabajos periodísticos y nuestra libertad de expresión es menor porque uno también es más libre cuánto más poderosa es.

-¿Cree que en muchas ocasiones se silencia la voz de las periodistas en cuestiones de debate público?

No sólo lo creo, si no que están ahí los hechos. Las mujeres estamos silenciadas en cuanto a visibilidad en la opinión pública. En *Xornalistas Galegas* tenemos un trabajo basado en un análisis sobre la presencia de mujeres en la opinión. En la opinión, por cada artículo que hay de una mujer, hay siete de un hombre en el estudio que nosotras hicimos que fuese sobre la prensa en Galicia en 2018. Probablemente la situación de hoy sea peor porque si hacemos un poco de memoria se puede recordar que 2018 fue el año de la reivindicación feminista más numerosa y sonada. Desde aquel momento, por cada artículo de una mujer hay siete artículos de un hombre. Hay un tercio, haciendo una media, en los que no hay ninguna opinión de una mujer. Con lo cual, es una obviedad que estamos silenciadas. Esto es según el informe de *Xornalistas Galegas*, pero hay muchísimos más de otras entidades, con lo cual podemos decir sin miedo a equivocarnos que estamos silenciadas e invisibilizadas. Del mismo modo, estamos invisibilizadas también como fuentes, no sólo como opinadoras. Y también como especialistas, hay muchas menos mujeres a las que recurrimos como fuente y, por lo tanto, hay menos periodistas a las que se recurra como fuente.

-¿La falta de mujeres en puestos de poder en las redacciones puede estar relacionada con esta mayor violencia de cara a las periodistas en lo referente a la libertad de expresión de las profesionales?

Sí, sin duda, como te comentaba antes. La libertad está directamente relacionada con el poder y si no tenemos poder, no tenemos la misma libertad. Además de que el hecho de que no haya mujeres en puestos de poder redundan no sólo en su propia libertad, si no en la libertad de todas. Es decir, faltan también perspectivas feministas en las cúpulas de poder de los medios, que no es que poner a una mujer en una cúpula de poder sea una perspectiva feminista, pero poner a una mujer con perspectiva feminista sí que supondrá mejores condiciones para el feminismo, para la igualdad y, por lo tanto, también para las profesionales. En ese sentido, nosotras reivindicamos desde la asociación *Xornalistas Galegas* la figura de las editoras de género precisamente por esto.

-¿Ha sufrido alguna vez en primera persona alguna situación en la que viese coartada su libertad de expresarse en el ámbito periodístico? Si fue así, ¿cómo?

Sí, supongo que como todo el mundo. Trabajé en un periódico en el que era muy difícil criticar a la Xunta de Galicia o criticar a un determinado ayuntamiento que pusiera publicidad, por lo que era una cuestión meramente económica. Son los que ponen el dinero, con lo cual, pasó muchas veces de estar intentando criticar algo, sacar una información un día y que al día siguiente llamase el departamento comercial a la redacción diciendo que no se podía seguir por ahí porque tal empresa amenaza con dejar la publicidad, esto en el caso de las empresas privadas. Y en el caso de la Xunta se hacía a través de la Secretaría Xeral de Medios se ponen en contacto con los directivos o directivas de los medios. Recuerdo un caso concreto de un titular que era: Xunta insolvente, niega el acompañante a un chico discapacitado en el autobús. En el artículo contaba que la Xunta decía que no tenía medios para acompañar a este chico, que era un niño de primaria, con una discapacidad que lo obligaba a que para montar en el autobús tuviese que llevar a un acompañante y como no tenía acompañante, su madre iba todos los días desde O Pino o desde Touro (A Coruña) a llevarlo cuatro veces al día y la Xunta no le daba ese acompañante porque decía no tener medios. Creo que al final se publicó algo bastante parecido, pero con muchas broncas, no por mi parte porque ahí tuve suerte de tener un jefe que amparaba este tipo de reivindicaciones y fue él el que peleó porque se publicase algo similar. Pudo salir adelante, pero la primera respuesta que obtuve a ese titular fue: “Eso así, no”. Pero supongo que estas historias son habituales en el día a día de los medios para todas.

8.3. Entrevista a Lucía Rodríguez Peña

Entrevista a Lucía Rodríguez Peña, periodista y vocal de AGARESO (Asociación Gallega de Comunicación para el Cambio Social). Colaboradora habitual de medios como *Cadena Ser* o *La Voz de Galicia*.

Realizada el 12/05/2023

-¿Hasta qué punto es importante la libertad de expresión para el trabajo de una periodista?

La libertad de expresión es fundamental para el ejercicio del periodismo. Entiendo la profesión como un servicio que conecta a los ciudadanos con la realidad que les rodea y que ayuda a las personas a formarse una idea del mundo, a convivir en clave de tolerancia y a tomar decisiones vitales acertadas. En ese trabajo, los periodistas tienen que ofrecer una imagen lo más fiel posible de la realidad porque no hacerlo puede tener graves repercusiones sociales. De ahí que nuestro trabajo debe tener una alta exigencia de rigor, responsabilidad y libertad. Sin libertad de expresión, la imagen que ofreceríamos estaría (y lamentablemente lo está muchas veces) distorsionada y viciada por intereses ajenos a la satisfacción de las necesidades informativas del público. Apropiarse de esa libertad, ocultar o evadir información deliberadamente pone en peligro a la sociedad en su conjunto.

-¿Cómo maneja el/la periodista la libertad de expresión y qué amenazas enfrenta hoy?

La libertad de expresión se da por sentada en el día a día, lo que significa que, como periodista, pero también como consumidor de medios, no le prestas mucha atención ni reflexionas sobre ella. Entiendes que es obvio que se cumple. ¿Como no? ¿Qué clase de sociedad seríamos sin periodistas libres? No te das cuenta de que, como derecho que es, hay que defenderlo en el día a día. Pero quizás ese sea el mayor error. Por un lado, dentro de algunas redacciones se normaliza el cuestionamiento de propuestas o informaciones ya publicadas que van en contra de los intereses (económicos, políticos) del medio al que pertenecen. Por otro lado, se entiende como algo natural que personas ajenas a esas redacciones se sientan libres de llamar la atención a los periodistas por informaciones que no les gustaron. Para todo eso, creo que en algunos medios hay una falsa sensación de independencia. Para cualquiera es inconcebible que en una redacción de un país democrático se coarte la libertad de expresión de los periodistas, pero sucede y puede ser, en parte, porque ya es demasiado tarde para defender un derecho que damos por sentado.

En cuanto a las amenazas a la libertad de expresión hoy en día, creo que estas vienen más de la precariedad que de otra cosa en nuestro país. Los magros salarios, el incumplimiento de los horarios, funciones y responsabilidades fijados por contrato y, en definitiva, acuerdos no adaptados al siglo XXI, hacen muy difícil la defensa de otros derechos que no son los más inmediatos, como el de la propia vivienda, para ejemplo. Si a eso se suma una concepción romántica que lleva a concebir la profesión como una forma de vida apasionante, pero incompatible con cualquier otro modelo que el de estar disponible las 24 horas del día, incluidos fines de semana y festivos sin una remuneración que, por otra parte, es muy difícil criticar sus acciones en general y la falta de libertad de expresión en particular.

-¿Cree que con el auge de Internet y las redes sociales se ha favorecido o, por el contrario, coartado la libertad de expresión de una periodista? ¿Por qué?

Creo que la actual multiplicidad de canales de comunicación no conduce per se a una mayor libertad de expresión en el ejercicio del periodismo. Considero que la libertad de expresión se favorece o se coarta según los objetivos que se persigan. Hay medios que aprovechan las ventajas del entorno digital para ejercer su profesión con la máxima libertad y hay otros que las utilizan para satisfacer meros intereses económicos o de incidencia política. Por ejemplo, existen medios puramente digitales que nacen por iniciativa de periodistas con el apoyo de miles de afiliados que defienden el periodismo independiente.

Ejercerlo es posible gracias, entre otras cosas, a la financiación alejada de las grandes empresas publicitarias, que tienen intereses propios, a veces en conflicto con los intereses de los medios, y que ejercen un control indirecto sobre la información a través de la publicidad. Entiendo que estos medios respeten plenamente la libertad de expresión en el ejercicio de la profesión porque nacieron para diferenciarse de los que no. En este sentido, también existen iniciativas individuales que han aprovechado las ventajas de las redes sociales o plataformas online para ejercer el periodismo libremente.

En contraposición a estos casos, existen periodistas privados y medios puramente digitales cuyos intereses no son informativos, sino económicos o políticos, y chocan de frente con el derecho a la información veraz. Desvirtúan la libertad de expresión, manipulan, desinforman, distorsionan la realidad y constituyen una amenaza a la convivencia.

-¿Cuáles cree que son los límites en materia de libertad de expresión que deben proponer las periodistas en cuanto a la producción y difusión de información?

Es delicado establecer límites genéricos, sería cuestión de analizar cada caso en particular. Pero si pienso en un límite que me marcaría, me viene a la mente la protección de las personas vulnerables. ¿Hasta qué punto un post tuyo puede dejar a una migrante, a una refugiada, a una persona en riesgo de perder su hogar, a un menor, a una enferma o a una víctima de violencia de género expuesta a discriminación, humillaciones o arriesgando su vida? Sí veo un límite claro ahí porque recogemos las palabras de una persona, elegimos las que nos sirven para construir una historia, las difundimos y no nos exponemos a las consecuencias. También debemos sentirnos responsables después del hecho y proteger a las personas que generosamente confían en nosotros para contar sus historias. Y no se trata de no contar sus historias, pero si aplicas la máxima delicadeza a tu tratamiento.

Tal vez la misma regla valdría para el resto de los casos, preguntar en qué beneficia mi información a la sociedad, qué le aporta. Si la respuesta no es clara, es un buen indicador para saber que es mejor cambiar el enfoque, la forma de abordar el tema.

-¿Cree que existe suficiente protección legal para proteger la libertad de expresión de una periodista?

Entiendo que hay suficiente protección legal para ejercer el periodismo libre en nuestro país, pero como dije antes, en nuestro trabajo diario no pensamos mucho en los derechos que nos asisten y eso nos da sueño. Nos sentimos libres, aparentemente protegidos por una democracia respetuosa de los Derechos Humanos, pero nos encontramos a diario en las redacciones con presiones, tensiones y conflictos de interés que normalizamos como parte del trabajo. La ley se siente como algo alejado de la realidad que pretende regular.

-¿Cómo se debe actuar ante una situación en la que se asiste a una clara vulneración de la libertad de expresión en la profesión periodística?

Si somos testigos de una violación a la libertad de expresión en el ejercicio de la profesión periodística, debemos denunciarlo. Dicho esto, el sentido del deber choca a veces con nuestras circunstancias personales, con nuestra capacidad de afrontar las consecuencias y con la percepción de la ley como una figura protectora ajena a nuestra realidad, por lo que muchas de las violaciones quedan sin denunciar.

**-¿Cuál cree que es la situación de la libertad de expresión en España hoy?
¿Deberían las profesionales hacer algo para mejorarla?**

Creo que la precariedad en las redacciones nos preocupa más que el debate sobre la libertad de expresión y eso es tanto como reconocer que la situación de este derecho es sumamente frágil. Para mejorar, tendríamos que empezar por leer detenidamente las condiciones de nuestros contratos, los convenios que los rigen y los derechos que nos asisten. Finalmente, debemos unirnos para defender la dignidad de nuestra profesión, más allá de las imágenes románticas, e invitar al público a sumarse a nuestras demandas, porque la sociedad en su conjunto está interesada en ejercer libremente un derecho fundamental como es el de la información.

-Respecto a las periodistas y su libertad de expresión: ¿existe discriminación y violencia de género contra las mujeres profesionales en el campo de la comunicación por el ejercicio de su profesión?

El periodismo no es una profesión ajena al machismo que caracteriza a la sociedad española o a las estructuras globales del patriarcado, por tanto, existen conductas que discriminan y abusan de las periodistas por el hecho de ser mujeres en el ámbito de la comunicación, del mismo modo que ocurrir en otros campos.

-¿Cree que la voz de las periodistas suele ser silenciada en asuntos de debate público?

Creo que hay un esfuerzo, no sé si superficial o concienzudo, por incorporar las voces de las mujeres al debate público. Me parece correcto porque ayuda a ofrecer una imagen más completa de la realidad que si solo se da la perspectiva masculina, como se ha hecho durante siglos. Sin embargo, este esfuerzo no va acompañado de una igualdad real, por lo que cuanto mayor es la exposición de las mujeres, mayor es la intensidad de los ataques que reciben. Las expresiones violentas que se leen en sus perfiles personales en las redes sociales, por ejemplo, son públicas y manifiestas. Quizás esa exposición a la violencia lleve a muchas mujeres a declinar las invitaciones para participar en la esfera pública. En resumen, su voz es igualmente silenciada. Cuando esto sucede, muchas veces se les culpa por no aprovechar la oportunidad que se les presenta.

-¿La falta de mujeres en puestos de poder en las redacciones podría estar relacionada con esta mayor violencia hacia los periodistas en relación con la libertad de expresión de las profesionales?

No es fruto de la casualidad que las mujeres no ocupen puestos de poder en las redacciones cuando representan un mayor número en las facultades de Periodismo.

Su ausencia se debe, creo, al carácter machista de la sociedad española, por un lado; ya los ritmos de trabajo sin horarios regulados que exige la profesión periodística, por el otro. Ambos motivos están interrelacionados. En pleno siglo XXI y en Europa, cuna de los Derechos Humanos, las mujeres siguen asumiendo en mayor medida tareas no remuneradas relacionadas con el cuidado de personas dependientes y el trabajo doméstico. Su disponibilidad, limitada por esa dedicación, las hace parecer menos competitivas que sus colegas masculinos. Además, la sociedad valida su dedicación en cuerpo y alma a la profesión y las castiga si descuidan alguna de las tareas que se esperan de ellas por el hecho de ser mujeres. Por otro lado, su realidad encaja mejor en la dinámica de las redacciones, donde se requiere dedicación exclusiva y disponibilidad absoluta. Por eso vemos más medios dirigidos por hombres que por mujeres. No porque estén mejor preparados y no porque su juicio profesional sea más brillante o audaz, no. Sucede porque siguen teniendo privilegios por el hecho de ser hombres. El riesgo que corren los medios, y del que no son conscientes, creo, es el demostrar al público una realidad sesgada, contada, en la mayoría de los casos, desde una perspectiva masculina. Eligen dónde se pone el foco y cuentan ciertos temas a partir de su mirada.

-¿Alguna vez ha vivido una situación en la que su libertad de expresión en el ámbito periodístico se vio cercenada? Si es así, ¿cómo?

Como periodista, he experimentado conductas tendientes a coartar mi libertad de expresión, en la mayoría de los casos porque entraba en conflicto con los intereses de la empresa para la que trabajaba. Los medios de comunicación, al igual que las empresas, tienen entre sus objetivos la obtención de beneficios económicos, fin que en ocasiones pueden perseguir con más energía de la que emplean para garantizar el derecho a la información. Esos beneficios económicos provienen, entre otras fuentes, de los ingresos publicitarios o de las relaciones de poder con las instituciones públicas. Estos pueden, por ejemplo, favorecer un medio de comunicación si se sienten “bien tratados”. Que el “buen trato” a las marcas comerciales o a las personas que ocupan cargos públicos es algo que se sugiere o solicita abiertamente por parte de los encargados del medio ambiente (hombres, en su mayoría). De la misma manera, el “maltrato” en el campo de la comunicación también es utilizado como una forma de castigo hacia personas, instituciones o empresas, en una suerte de presión para lograr metas alineadas con los intereses del medio ambiente. He estado envuelto en ese fuego cruzado unas cuantas veces, invitado a cambiar titulares, enfoques, a “dar la vuelta” a mi información, a hacer una entrevista “amigable” con alguien. Es desagradable, frustrante y carente de toda ética. Y lo peor de todo es que sucede rutinariamente.

