

UNIVERSIDAD DE VALLADOLID  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, JURÍDICAS  
Y DE LA COMUNICACIÓN



Universidad de Valladolid



GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS  
CURSO 2021-2022

**ANÁLISIS DE LA MUJER POLÍTICA EN LA PRENSA ESPAÑOLA A  
TRAVÉS DE LA PRESENCIA MEDIÁTICA DE IRENE MONTERO.**

Disertación

**ANA FERNÁNDEZ RICHER**

**Tutor académico: Miguel Vicente Mariño**

**SEGOVIA, julio de 2022**

## **Resumen**

El presente trabajo se basa en un análisis de la presencia de una mujer política, Irene Montero, en los medios españoles en relación con el género, centrado en las diferentes variables y los tipos de encuadres que contribuyen a perpetuar algunos de los estereotipos de género al representar a la mujer como sujeto político. Este proyecto pretende profundizar tanto en la dimensión que tiene el género en la sociedad española actual como en la evolución de la mujer como sujeto activo en el espacio público. Partiendo como anclajes de las teorías que analizan los efectos de los medios en la comunicación política y su capacidad de influencia sobre el público, este trabajo profundiza en la discriminación sufrida por las mujeres en los espacios de poder, explorando hasta qué punto la prensa española de referencia continúa contribuyendo a la perpetuación de esta desigualdad.

**Palabras clave:** Comunicación política, medios de comunicación, estereotipos de género, mujer política, Irene Montero.

## **Abstract**

This paper is based on an analysis of the presence of a female politician, Irene Montero, in the Spanish media in relation to gender, focusing on the different variables and types of framing that contribute to perpetuate some of the gender stereotypes when representing women as political subjects. This project aims to deepen both the dimension of gender in the current Spanish society and the evolution of women as active subjects in the public space. Based on theories that analyze the effects of the media in political communication and its capacity to influence the public, this work examines in depth the discrimination suffered by women in the spaces of power, exploring to what extent the Spanish press continues to contribute to the perpetuation of this inequality.

**Keywords:** Political communication, media, gender stereotypes, political women, Irene Montero.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

<b>1. INTRODUCCIÓN</b>	5
<b>2. MARCO TEÓRICO</b>	6
2.1. La dimensión del género	7
2.2. La Representación de la mujer política en los medios	9
2.2.1. Agenda- <i>setting</i> y <i>framing</i>	11
2.2.2. Estereotipos de género en los medios	13
2.3. La personalización política	15
2.4. La presencia de las mujeres en la vida política española	17
2.5. Irene Montero	19
<b>3. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA</b>	20
<b>4. RESULTADOS</b>	21
4.1. Visibilidad	21
4.2. Género	22
4.3. Vida personal	23
4.4. Declaraciones	27
4.5. Rasgos de la personalidad	29
4.6. Análisis de los encuadres	29
4.7. Tono de la cobertura	31
<b>5. CONCLUSIONES</b>	31
<b>6. BIBLIOGRAFÍA</b>	34
<b>ANEXO I</b>	37
EL PÚBLICO	39
EL PAÍS	41
EL CONFIDENCIAL	43
ABC	44
EL MUNDO	50

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Irene Montero Gil. (Ministerio de Igualdad) Fuente: <a href="https://www.igualdad.gob.es">https://www.igualdad.gob.es</a> .....	19
Ilustración 2. El País (2020). Fuente: <a href="https://www.elpais.com">https://www.elpais.com</a> .....	24
Ilustración 3. ABC (2020). Fuente: <a href="https://www.abc.es">https://www.abc.es</a> .....	25
Ilustración 4. El Confidencial (2020). Fuente: <a href="https://www.elconfidencial.com">https://www.elconfidencial.com</a> .....	26
Ilustración 5. El Mundo (2020). Fuente: <a href="https://www.elmundo.es">https://www.elmundo.es</a> .....	26
Ilustración 6. El País (2020). Fuente: <a href="https://www.elpais.com">https://www.elpais.com</a> .....	27
Ilustración 7. ABC (2020). Fuente: <a href="https://www.abc.es">https://www.abc.es</a> .....	31
Ilustración 8. Mundo (2020). Fuente: <a href="https://www.elmundo.es">https://www.elmundo.es</a> .....	31
Ilustración 9. confidencial.com (2020) Fuente: <a href="https://www.elconfidencial.com">https://www.elconfidencial.com</a> .....	32

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Visibilidad. Fuente: Elaboración propia a través de los datos analizados. ....	22
Tabla 2. Género. Elaboración propia a través de los datos analizados. ....	22
Tabla 3. Vida personal. Elaboración propia a través de los datos analizados. ....	23
Tabla 4. Vestimenta, familia y emociones. Elaboración propia a través de los datos analizados. ....	24
Tabla 5. Declaraciones. Elaboración propia a través de los datos analizados. ....	28
Tabla 6. Feminismo. Elaboración propia a través de los datos analizados. ....	28
Tabla 7. Feminismo. Elaboración propia a través de los datos analizados. ....	29
Tabla 8. Encuadres mujeres políticas. Elaboración propia a través de los datos analizados. .....	30
Tabla 9. Tono de cobertura. Elaboración propia a través de los datos analizados .....	30

# 1. INTRODUCCIÓN

Este Trabajo Fin de Grado (TFG) consiste en un proyecto de investigación elaborado con la finalidad de analizar como los principales medios de la prensa española (*publico.es*, *El País*, *confidencial.com*, *El Mundo* y *ABC*) representan la figura Irene Montero, actual ministra de Igualdad.

Desde finales del siglo XX hasta nuestros días, se observa un aumento del número de mujeres que acceden a cargos políticos de primer nivel. No obstante, en la cobertura de los medios las mujeres continúan estando en muchos casos infrarrepresentadas y/o encuadradas como novedades, percibidas como diferente a lo establecido, que es lo masculino, en el ámbito político (Fernández García, 2010). Así, en el caso de las mujeres, el género es destacado explícitamente en los medios, lo que provoca que aparezcan primero como ‘mujeres’ y después como ‘candidatas’ o ‘políticas’ (Falk, 2008; Norris, 1997).

Cada vez son más los estudios que inciden en la presencia de la mujer en los diversos niveles de poder de la esfera política. Este hecho genera un incremento del interés y de la confianza de las mujeres hacia la política institucional. Además, empoderan a otras mujeres de una forma simbólica por el hecho de ejercer un cargo público y exponerse a una mayor visibilidad, incrementando la participación y el interés político entre las mujeres, especialmente entre las adolescentes (Atkeson, 2003; Atkeson y Carrillo, 2007). Esta representación es importante ya que la sociedad responde a patrones de división jerárquicos que distribuyen el poder, colocando a personas o a colectivos en situaciones favorables o de dominación. Por lo tanto, la opresión de género representa la exclusión de las mujeres de la ciudadanía, que es originaria y estructural y que se superpone a todas las demás (Flores, 2020).

Las mujeres han ocupado históricamente, y continúan ocupando, una posición subordinada en el acceso a los espacios públicos y a los bienes materiales e inmateriales necesarios para la satisfacción de derechos y libertades. Una forma para acabar con la discriminación es dándole visibilidad y, para ello, hay que entender el papel crucial que juegan los medios, y en este caso en el ámbito político ya que encuadran, dan forma e ignoran o presentan a las figuras al público (Falk, 2008). Por lo tanto, la presencia de la mujer en los medios de comunicación, así

como la imagen que se proyecta de ella atendiendo a los roles que desarrollan tanto en la vida privada como en la pública, es digno de estudio. Además, las diferencias de género no sólo existen en la cantidad de cobertura recibida por las mujeres políticas, sino que también se observan en el tipo de cobertura que reciben en comparación con los hombres políticos: mayores menciones a la vida personal de las mujeres en detrimento de la profesional, obviar su posicionamiento político sobre cuestiones determinadas, situar su género en el centro de la cobertura, invisibilizar sus declaraciones o emplear con mayor frecuencia un tono negativo en la cobertura de las mujeres políticas (Fernández, 2014). Este interés por la vida personal de las candidatas, también se debe a la personalización de la política y a la centralidad de la imagen (que se explica por el auge de los medios de comunicación) que han generado un nuevo tipo de liderazgo político caracterizado por la visibilidad mediática (Rebolledo, 2017).

Por consiguiente, los medios de comunicación tienen un papel primordial en la configuración del liderazgo de una mujer política, ya que a través de ellos las políticas consiguen el reconocimiento del público o no. Es por ello que este estudio analiza el papel de los medios a la hora de representar a las mujeres políticas, centrándose en la figura de la ministra de Igualdad, Irene Montero, de Unidas Podemos (UP), con el objetivo de observar si se siguen perpetuando mensajes discriminatorios por razón de sexo cuando una mujer ocupa un cargo público.

## **2. MARCO TEÓRICO**

En este epígrafe se sientan las bases teóricas sobre las que se fundamenta la disertación. Comenzamos analizando la dimensión del género como constructo social, explorando cómo afecta en la representación de la mujer política en los medios. A continuación, nos centraremos en los estereotipos de género que promueven los medios, deteniéndonos con anterioridad en las teorías académicas de la configuración de agenda (*agenda setting theory*) y de los encuadres noticiosos (*framing theory*), que analizan cómo surgen los temarios y los marcos de referencia en los medios de comunicación. Seguiremos con el estudio de la personalización política, dedicando los últimos apartados a repasar la presencia de las mujeres en la vida política española, desembocando en la presentación de la figura pública de Irene Montero.

## 2.1. La dimensión del género

Para explicar el género primero es necesario recalcar la distinción y no confusión de los conceptos de sexo y género. Desde el ámbito de la psicología se define el sexo en términos biológicos como las diferencias anatómicas y fisiológicas entre hombres y mujeres que son genéticamente determinadas, mientras que el género se refiere a todo lo que es asociado con el sexo de un individuo, incluyendo los roles, conductas, preferencias, y otros atributos que definen lo que significa ser hombre o mujer en una cultura determinada (Baron y Byrne, 2000). Es decir, el género es uno de los elementos más penetrantes de la identidad personal, ya que ha sido siempre una construcción jerárquica de los estereotipos sexuales que ha fundamentado la desigualdad, marginación y subordinación para la mayoría de las mujeres a lo largo de la historia.

Pero Judith Butler (2001), cree que tanto el sexo como el género, como construcción social de las categorías femenino y masculino, son ambas una construcción social. Butler afirma que el sujeto se hace, se construye social, cultural y lingüísticamente como persona y señala el carácter performativo del género, entendiendo por performativo una reiteración de prácticas y actos que se constituyen como naturales dentro del discurso de poder (Butler, 2001). Por lo tanto, el sexo es un concepto normativo ya que a partir de él comienza el proceso de masculinización o feminización en el cumplimiento de una norma para ser un sujeto aceptable (Preciado, 2002). A partir de este proceso de representación del sexo, se crean las diferencias entre lo masculino y lo femenino, unas diferencias que no son naturales, fundamentales o biológicas, sino que son diferencias construidas, utilizadas para reforzar la esencia del género (West y Zimmerman, 1987). Y estas diferenciaciones provocan consecuencias sociales, como la distribución del poder y de los recursos en los ámbitos doméstico, económico y político, además de en las relaciones interpersonales. Según Aristóteles la sociedad se dividía en dos esferas: la esfera pública y la esfera privada, donde lo público, lo político, estaba reservado para los hombres y sus decisiones afectaban a la comunidad completa (Fernández, 2014). Es decir, el espacio público será dónde se desarrollen las actividades de prestigio social y estarán dominadas por los hombres. En cambio, el espacio que ocupaban las mujeres por su condición biológica y por las creencias y representaciones culturales que conllevaba el género, estaría reservado a la esfera privada, para ser madre, esposa y ama de casa (Chávez, 2004).

Por lo tanto, el principal elemento diferenciador entre los géneros, que provoca la desigualdad, es la relación con el poder y ese poder viene dado por el papel social que tiene el hombre en el

espacio público y la mujer en el privado. Debido a esta desigualdad en el espacio público entre hombres y mujeres, comienzan las ideas feministas con la Ilustración. En los siglos XVII y XVIII se empieza a plantear la idea de que las mujeres formen parte del gobierno, y a considerarlas como ciudadanas en potencia, es decir, como sujetos que forman parte de la sociedad fuera del límite doméstico, fuera de lo privado (Chávez, 2004). No obstante, el ámbito público y el privado van a seguir estando definidos a partir de conceptos, valores y pautas de comportamiento opuestos, donde cada género va a quedar adscrito a una de las esferas (Flores, 2020). Además, estos valores van a estar jerarquizados, correspondiendo siempre el de mayor valor a lo que se identifica con lo masculino. De este modo expresa Flores que “el espacio público va a estar caracterizado por la razón y la imparcialidad, va a ser reconocido social y políticamente, (...) va a ser el espacio de la productividad; y en cambio, el espacio privado queda regido por la ética del cuidado, presidido por la parcialidad, la necesidad, la caridad y la improductividad” (Flores, 2020, p.23). Esta división define e identifica qué es lo masculino y qué es lo femenino, y como se debe de actuar de acuerdo con estos patrones de comportamiento para cumplir con la norma social en función del sexo.

De este modo, para que haya progreso y desarrollo cívico es necesario abolir el prejuicio sobre la incapacidad y la dependencia natural de las mujeres para ejercer sus derechos y deberes políticos como ciudadanas independientes y productivas. Pero como las sociedades no son rígidas ni inflexibles, el sexismo no es la única fuente de opresión y la idea de la mujer como sujeto universal es criticada pasándose a la idea de que muchas mujeres sufren discriminaciones diferentes sobre la base de ejes de desigualdad múltiples (Fernández, 2014). La sociedad no está dividida entre opresores y oprimidos, sino que uno puede encontrarse subordinado en una relación entre mujer y hombre, y en cambio ser dominante en otra, mujer blanca y mujer negra, lo que provoca que exista una multiplicidad de relaciones de subordinación (Mouffe, 1992). Es decir, hay otras variables que interactúan con el género para ubicar a las personas en una sociedad jerarquizada: raza, etnia, clase, edad, formación, religión, identidad sexual, etc. La estructura social utiliza estas variables y posiciona a los individuos en relaciones de producción, poder y subordinación, deseo y sexualidad, prestigio y estatus (Young, 2005). Por ejemplo, Bell Hooks habla de la interconexión entre raza, clase y género estableciendo que “sexismo, racismo y explotación de clase constituyen sistemas de dominación que se entrelazan; el sexo, la raza y la clase, determinan la naturaleza de la identidad, el estatus, y la circunstancia de cualquier mujer, el grado por el cual ella será o no será dominada, el grado por el cual ella tendrá el poder de dominar” (Hooks, 1988). Por lo tanto, el género es un atributo de la estructura

social más que de las personas y ser mujer deja de ser una identidad con unos contenidos previsible, deja de ser el eje central de identificación personal y política, pero sigue siendo una posición de discurso.

Por consiguiente, teniendo en cuenta otras variables que interactúan con él, se utilizará el concepto del género como herramienta para analizar la forma en la que los medios españoles representan a Irene Montero, identificando la representación cultural y el discurso como transmisores importantes del sistema de género en nuestra sociedad. El análisis del género ayudará a señalar las expectativas de liderazgo de una mujer política en la sociedad española, y los prejuicios que conllevan.

## **2.2. La representación de la mujer política en los medios**

Los medios de comunicación son una pieza esencial a la hora de conformar nuestra percepción de la realidad. Cuando los periodistas utilizan ciertas palabras, categorías o etiquetas, esto afecta a las asociaciones o distinciones que pueden ser realizadas por el receptor. Así, al presentar el género o al diferenciar entre hombres y mujeres, los periodistas pueden influir en la forma de pensar del receptor. Según Fernández García (2014, p.44) los medios presentan a hombres y mujeres políticos con la misma formación y experiencia política, pero en el caso de las mujeres se destaca especialmente su género y se mencionan cuestiones personales que pueden afectar a las posibilidades de ser votadas por un electorado que las verá como contendientes diferentes a sus colegas varones. Por lo tanto, el discurso de los periodistas se convierte en un factor en la construcción de las representaciones mentales del mundo de los receptores y de la comprensión de éste (Falk, 2009, p.21). Esto se debe a que la audiencia, al no poder tener acceso directo a todos los acontecimientos que tienen lugar, confían en los medios para obtener la información de forma más inmediata.

Los medios y la prensa contribuyen a construir de forma activa la realidad y, por ende, pueden transformar la sociedad, debido a que poseen el potencial de configurar la percepción sobre una realidad concreta y la capacidad para moldear actitudes desde diversas posiciones ideológicas y éticas (García Navarro, 2021). Centrándonos en la representación de la mujer política en los medios, Burrell (1998) apunta a una representación simbólica (*symbolic representation*) para una mayor apertura en el sistema y un mayor acceso a las oportunidades políticas para todos, donde las mujeres pueden servir como modelos o mentoras simbólicas de otras mujeres en el espacio público. Esto demuestra que la política ya no es un mundo exclusivo

de hombres y que la participación femenina es un acto importante y valorado, o que las mujeres son capaces de gobernar o atraer la atención de las mujeres votantes (Sapiro, 1981).

Fernández García (2014) apunta que el incremento de mujeres en la vida pública introduce un estilo diferente de hacer política, así como una mayor atención y representación de las preferencias de las mujeres y un aumento en la aprobación de legislación considerada de mayor interés para las mujeres como es toda aquella relacionada con cuestiones sobre el aborto, la violencia de género o la flexibilidad horaria. Siguiendo con esta idea, García Jiménez et al., (2008) indagan sobre una serie de temas y ámbitos de actuación y la asociación que se realiza, encontrando algunos resultados que apuntan hacia casi una equidad entre hombres y mujeres en temas como: trabajo y mundo laboral, drogas, cuestiones relacionadas con interior y terrorismo, infraestructuras, cultura, sanidad, vivienda, economía, justicia, política exterior, medio ambiente, educación, problemas políticos y administrativos, discriminación e inmigración. Pero, al mismo tiempo matiza que hay una clara predisposición a los hombres para aquellos asuntos en los que la mujer no ha tenido tanta presencia histórica (interior, terrorismo, política exterior o inmigración). Y que, al contrario, a las mujeres se les atribuye con más frecuencia materias en las que han estado presentes tradicionalmente: familia, cultura, sanidad, medio ambiente, educación, discriminación y mujer (2008, p.191). Es decir, la participación de las mujeres políticas aparece en temas marcadamente femeninos y que les son atribuidos como “su terreno” (Suárez-Romero, 2019). Por otra parte, Phillips (1995) acuña el término de “política de presencia” (*politics of presence*), según el cual algunos de los intereses de las mujeres son distintos y, a veces, se encuentran en conflicto con los intereses de los hombres debido a las desigualdades estructurales en las relaciones sociales, por lo que se hace necesaria la participación de las mujeres para que sus intereses puedan ser adecuadamente interpretados y representados. Además, la autora apunta que las mujeres se relacionan con la política de una forma distinta a los hombres debido a sus diferentes experiencias y responsabilidades sociales, lo que reformularía las agendas políticas.

Según García Navarro (2021) la mujer política ha estado ausente como sujeto informativo de los medios hasta hace relativamente poco tiempo, y ha actuado como un sujeto pasivo sin formar parte de las “noticias duras” puesto que también ha estado ausente de la actualidad informativa que conforma la esfera pública. No obstante, la sociedad contemporánea cuenta con la participación de la mujer en la política, que moderniza y renueva las bases de este puesto, y por ende conseguir un avance social.

### 2.2.1. Agenda *setting* y *framing*

La *agenda setting* (teoría de la configuración de agenda) y el *framing* (teoría del encuadre noticioso) son teorías que analizan los efectos cognitivos de los medios de comunicación que están conectadas entre sí. Los orígenes de la *agenda setting* se sitúa dentro los estudios de comunicación de masas, *Mass Communication Research* en Estados Unidos en la segunda mitad del siglo XX para estudiar la influencia que ejercían los medios sobre las actitudes del público (Aruguete, 2017). Por otra parte, el *framing* es una extensión de la *agenda setting*, debido a que estudia la construcción textual y visual de las noticias, es decir, como se construyen los encuadres, los textos, y de que manera influyen en el pensamiento de los públicos (Entman, 1993).

La teoría de la *agenda setting* de McCombs y Shaw (1972) se centra en la idea de que los medios controlan la agenda mediática a través de la selección de temas para su cobertura prominente, determinando que objetos (temas, candidatos políticos, mensajes sobre relaciones públicas) serán considerados más relevantes y que una vez expuestos serán también considerados importante para la opinión pública. McCombs y Shaw (1972) descubren que existe una correlación entre los objetos que son cubiertos de forma más amplia por los medios y las percepciones que tienen los individuos de la importancia de estos temas, concluyendo que los medios ejercen una poderosa influencia sobre las percepciones de los individuos. Por lo tanto, la cobertura que se haga de ellos supondrá enfatizar algunos aspectos, prestar menos atención a otros e ignorar los restantes. Además, la agenda de atributos sostiene que los medios no solo influyen instalando temas u otros objetos en la opinión pública, sino también en el modo en que la gente piensa acerca de ellos, por tanto, tiene un efecto decisivo en la comprensión y en la perspectiva social de los temas expuestos (Aruguete, 2017).

En cuanto la teoría del *framing* destaca el investigador Robert M. Entman, cuya definición del término *frame* es la más aceptada en el ámbito de la comunicación: “los encuadres realizan la selección de algunos aspectos de la realidad percibida, y los hace más prominentes en un texto comunicativo, de manera que originen definiciones particulares de los problemas, interpretaciones causales, evaluaciones morales y/o recomendaciones para el tratamiento del asunto descrito” (Entman, 1993, p.52). Por tanto, la noticia se construye a través de una corriente de pensamiento y de una perspectiva determinada, que producirá un marco de interpretación para los públicos que se exponen al mensaje (Ardèvol, 2015).

Los encuadres (*frames*) al poner la atención en unos aspectos y obviando otros, crean otra realidad ya que limitan la construcción del mensaje a un aspecto específico de un tema. Es decir, las personas reciben e interpretan los mensajes de los medios dependiendo de la información mostrada. Por lo tanto, si los medios seleccionan determinada información, esta será la más notable para su audiencia. Así, los mismos acontecimientos pueden tener diferente sentido dependiendo del encuadre aplicado; incluyendo e ignorando información, enfatizando cierta información para destacarla mientras se resta importancia a otra, los *frames* pueden afectar cómo las personas perciben los temas (Entman, 1993, p. 63). La prominencia de los temas se logra destacando partes de la información a través de su emplazamiento y repetición, y asociándola con símbolos culturales que son familiares (Entman, 1993). Además, destaca que los encuadres no se producen en un contexto vacío de significado. Los encuadres realizados por los periodistas toman forma de los encuadres promovidos por múltiples actores sociales, como políticos, organizaciones, o por los estereotipos de la cultura (Entman, 1993). Es por ello por lo que los encuadres y los medios de comunicación de masas se asocian con la hegemonía y el poder político y social, con el objetivo de mantener la ideología de las clases dominantes. Es decir, al estar estos *frames* ligados a una cultura compartida, la audiencia forma una interpretación y una actitud hacia la nueva información cargada de estereotipos y mensajes hegemónicos para simplificar la percepción de la realidad por parte de los ciudadanos.

Comprendiendo que los *frames* son esquemas de interpretación que atraen la atención del público hacia los puntos de vista dominantes, se entiende que en todas las fases del proceso comunicativo se deciden aspectos del producto final que se publicará, a partir de elecciones conscientes o inconscientes que van desde la inclusión o exclusión de algo, hasta la diferente graduación en el tono de las palabras, la elección de los titulares, las imágenes que acompañan a los textos y un sinnúmero de decisiones y actos que constituye, cada uno de ellos, un encuadre (Suárez-Romero, 2019). El periodismo impone límites de tiempo y espacio, por lo que los marcos sirven para simplificar y dar significado a los acontecimientos de forma efectiva y con la mantención del interés del público. Por lo tanto, en este proceso de construcción de los enfoques en noticias (*frame building*), los *frames* suelen ser observados como un producto derivado de la postura que manifiesta el periodista (Quevedo Redondo y Berrocal Gonzalo, 2018). Así, es importante analizar lo que escribe la prensa, cómo está escrito y el lenguaje utilizado. Según Fernández García (2014), este análisis es importante porque cuando la prensa dedica menos espacio a las mujeres políticas, éstas son vistas como una excepción a la norma y como resultado menos mujeres aspirarán al poder político. Además, expresa que si la prensa

da importancia a cómo las mujeres visten les puede restar seriedad a las candidatas. Si la prensa describe a las mujeres destacando sus emociones, puede perjudicar a su liderazgo mostrando que no son racionales. Y finalmente, si las mujeres son mencionadas en relación con sus familias en lugar de con su profesión, pueden parecer menos cualificadas para el cargo. Por lo tanto, si las mujeres son retratadas como políticas menos viables pueden perjudicar tanto a la imagen que los votantes tienen de ellas, y también puede provocar que otras mujeres decidan no presentarse a un cargo político.

### **2.2.2. Estereotipos de género en los medios**

Los estereotipos son una colección de rasgos aceptados por un gran porcentaje de personas, mediante los cuales describen a una categoría social, atribuyendo características generales a todos los miembros de una categoría determinada (Ritcher, 1956). Por lo tanto, los estereotipos no son neutrales ya que sirven como mecanismo de defensa para proteger el sistema de valores de los individuos. Los estereotipos mantienen y defienden nuestra posición en la sociedad y proyectan sobre el mundo nuestros propios valores, primando los valores dominantes sobre los minoritarios. Según Fernández García (2014), cuando las personas observan a otras personas sus rasgos particulares (género, color de piel o clase social) ayudan a clasificar a un individuo como miembro de un grupo determinado, por lo que esperan ciertos atributos basados en las ideas preconcebidas sobre los miembros de ese grupo determinado. Es decir, los estereotipos ayudan a simplificar las interacciones sociales, pero a la vez esa forma rápida de gestionar información tiene un efecto discriminatorio. La raza y el sexo destacan por ser las características más fácilmente identificables y de las que las personas manejan una mayor información sesgada sobre los atributos adheridos a cada una de las categorías (Fiske y Neuberg 1990). En el caso de los ‘estereotipos de género’ (categorías sociales hombre / mujer), que sirven para analizar las fuerzas que funcionan en la sociedad para colocar en una dimensión diferente a hombres y mujeres, nos centraremos en los estereotipos que representan los medios, denominados ‘encuadres de género’ (Markstedt, 2007).

En cuanto al modo en que se representan los liderazgos de las mujeres políticas, Raquel Quevedo Redondo y Salomé Berrocal (2018) en sus análisis hacen referencia a la experta internacional Rosabeth Moss Kanter (1977, 233-236) que identifica cuatro “roles trampa” (*role traps*):

- A. La seductora. Se representa a una mujer que destaca por sus atributos físicos, su belleza y su indumentaria.
- B. La madre. Mujer en la que se prioriza la ética del cuidado, su apego al hogar y la conciliación de la vida laboral y familiar.
- C. La mascota. Mujer como ser agradable y complaciente que se comporta como animadora de su pareja, de su jefe y de otros sujetos o grupos masculinos.
- D. La doncella de hierro. Mujer que encarna atributos contrarios a la interpretación clásica de feminidad, gobernando con mano firme y modos asertivos, evitando exteriorizar sus emociones.

Aunque los anteriores cuatro roles constituyen un marco conceptual útil para analizar los estereotipos de género del discurso periodístico, actualmente, según Quevedo y Berrocal (2018), los medios de comunicación representan estereotipos más sutiles, pero que siguen resaltando rasgos percibidos como femeninos, como la compasión o la sensibilidad. En el libro “*Women, Media and Politics*” (1997), Pippa Norris estudia los tipos de encuadres, “*frame package*”, de las mujeres políticas en los medios, y destacan tres tipos que siguen vigentes:

- A. El primer encuadre es el de “first woman” o “primera mujer”, por el cual los medios representan el liderazgo y los logros de las mujeres políticas como un avance que beneficia también al resto de mujeres, y que convierten a la denominada “pionera” en una especie de representante simbólica del resto (Quevedo y Berrocal, 2018). Este tipo de *frame*, según Nuria Fernández (2010) ofrece a las políticas una gran visibilidad en la masa pública, pero al mismo tiempo las desnaturaliza al anunciar como anómalo un hecho que no tendría por qué calificarse de extraordinario.
- B. El segundo encuadre es el de personaje “*outsider*”, que representa a las mujeres como unas recién llegadas a la actividad política, subestimando sus capacidades y experiencias profesionales. Las “*womens leaders as outsiders*”, según Norris (1997) son representadas como sujetos externos, que están al margen del espacio donde realizan su labor, y las exponen como si se beneficiaran del puesto que ocupan gracias al auge de la personalización y a factores que facilitarían a “candidatos con poca experiencia” obtener “buenos resultados” (Quevedo y Berrocal, 2018). Es decir, las mujeres se encuentran bajo constante escrutinio, debido a que son percibidas con menor

legitimidad en comparación con los hombres, y en ocasiones son valoradas por aspectos ajenos a su labor.

- C. El tercer encuadre que analiza Norris, es el encuadre de las lideresas como “*agents of change*”, agentes de cambio. Aquí se representan a las mujeres políticas como poderosas o aspirantes a desempeñar cargos de poder, otorgándoles la responsabilidad de generar cambios trascendentales en la sociedad. Un salto cualitativo de estas características obliga necesariamente a un reposicionamiento de los hombres ya que, en tanto que las mujeres cambian, los hombres deben cambiar. Además de generar un cambio en lo cuantitativo, es decir, más representantes públicas.

El *frame* de agentes de cambio es uno de los más atractivos, pero los dos primeros (primera mujer y *outsider*) son los que suelen ir acompañados de viejos tópicos de la mujer fortaleciendo los estereotipos de género (Quevedo y Berrocal, 2018).

### **2.3. La personalización política**

Recientemente la comunicación política ha experimentado un cambio hacia una mayor personificación. Este proceso consiste en aunar las características del candidato o candidata y decidir qué se quiere mostrar de esa persona para que atraiga al mayor número de votantes posibles. Estos rasgos pueden ser políticos y no políticos, como también puede ser la apariencia externa y las características sociodemográficas (Rebolledo, 2017). Además, debido a la lógica mediática y a la lógica televisiva, la necesidad de hacer entretenimiento se ha vuelto una prioridad crucial para los programadores de televisión, que se han visto forzados a adaptar las características de los formatos de entretenimiento y los modos de la conversación que privilegian un estilo comunicativo informal, con énfasis en la personalización, el estilo, las herramientas del *storytelling* y el espectáculo (Thusu, 2007). En palabras de Berrocal (2017), este proceso de variación en la naturaleza de la información ha afectado también a la política llegando a acuñarse el término “*politainment*” para denominar el tratamiento “frívolo, superficial o espectacular” de la información política.

Actualmente, en la política contemporánea el líder protagoniza las informaciones y acapara la atención de la opinión pública, debido a la hiperpersonalización de la sociedad posmoderna donde el individuo se sitúa en el centro y destaca más por sus atributos personales que por sus políticas. Como indica Berrocal (2017), la personalización siempre estuvo presente en la

actividad política, pero es en el siglo XX cuándo adquiere mayor importancia debido a la aparición de lo audiovisual.

Esta tendencia a la personalización en la política hace que la imagen del candidato destaque por encima de los problemas o de las cuestiones políticas que busca comunicar. Ya que las características que se quieren mostrar del político se enmarcan en una estrategia definida y orientada para alcanzar un objetivo determinado (Rebolledo, 2017, p.150). Este auge de la personalización genera el cambio de una “democracia de partidos”, en la que predominaban los partidos de masas y los programas políticos, a una “democracia de audiencia” (Suárez-Romero, 2019). En la democracia de audiencia, las preferencias ya no dependen sólo de las características sociales, económicas y culturales de los electores, sino la principal transformación la aporta la personalización de la política, que responde al papel que desarrollan los *mass media* en nuestra sociedad, dónde los votantes reaccionan a los términos que le son expuestos y propuestos en la escena pública. Por lo tanto, son los medios de comunicación los que condicionan la imagen y sirven para conseguir legitimidad.

La personalización como estrategia de comunicación radica en simplificar la comprensión e interpretación de los hechos políticos a través del político, que se convierte en el máximo ° interpretativo del escenario de la política. Según Rebolledo (2017) se trata de una estrategia política que intenta llegar a los electores desinteresados por las noticias y sucesos de carácter político, debido a que el candidato se convierte en el mensaje a través de su imagen. Si anteriormente aspectos como la ideología, la pertenencia a una clase social y la religión han sido factores determinantes para la decisión del voto, en la actualidad el político a nivel individual parece ser un elemento vertebrador de las decisiones políticas que toman los electores (Rico, 2009). Es decir, antes la política era los valores y las ideas, ahora son las personas o más bien, los personajes. Actualmente los votantes tienden a votar más por una persona y no tanto por un partido. Debido a esta importancia de la figura individual de un político o política, la imagen se convierte en una preocupación constante y una prioridad desde el punto de vista de los asesores y estrategas en las campañas electorales.

Según Rebolledo (2017), cuando se habla de características y rasgos personales que funcionan como sustento de la imagen, se hace mención a las características, cualidades y atributos personales, carácter; apariencia externa y características sociodemográficas (sexo, edad, nacionalidad, grupo geopolítico, profesión, situación laboral, nivel educativo, estado civil y orientación sexual). Además, estos rasgos personales no se distinguen de los políticos, sino

que se engloban todos en uno. Por lo tanto, las conductas privadas de los personajes públicos tienen consecuencias en la percepción que se haga de ellos en el ámbito profesional. Es decir, a pesar de tratarse de aspectos que no tienen que ver con las propuestas políticas, influyen también en la percepción de la imagen ya que adquieren un sentido político. Según Rico (2009) tanto los electores como los medios conciben a los líderes en términos personales porque es una forma fácil de entender la información política. Esto se debe al carácter transversal de la personalidad, donde la percepción de las cualidades personales se traslada del ámbito privado al público. Por lo tanto, es importante señalar las características o rasgos personales, como las cualidades o el tipo de carácter que representan los medios de los políticos y de las políticas, ya que sus conductas privadas tienen consecuencias en su ámbito político-profesional.

#### **2.4. La presencia de las mujeres en la vida política española**

A través del sufragio activo y pasivo a la mujer fueron consolidándose las democracias de mediados del siglo XX, defensoras de una igualdad normativa (Espí-Hernández, 2017). En el caso de las mujeres españolas, la igualdad entre los sexos se impone como una cuestión política desde los primeros momentos de la transición política y se convierte en un objeto de política pública después del referéndum de la Constitución en 1978, que contribuye a la consolidación de la democracia (Rodríguez García, 2013). Dónde destaca el artículo 14 de la Constitución, que exige fortalecer las acciones destinadas a favorecer la realización efectiva de los principios de igualdad y no discriminación por razón de sexo y a facilitar la integración de las mujeres en la política y en el empleo: “Los españoles son iguales ante la ley, sin que pueda prevalecer discriminación alguna por razón de nacimiento, raza, sexo, religión, opinión o cualquier otra condición o circunstancia personal o social” (art.14 CE). Cabe destacar que la primera vez que las mujeres obtuvieron el derecho a voto en España fue en las Cortes de 1931, gracias al papel jugado por Clara Campoamor, y pudieron ejercerlo por primera vez en las elecciones generales de 1933 en las mismas condiciones que los ciudadanos varones (Fernández, 2014).

Es cierto que su participación en los diferentes ámbitos de poder político se ha incrementado notablemente desde el comienzo de la democracia y sobre todo en los últimos años, aunque aún quedan ámbitos donde la presencia de ambos sexos es desequilibrada y siguen existiendo desigualdades respecto a los hombres. Aun así, la presencia de las mujeres en la vida política española ha sido escasa hasta 2004, con la llegada al poder de José Luís Rodríguez Zapatero, líder del Partido Socialista Obrero Español (PSOE). En ese año se configura el primer gobierno paritario en la historia de España, con un reparto equitativo de ministerios entre hombres y

mujeres, que contaría además con la primera mujer en asumir el cargo de la Vicepresidencia del Gobierno, María Teresa Fernández de la Vega Sanz. En 2007 esta paridad pasa a ser normal, al aprobar el Gobierno español la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de hombres y mujeres (BOE, 2007). Más conocida como Ley de Igualdad, que consagra el principio de presencia equilibrada de mujeres y hombres en las listas electorales y en los nombramientos realizados por los poderes públicos. No obstante, según Espí-Hernández (2017) al hablar de mujer e igualdad se emana el falso mito de “espejismo de igualdad” como si se hubiera conseguido. Además, expresa que el objetivo de la Ley 3/2007 es justamente eliminar la desequilibrada participación de mujeres y hombre en las instituciones públicas y partidos políticos. Por consiguiente, expresa que el legislador es consciente de la necesidad de integrar la igualdad en todas las políticas y decisiones, con el fin de promocionar a la mujer y equipararla al mismo punto de partida (Espí-Hernández, 2017)

Actualmente se observa una mayor presencia de la mujer en el Gobierno, en las administraciones públicas y en grandes empresas financieras que conforman el poder económico de nuestro entorno. Las mujeres han ganado relevancia y protagonismo en las instituciones, obteniendo más poder en el espacio público como muestra la evolución del número de diputadas en el Congreso desde la primera legislatura democrática con Adolfo Suárez (1979-1982) hasta el gobierno de Pedro Sánchez (2019). El inicio de la democracia en España comenzó con la presencia de 18 mujeres en el Congreso, en el año 2019 el número de diputadas son 154, aún así es menos de la mitad, puesto que el Congreso está formado por 350 escaños. Conforme al Instituto Nacional de Estadística (INE) los partidos políticos que cumplieron con el criterio de presencia equilibrada de la Ley de Igualdad en el año 2019 fueron el Partido Socialista Obrero Español, Izquierda Unida, Podemos y Esquerra Republicana de Catalunya. En cambio, los partidos con menos presencia femenina en sus Comités ejecutivos fueron VOX y Coalición Canaria. La presencia de mujeres en la Comisión Ejecutiva Federal del Partido Socialista Obrero Español fue del 59,5%. En cuanto a la participación de mujeres en el Gobierno, tras la remodelación del Gabinete de julio de 2021, hay 14 Ministerios y Vicepresidencias ocupadas por mujeres de un total de 23 componentes del Consejo de Ministros, lo que representa una presencia femenina en el Consejo de Ministros del 60,9%. Pero en diciembre de 2021, el porcentaje de mujeres en el conjunto de cargos ejecutivos de los partidos políticos descendió ligeramente respecto al año anterior, situándose en un 46,5%, frente al 47,5% de 2020 (INE, 2022).

## 2.5. Irene Montero

Montero, ya que desde su aparición en la esfera política y desde que es ministra de igualdad, han ido creciendo las informaciones sobre ella en los medios de comunicación de manera constante. Además, me interesa personalmente su carrera profesional, su desarrollo en el mundo de la política, su forma de hacer política, especialmente la estructuración de sus discursos feministas.

Irene Montero Gil es licenciada en Psicología por la Universidad Autónoma de Madrid, y ya en su época universitaria se acercó a la política participando en el movimiento estudiantil, siendo una de las portavoces madrileñas de la Plataforma de Afectados por la Hipoteca. En noviembre de 2014 se incorpora a la ejecutiva de Podemos como Secretaria de Movimientos Sociales. En 2015 es elegida diputada por la circunscripción electoral de Madrid en el Congreso de los Diputados, volviendo a ser elegida en las elecciones de 2016 y 2019. En febrero de 2017 fue nombrada Portavoz del Grupo Parlamentario de Unidas Podemos. Finalmente, el 12 de enero de 2020 es nombrada ministra de igualdad por Real Decreto 8/2020 (BOE 13/01/2020) en el gobierno liderado por Pedro Sánchez del Partido Socialista Obrero Español (PSOE) y en coalición con Unidas Podemos.



*Ilustración 1. Irene Montero Gil. (Ministerio de Igualdad) Fuente: <https://www.igualdad.gob.es>*

Ha formado parte de la transformación del partido hacia una feminización de la forma de hacer política, ya que ha protagonizado un cambio en las políticas con visión femenina. Un hito importante en su trayectoria como ministra de igualdad ocurrió el 17 de mayo de 2022, cuando en una rueda de prensa del Consejo de ministras y ministros explica los detalles de la aprobación de la Ley Orgánica de Salud Sexual y Reproductiva y de Interrupción Voluntaria

del Embarazo que modifica la pasada Ley Orgánica 2/2010, de 3 de marzo, de salud sexual y reproductiva y de la interrupción voluntaria del embarazo (Ministerio de Igualdad España, 2022). Montero destaca que esta ley garantiza el derecho a la salud sexual de las mujeres ya que amplía derechos y acaba con los obstáculos para ejercer la interrupción voluntaria del embarazo (IVE). La nueva Ley da la posibilidad a las mujeres de 16 a 18 años y a las mujeres con discapacidad, la posibilidad de interrumpir el embarazo sin el permiso de sus tutores legales. Además, la reforma acaba con el periodo de reflexión de tres días, si así lo desean las mujeres, y garantiza el aborto en la sanidad pública. La reforma trata también el tema de la salud menstrual, siendo la primera vez en España y en Europa que se incluye como estándar de salud.

### **3. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA**

El principal objetivo de esta investigación es analizar y comparar la imagen que proyectan los diarios españoles de Irene Montero, para comprobar si sufre discriminación por su condición de mujer. Partimos de la premisa de que el mundo de la política ha sido un mundo mayoritariamente masculino, al que las mujeres no tenían acceso, lo que conlleva a una mayor discriminación y prejuicios hacia ellas. Por lo tanto, para llevar a cabo el trabajo se han analizado las noticias de cinco diarios españoles que cubren el espectro ideológico izquierda – derecha: Público (izquierda), El País (centro izquierda), el Confidencial (liberal), El Mundo (centro derecha), y el ABC (derecha). La elección de estos periódicos se debe a que cada uno tiene una línea editorial diferente, su público objetivo también lo será, y por lo tanto todos ellos tienen una capacidad potencial de impacto sobre diversos sectores de la audiencia, actuando de modo similar a los líderes de opinión identificados en la teoría del flujo de la comunicación en dos escalones (*two step flow of communication*). El período analizado será de un año y empezará en enero de 2020, cuando se nombró oficialmente a Irene Montero como ministra de Igualdad en el gobierno de coalición, hasta las primeras noticias del año 2021. Este período tiene especial relevancia, ya que según Norris (1997) la cobertura realizada por la prensa de los primeros días de la formación de un gobierno ayuda a encuadrar la cobertura posterior de ellos.

A partir de este objetivo más genérico, la representación de la ministra en los medios, se han establecido una serie de objetivos específicos:

- 1) Analizar si se perpetúan los estereotipos de género en la prensa española, a partir de la figura de Irene Montero
- 2) Comparar si hay diferencias significativas según la línea editorial de cada empresa y, si es así, reflexionar si sufre discriminación por su género y/o por la ideología de su partido.

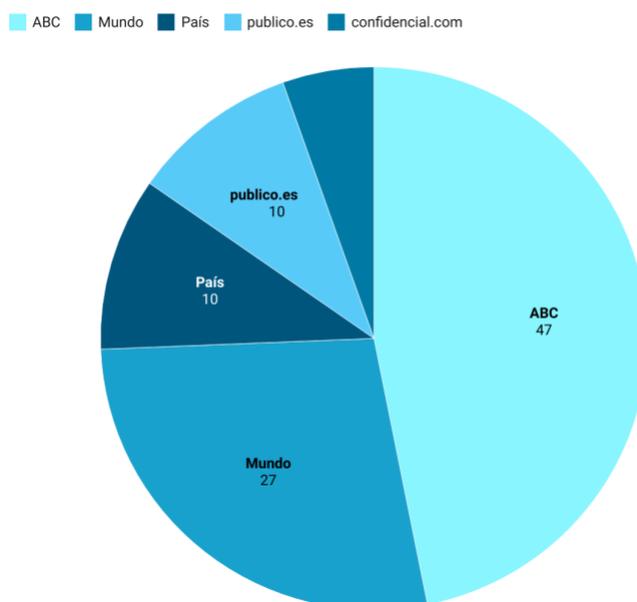
Para ello se analizarán diferentes variables: la fecha de publicación, la cantidad de cobertura dedicada a ella en cada medio, el papel del género en la cobertura, las menciones a su vida personal y a su experiencia previa (vestimenta, emociones y la familia), el volumen de declaraciones a sus discursos políticos, rasgos de la personalidad, el análisis de los encuadres de la “primera mujer”, “outsider” y “agent of change” y, por último, el tono de cobertura (positivo, negativo o neutral) recibido.

## **4. RESULTADOS**

### **4.1. Visibilidad**

Al analizar la Tabla 1, se observa un total de 222 noticias dentro del período analizado, desde enero de 2020 hasta enero de 2021. En ella se comprueba que el diario *online publico.es* (en sintonía ideológica con el gobierno de coalición entre PSOE y UP) ha publicado un total de 22 noticias, el 9,9% del total de la cobertura. Le sigue *El País* (tradicionalmente situado en una órbita similar al PSOE) con 23 noticias, el 10,3% del total. El tercer periódico analizado es *El confidencial.com* (tendencia liberal) el menor número de noticias, 12, el 5,4% del total. El cuarto periódico analizado es *El Mundo* (tendencia centroderecha) con un total de 61, el 27,47%. Por último, *ABC* (tendencia conservadora) con el mayor número de noticias, 104, el 46,8%.

Tabla 1. Visibilidad. Fuente: Elaboración propia a través de los datos analizados.



## 4.2. Género

Al contabilizar los artículos en los que se menciona explícitamente el género, el análisis muestra una diferencia significativa entre los medios con ideologías de izquierdas y los de derechas. *El confidencial.es* es el diario *online* que más destaca el género en su cobertura con un 25.0%. Le sigue *ABC* con un 15.68%, con titulares como “Irene y las mujeres” y “Macarena Olona responde a Irene Montero en la comisión de reconstrucción que «las mujeres libres» de Vox «no somos débiles ni sumisas»”. El tercer periódico que da más cobertura al género, es *El Mundo* con un 13.5%, destacando el titular que a la vez menciona a Amanda Meyer, jefa de gabinete de la ministra de Igualdad, y a Irene Montero: “Amanda Meyer, la 'señorita andaluza' que lidera el equipo de la 'feminista' Irene Montero”.

Tabla 2. Género. Elaboración propia a través de los datos analizados.

	Periódico	Género
1	Público	0
2	El País	0´8%
3	El Confidencial	25%
4	El Mundo	13´5%
5	ABC	15´68%

Fuente: Elaboración propia • Creado con Datawrapper

En cambio, *El País* cuya ideología política es considerada de centro izquierda, solo el 0.8% de su cobertura menciona explícitamente el género, pero sin hacer mención a la ministra sino que menciona sus políticas de igualdad con el titular: “Igualdad prevé la autodeterminación de género sin informe médico a partir de los 16 años”.

### 4.3. Vida personal

Al analizar la cobertura personal recibida no se observan grandes diferencias entre los periódicos. Todos ellos muestran cantidades similares a la hora de tratar temas personales de la ministra, siendo el *confidencial.com* el periódico que más mención hace a su vida personal con un 58.3%. Mientras que el *ABC*, cuya ideología conservadora es similar al *confidencial.com*, es el que menos cobertura le dedica con un 34.3%. En cambio el *publico.es* con un 45.4% y *El País* con un 47.%, le dedican casi la mitad de su cobertura a temas personales de la ministra.

Tabla 3. Vida personal. Elaboración propia a través de los datos analizados.

	Periódico	Vida personal y profesional
1	Público	45'4%
2	El País	47'82%
3	El Confidencial	58'33%
4	El Mundo	44'26%
5	ABC	34'3%

Fuente: Elaboración propia • Creado con Datawrapper

Como se ha mencionado anteriormente, las conductas en el ámbito privado tienen consecuencias en la percepción del público, adquiriendo un sentido político. A continuación, analizaremos tres aspectos personales (vestimenta, familia y emociones) para analizar cuales de ellos tienen más cobertura y sus consecuencias.

Tabla 4. Vestimenta, familia y emociones. Elaboración propia a través de los datos analizados.

	Periódico	Vestimenta	Familia	Emociones
1	Público	0	100%	0
2	El País	0	63'3%	9%
3	El Confidencial	0	57'14%	28'57%
4	El Mundo	0	81'48%	7'4%
5	ABC	0	54%	2'85%

Fuente: Elaboración propia • Creado con Datawrapper

El tema más mencionado en los cinco medios es sobre su familia y la relación con su pareja. Donde los cinco periódicos coinciden en publicar noticias sobre su domicilio familiar. Además, resulta significativo el período en que todos los medios cubrieron el altercado en el domicilio de la ministra, ya que se observan diferencias entre ellos. Por ejemplo, el Público publica el 21 de agosto de 2020 la siguiente noticia: “Montero insiste en que el acoso a su familia "no es un escrache", sino un "hostigamiento basado en odio por motivos políticos". Cinco días después, el 26 de agosto de 2020, el mismo periódico publica: “La Fiscalía no ve delito en la protesta de la concejal de Vox ante la casa de Iglesias y Montero.” En cambio, *El País*, el 23 de junio ya publicaba una noticia sobre el problema que ocurría en el domicilio de la familia: “*Irene Montero denuncia a la concejal de Vox en Galapagar por acoso sistemático en su domicilio.*” (Ilustración 2). Y el 10 de septiembre vuelven a mencionar el tema con el siguiente titular: “*El Ayuntamiento de Galapagar pide el fin de las concentraciones frente al domicilio de Iglesias y Montero.*”



Ilustración 2. El País (2020). Fuente: <https://www.elpais.com>

El Mundo, también cubría la noticia el 23 de junio: “Irene Montero denuncia a la concejal de Vox en Galapagar por acosarla a diario en su domicilio” (Ilustración 3). Con el mismo titular y en la misma fecha (23 de junio de 2020) ABC publica la noticia: “Irene Montero denuncia a la concejal de Vox en Galapagar por acosarla en su domicilio” (Ilustración 5). Un mes después, el 23 de julio, el ABC publica: “Archivan la querrela de la ministra Irene Montero contra una concejal de Vox por caceroladas frente a su casa”. Por otra parte, el Confidencial la primera vez que menciona los altercados es el 10 de octubre: “Vox expulsa a su concejala de Galapagar que protesta ante el chalé de Iglesias y Montero” (Ilustración 4)



Ilustración 3. El Mundo (2020). Fuente: <https://www.elmundo.es>



Ilustración 3. ABC (2020). Fuente: <https://www.abc.es>



Ilustración 4. El Confidencial (2020). Fuente: <https://www.elconfidencial.com>

En cuanto a la vida personal de la ministra, también se encuentran semejanzas sobre la cobertura que reciben los hijos de la ministra en los periódicos analizados. Además, se observa a través de la teoría de la agenda de atributos (*agenda setting*) de McCombs y Shaw (1972) como los medios estudiados seleccionan a los hijos de la ministra como tema relevante en su agenda instalando una preocupación sobre el tema que antes no estaba. Por ejemplo, el

publico.com, publica el 24 de agosto de 2020: “Iglesias y Montero denuncian ante la Policía amenazas contra sus hijos”. El País, el 24 de septiembre de 2020: “La juez ve un posible delito de acoso de ‘Okdiario’ a los hijos de Pablo Iglesias e Irene Montero”. El Mundo, el 28 de septiembre: “Pablo Iglesias e Irene Montero suspenden su agenda tras la hospitalización de sus hijos mellizos”. El ABC, el 25 de septiembre de 2020, publica: “Así educan a sus hijos Irene Montero y Pablo Iglesias”. Al exponer los cinco medios el mismo tema va a provocar un cambio en las percepciones de los individuos sobre la vida de los hijos de la política, ya que van a comenzar a considerar el tema relevante mientras que antes de que estuviera expuesto por los medios no lo harían. Además, la última noticia, es un ejemplo de cómo los aspectos personales, que no tienen que ver con las propuestas políticas, influyen también en la percepción de la imagen. Al mostrar la manera en la que Irene Montero educa a sus hijos, que es personal y pertenece a la esfera privada, le otorga relevancia y, por tanto, un sentido político.



Ilustración 5. El Mundo (2020). Fuente: <https://www.elmundo.es>



Ilustración 4. El Confidencial (2020). Fuente: <https://www.elconfidencial.com>

DÍA CONTRA VIOLENCIA GÉNERO &gt;

## Irene Montero llama entre lágrimas a la unidad del feminismo frente a la violencia machista

"Este es el ministerio de todas las mujeres", dice la titular de Igualdad en un acto homenaje por el 25N. Sus palabras llegan en plena polémica entre

*Ilustración 6. El País (2020). Fuente: <https://www.elpais.com>*

Como se observa en la Tabla 4, dentro las noticias dedicadas a la vida personal, también se analiza la cantidad de cobertura que hace referencia a las emociones de Irene Montero en sus discursos. Destaca que la cobertura recibida es mínima en la mayoría de los medios analizados, siendo el *confidencial.com* el periódico con el mayor porcentaje de noticias, un 28.57% . El siguiente es *el País*, siendo el 9% de las noticias dedicadas a la vida personal menciona las emociones de la ministra. Le sigue *El Mundo*, con un 7.4% y el *ABC* con 2.85%. El *publico.es*, en cambio, no ha hecho ninguna mención a las emociones. Destaca que el *ABC* y *el publico.es* con ideologías opuestas son los que menos cobertura han dedicado a las emociones. Por último, en cuanto a la mención sobre su vestimenta resulta favorablemente significativo que ninguno de los medios analizados haya cubierto una noticia sobre el tema

#### 4.4. Declaraciones

En los datos mostrados en la Tabla 5, se observa que todos los periódicos dedican un espacio similar a mostrar los discursos de la ministra. La mayor diferencia entre periódicos se observa entre el *ABC* y el *confidencial.com*, donde las declaraciones de la política en el primero son reproducidas en más de la mitad de los artículos, con un 67.6 %. Mientras que el *confidencial.com* no llega a la mitad de la cobertura (41.6%). En cuanto a los demás periódicos, la cobertura recibida es similar.

Tabla 5. Declaraciones. Elaboración propia a través de los datos analizados.

	Periódico	Declaraciones
1	Público	54'5%
2	El País	52%
3	El Confidencial	41'6%
4	El Mundo	47'5%
5	ABC	67'6%

Fuente: Elaboración propia • Creado con Datawrapper

Dentro de las declaraciones a sus discursos se ha analizado la cantidad de cobertura dedicada al feminismo, la base del discurso de la ministra de igualdad. En la cobertura que los medios analizados dedican a los mensajes feministas de la portavoz, destaca que el *publico.es* (Izquierda) solo le ha dedicado la mitad de la cobertura, mientras que el *confidencial.com* y el *Mundo* son los periódicos que más cobertura le han dedicado al feminismo dentro de las declaraciones de Irene Montero, como se observa en la Tabla 6.

Tabla 6. Feminismo. Elaboración propia a través de los datos analizados.

	Periódico	Feminismo
1	Público	50%
2	El País	75%
3	El Confidencial	80%
4	El Mundo	89'6%
5	ABC	65'2%

Fuente: Elaboración propia • Creado con Datawrapper

## 4.5. Rasgos de la personalidad

En cuanto a la cantidad de cobertura que los medios analizados dedican a representar los rasgos de la personalidad de la política, se observan diferencias significativas entre los periódicos. Como vemos en la Tabla 7, el periódico *publico.es* y *el País*, ambos de ideología política de izquierdas, no hacen mención ninguna a los rasgos personales de la ministra. En cambio, el *confidencial.com* es el que más hace con 16.6%, le sigue el periódico *el Mundo* con una cobertura similar con 16.3%, y el *ABC* con una cobertura de un 4.9%.

Tabla 7. Feminismo. Elaboración propia a través de los datos analizados.

	Periódico	Rasgos personales
1	Público	0
2	El País	0
3	El Confidencial	16'6%
4	El Mundo	16'3%
5	ABC	4'9%

Fuente: Elaboración propia • Creado con Datawrapper

Entre los rasgos personales destaca que la mayoría son negativos: “*Ana Rosa reparte estopa entre el Gobierno: de los "gamberros" Pablo Iglesias e Irene Montero al "ciego" Illa*” (*El Confidencial*, 2020); “*Irene Montero, ministra de tonterías*” (*El Mundo*, 2020); “*Carlos Herrera critica a Irene Montero: «En ella todo es supergalapagar de la muerte, superchoni»*” (*ABC*, 2020)

## 4.6. Análisis de los encuadres

Al analizar los tipos de encuadres que representan los medios de las mujeres políticas, el encuadre de la “*First woman*”, “*Outsider*” y “*Agents of change*” (Norris, 1997) encontramos diferencias significativas entre ellos y los periódicos. Como muestra la tabla 8, el encuadre que menos cobertura ha recibido, ha sido el de la “*first woman*” donde sólo se observa en el Público (4%) y el *ABC* (1.9%). El segundo, es el encuadre de personaje “*outsider*”, siendo *El Confidencial* el periódico que más cobertura le ha dedicado con un 33%. Le siguen el *ABC* con un 27% y el *Mundo* con 13.7%. En cambio, el *País* solo el 4.3% de sus noticias muestran este encuadre y el Público ninguna. Resulta significativo que los periódicos con ideología más

conservadora sean los que muestran mayoritariamente este encuadre, ya que fomenta rasgos negativos que subestiman las capacidades de la representante política.

Tabla 8. Encuadres mujeres políticas. Elaboración propia a través de los datos analizados.

	Periódico	First woman	Outsider	Agents of change
1	Público	4%	0	13'6%
2	El País	0	4'3%	13%
3	El Confidencial	0	33%	8'3%
4	El Mundo	0	13'7%	9'8%
5	ABC	1'9%	27'4%	13'7%

Fuente: Elaboración propia • Creado con Datawrapper

En cambio, los datos muestran que todos los periódicos dedican espacio a representarla como “agents of change”. En la tabla 8 se observan similitudes entre los periódicos el *publico.es*, el *País* y el *ABC*, pese a tener una corriente ideológica diferente los tres han dedicado una cobertura alrededor del 13%. En cambio, el *Mundo* y el *confidencial.com*, le han dedicado una cobertura menor, el primero de un 9'8% y el segundo de un 8'3%.

#### 4.7. Tono de la cobertura

El análisis realizado por diario muestra que todos ellos emplean principalmente un tono en sus artículos. Destaca el Público (95.4% ) y el País (91.3%) con casi la totalidad de su cobertura en tono neutral. En cambio, El Confidencial es el medio que dedica un tono más negativo, con un 33.3%. Siguiendo el Mundo con un 24.5% y el ABC con un 23.5%. El Público es el único diario que le dedica un tono positivo.

Tabla 9. Tono de cobertura. Elaboración propia a través de los datos analizados

	Periódico	Positivo	Neutral	Negativo
1	Público	4'5%	95'4%	0
2	El País	0	91'3%	8'6%
3	El Confidencial	0	66'6%	33'3%
4	El Mundo	0	75'4%	24'5%
5	ABC	0	76'4%	23'5%

Fuente: Elaboración propia • Creado con Datawrapper

Resulta significativo que las noticias que reciben un tono negativo a su representante el encuadre *outsider*. Por ejemplo, la ilustración 7 es una noticia del periódico ABC del año 2020, con un tono negativo y la representación del encuadre de *outsider*. La noticia menciona las políticas de la ministra, “*Juristas reducen la «ley Montero» a una ensoñación» repleta de agujeros legales*”, mencionan las políticas de la ministra como una “ensoñación” lo que le otorga un tono negativo, restándole valor y subestimando su capacidad profesional.



Ilustración 7. ABC (2020). Fuente: <https://www.abc.es>



Ilustración 8. Mundo (2020). Fuente: <https://www.elmundo.es>

Por otra parte, la ilustración 8, muestra una noticia del periódico el Mundo, “*Iglesias y Montero. Cuando el jefe es tu pareja*” (2020). La noticia también representa el encuadre de *outsider* al enfatizar que la pareja de la ministra es su jefe, como si se beneficiara del puesto

que ocupan gracias a él. La ilustración 9, también señala una noticia en tono negativo y encuadre de *outsider*, pero esta vez hace mención tanto a la ministra Irene Montero como a su pareja Pablo Iglesias, en palabras de una presentadora de un programa de gran audiencia.



Ilustración 9. *confidencial.com* (2020) Fuente: <https://www.elconfidencial.com>

## 5. CONCLUSIONES

El análisis completado en este TFG sobre la figura de Irene Montero, nos encontramos con resultados que reflejan las diferencias ideológicas en los principales periódicos españoles. En primer lugar, sobre si el género de la política es un factor relevante los datos indican que tres de los cinco periódicos (*confidencial.com*, *el Mundo* y *ABC*) analizados han mencionado explícitamente el género de la representante política, siendo éstos de ideología conservadora. En cambio, los periódicos con una ideología izquierdista no han mostrado el género de la candidata como un factor significativo a la hora de exponer sus discursos.

Otro hallazgo importante del estudio es la cantidad de cobertura dedicada a la vida personal de la política y a las declaraciones sobre su discurso político. Los resultados muestran una semejanza en todos los medios, ya que la mitad de las noticias analizadas representan la vida personal, mientras que la otra mitad cubre las declaraciones políticas. Aunque resulta significativo que el medio que menos menciona la vida personal de Irene Montero con un porcentaje del 34.3%, sea el *ABC*, periódico conservador. Otra dato revelador es que dentro de la vida personal hay una paridad en los medios a la hora de representar la familia de la candidata

en las noticias, ya que todos los medios comparten un porcentaje mayor en comparación con los otros temas analizados, vestimenta y emociones. No obstante, cuesta concluir si estos datos son por el género de la candidata o por el auge de la personalización política que como hemos mencionado anteriormente, lo individual, lo personal, cobra más importancia que los mensajes políticos en las decisiones de los electores independientemente del género.

En relación a la cantidad de cobertura que los periódicos le dedican al discurso feminista, político, se observa que el Confidencial (80%) y el Mundo (89.6%) son los periódicos con mayor porcentaje. Los resultados también muestran que son los dos medios que más emplean un tono negativo a la hora de representar los mensajes. No obstante, predomina un tono neutral en la mayoría de las noticias de los cinco periódicos. Otro dato relevante, es que se han hallado diferencia en las menciones de los rasgos personales de la ministra dónde los únicos medios que representan estos rasgos son de ideología conservadora, el Confidencial (16.6%), el Mundo (16.3%), y el ABC (4.9%).

Finalmente, al analizar los tipos de encuadres que representan los medios de las mujeres políticas para observar si se perpetúan los estereotipos de género, se hallaron datos positivos ya que el encuadre que mayor porcentaje ha recibido es el encuadre de “agents of change” (agentes de cambio) y el que menos es el de “first woman” (primera mujer). Resulta positivo porque según Quevedo y Berrocal (2018) los dos últimos son los que suelen ir acompañados de viejos tópicos de la mujer fortaleciendo los estereotipos de género. Además, destacan favorablemente las similitudes entre los periódicos el *publico.es*, *el País* y *el ABC*, ya que pese a tener una corriente ideológica diferente los tres han dedicado una cobertura alrededor del 13% en representar el encuadre de agente de cambio. En este caso no se encuentra diferencia por la ideología del medio (progresista- conservadora), pero sí que se encuentra en la representación del encuadre de la figura “outsider” que muestra a la candidata como una figura nueva en la política subestimando sus capacidades. En este encuadre los medios conservadores (*confidencial.com* y *ABC*) son los que mayor porcentaje tienen.

De este modo, el estudio concluye que las diferencias en el modo de representar a Irene Montero en la prensa española, no están ligadas al género, sino a su ideología política. Los datos muestran que son los periódicos conservadores los que más recaen en el género de la candidata, a su vez de la utilización de los encuadres (primera mujer y outsider) que perpetúan los estereotipos de género. Además de que son los periódicos que más tono negativo han

utilizado en sus noticias. Pese a encontrar similitudes entre el periódico conservador el ABC y los periódicos progresistas, el Público y el País.

## 5. BIBLIOGRAFÍA

Ardèvol-Abreu, A. (2015): “Framing o teoría del encuadre en comunicación. Orígenes, desarrollo y panorama actual en España”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, pp. 423 a 450. Recuperado de: <http://www.revistalatinacs.org/070/paper/1053/23es.html> DOI: 10.4185/RLCS-2015-1053

Aruguete, Natalia (2017). *Agenda setting y framing: un debate teórico inconcluso*. Asociación Latinoamericana de Investigadores en Campañas Electorales. Más Poder Local. Págs.: 36-42. Recuperado de: [AGENDA SETTING Y FRAMING: UN DEBATE TEÓRICO ..https://dialnet.unirioja.es > descarga > articulo](https://dialnet.unirioja.es > descarga > articulo)

Atkeson, Lonna Rae. (2003). “Not All Cues are Created Equal: The Conditional Impact of Female Candidates on Political Engagement”, *Journal of Politics*, 65: 1040 – 1061.

Atkeson, L., & Carrillo, N. (2007). More is Better: The Influence of Collective Female Descriptive Representation on External Efficacy. *Politics & Gender*, 3(1), 79-101. Recuperado de: <https://doi.org/10.1017/S1743923X0707002X>

Baron, Robert A., y Byrne, D. (2000) . *Social Psychology*. Needham Heights, Massachusetts: Allyn and Bacon.

Berrocal, S. (Coord.) (2017). *Politainment. La política espectáculo en los medios de comunicación*. Valencia: Tirant Humanidades. DOI: 10.5294/pacla.2018.21.1.10

Bergès , K., & Espinar-Ruiz, E. (2020). Feminismos en Podemos: contrapoder, discursos y estrategias de lucha. *Arbor*, 196(796). Recuperado de: <http://arbor.revistas.csic.es/index.php/arbor/article/view/2370/3509>

Burrell, Barbara. 1998. *A woman's place is in the house: Campaigning for Congress in the feminist era*. Ann Arbor: University of Michigan Press.

Butler, Judith. 2001. *El género en disputa. El feminismo y la subversión de la identidad*. México: Editorial Paidós.

Chávez Carapia, Julia del Carmen. 2004. *Perspectiva de género*. Universidad Nacional Autónoma de México. Plaza y Valdés, S.A. de C.V. Recuperado de:

<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=iEKNMJir07QC&oi=fnd&pg=PA13&dq=género&ots=KaXb5gNCMF&sig=ro4oFmMNRyWjE2sDdWiR-Dn3hag#v=onepage&q=género&f=false>

Entman, R.M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(1), 51-58. Recuperado de: [https://is.muni.cz/el/1423/podzim2018/POL256/um/Entman\\_1993\\_FramingTowardclarificationOfAFracturedParadigm.pdf](https://is.muni.cz/el/1423/podzim2018/POL256/um/Entman_1993_FramingTowardclarificationOfAFracturedParadigm.pdf)

Falk, Erika. (2008). *Women for President: Media bias in eight campaigns*. Chicago, IL: University of Illinois Press.

Fernández García, N. (2010): "Framing Hillary Clinton en la Prensa Española: ¿Candidata o Mujer?" *Observatorio Journal*, 3(4): 209-228. Recuperado de: <https://docplayer.es/12857714-Framing-hillary-clinton-en-la-prensa-espanola-candidata-o-mujer-framing-hillary-clinton-in-spanish-print-media-candidate-or-woman.html>

Fernández García, N. (2012): "*Mujeres políticas y medios de comunicación: representación en prensa escrita del gobierno catalán (2010)*". *Estudios sobre el mensaje periodístico*. Vol. 19, Núm. 1, págs.: 365--381. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense. Recuperado de: <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/42527/40436>

Fernández García, N. (2014): *Medios, género y política. Representación en prensa escrita de las ministras españolas (1982-2011)*. (Tesis doctoral). Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona, España. Recuperado de: <https://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/283540/nfg1de1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Fiske, Susant T., y Steven L. Neuberg. 1990. "A continuum model of impression formation, from category-based to individuating processes: Influence of information and motivation on attention and interpretation", en Mark P. Zanna (ed.), *Advances in experimental social psychology*. San Diego, CA: Academic Press.

Flores Anarte, L. (2020). *Estado del bienestar y políticas públicas de igualdad en España : ¿hacia la emancipación de la mujer?* / Laura Flores Anarte ([1a edición]). Tirant lo Blanch. Recuperado de: [https://almena.uva.es/permalink/34BUC\\_UVA/12tq2h1/alma991008181920905774](https://almena.uva.es/permalink/34BUC_UVA/12tq2h1/alma991008181920905774)

García Navarro, N. (2021). *La figura de la mujer política en el humor gráfico durante la pandemia del coronavirus*. (Trabajo Fin de Máster Inédito). Universidad de Sevilla, Sevilla. Recuperado de: <https://idus.us.es/handle/11441/129639>

García Jiménez, A., Gómez-Escalonilla Moreno, G., Torregrosa Carmona, J.F., Rodríguez Díaz, R. y Santín Durán, M. (2008). *Medios de comunicación, representaciones y percepciones*.

El caso de la mujer política. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 14, 175-196. Recuperado de: <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0808110175A/11858>

McCombs, Maxwell, y Donald L. Shaw. (1972). "The agenda-setting function of mass media", *Public Opinion Quarterly*, 36: 176 – 187.

Ministerio de Igualdad (s.f.). *Irene Montero Gil*. Gobierno de España. <https://www.igualdad.gob.es/ministerio/ministra/Paginas/index.aspx>

Ministerio de Igualdad (2022). *Irene Montero: "Esta Ley amplía derechos y acaba con los obstáculos para ejercer la interrupción voluntaria del embarazo"*. Madrid, Gobierno de España. Recuperado de: <https://www.igualdad.gob.es/comunicacion/notasprensa/Paginas/irene-montero--esta-ley-amplia-derechos-ive.aspx>

Mouffe, Chantal. 1992. *The return of the political*. Londres: Verso.

Norris, P. (1997). *Women, Media and Politics*. New York: Oxford University Press.

hooks, bell. 1988. *Talking back: Thinking feminist, thinking black*. Boston, MA: South End Press.

Instituto Nacional de Estadística. 2022. *Participación política, mujeres en cargos ejecutivos y en el Gobierno*. Madrid: INE. [https://www.ine.es/ss/Satellite?L=es\\_ES&c=INESeccion\\_C&cid=1259925595348&p=%5C&pagename=ProductosYServicios%2FPYSLayOut&param1=PYSDetalle&param3=1259924822888](https://www.ine.es/ss/Satellite?L=es_ES&c=INESeccion_C&cid=1259925595348&p=%5C&pagename=ProductosYServicios%2FPYSLayOut&param1=PYSDetalle&param3=1259924822888)

Kanter, R. M. (1977): *Men and Women of the Corporation*. New York: Basic Books.

Markstedt, Helena. 2007. *Political handbags. The representation of women politicians. A case study of the websites and newspaper coverage of the women candidates in the Labour Party Deputy Leadership election*. London: Media@lse.

Phillips, A. 1995. *The Politics of Presence*, Oxford, Oxford University Press. 1999: «La política de la presencia: La reforma de la representación política», en S. garcía y S. lukes (comps.), *Ciudadanía: Justicia social, identidad y participación*, Madrid, Siglo XXI de España Editores, 235-256.

Preciado, B. (2002). *Manifiesto contra-sexual. Prácticas subversivas de identidad sexual*. Madrid: Editorial Ópera Prima. Recuperado de:

[https://monoskop.org/images/1/1f/Preciado Beatriz Manifiesto contra-sexual practicas subversivas de identidad sexual 2002.pdf](https://monoskop.org/images/1/1f/Preciado_Beatriz_Manifiesto_contra-sexual_practicas_subversivas_de_identidad_sexual_2002.pdf)

Quevedo Redondo, R., Berrocal Gonzalo, S. (2018). *Frames, estereotipos y mujeres políticas*. Más poder local. (36), 32-36. Recuperado de:

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6784242>

Richter, Maurice N. 1956. "The conceptual mechanism of stereotyping", *American Sociological Review*, 1: 568-571.

Rebolledo, M. (2017). La personalización política: una propuesta de definición para un estudio sistemático. *Revista de Comunicación*, 2(16), 147-176. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6196781>

Redondo García, M.; Ventura Meneu, M. y Berrocal Gonzalo, S. (2020). Nuevos roles del líder político en programas televisivos de infoentretenimiento. *Doxa Comunicación*, 30, pp. 37-53. Recuperado de: <https://doi.org/10.31921/doxacom.n30a2>

Rico, G. (2009). *Líderes políticos, opinión pública y comportamiento electoral en España*. Madrid: CIS.

Rodríguez García, María Jesús (2013). Género, políticas de igualdad y bienestar / María Jesús Rodríguez García editora ; María Jesús Rodríguez García [y otros 3]. Buenos Aires: Miño y Dávila. Print. Recuperado de: [https://almena.uva.es/permalink/34BUC\\_UVA/12tq2h1/alma991008172397805774](https://almena.uva.es/permalink/34BUC_UVA/12tq2h1/alma991008172397805774)

Sapiro, V. (1981). Research Frontier Essay: When Are Interests Interesting? The Problem of Political Representation of Women. *The American Political Science Review*, 75(3), 701–716. <https://doi.org/10.2307/1960962>

Suárez-Romero, M. (2019). Representación mediática del liderazgo político femenino. Estudio de caso de Ángela Merkel durante la crisis económica en España. (Tesis Doctoral Inédita). Universidad de Sevilla, Sevilla. <https://hdl.handle.net/11441/89785>

Thusu, D. (2007). *News as entertainment. The rise of global infotainment*. Londres: Sage. DOI: 10.1080/1461670X.2014.897412

Young, Iris Marion. 2005. *On female body experience. 'Throwing like a girl' and other essays*. New York, NY: Oxford University Press.

# ANEXO I

## LIBRO DE CÓDIGOS

Diario	Código
Público	01
El País	02
El Confidencial	03
ABC	04
El Mundo	05

# EL PÚBLICO

## PLANTILLA PARA EL ANÁLISIS DE NOTICIAS SOBRE IRENE MONTERO

### DATOS IDENTIFICATIVOS

Día	Mes	Año	Diario	Titular
9	1	20	1	<a href="#">Irene Montero, la representación del feminismo de clase en el Gobierno</a>
16	1	20	1	<a href="#">Irene Montero priorizará la aprobación de una ley de violencias sexuales para suprimir la distinción entre abuso y violación</a>
21	2	20	1	<a href="#">Montero sobre la ley de libertades sexuales: "No hay ninguna discrepancia y tiene que salir para el 8M"</a>
24	2	20	1	<a href="#">Montero: "Soy abolicionista, pero es complejo y necesitamos datos para acabar de verdad con la explotación sexual"</a>
25	4	20	1	<a href="#">Irene Montero: "Esta crisis pone al desnudo cuestiones sobre las que el feminismo lleva reflexionando mucho tiempo"</a>
5	5	20	1	<a href="#">Eduardo Inda y un redactor de su digital, investigados por acoso a los hijos de Pablo Iglesias e Irene Montero</a>
23	6	20	1	<a href="#">Irene Montero denuncia a una concejal de Vox en Galapagar por acoso diario en su domicilio</a>
20	7	20	1	<a href="#">Irene Montero ve "muy difícil" separar la corrupción de los Borbón de la monarquía</a>
4	8	20	1	<a href="#">Irene Montero recrimina al PSOE no haber informado al resto de partidos de la decisión de la "huida" de Juan Carlos I</a>
21	8	20	1	<a href="#">Montero insiste en que el acoso a su familia "no es un escrache", sino un "hostigamiento basado en odio por motivos políticos"</a>
21	8	20	1	<a href="#">Irene Montero: "Cerrar prostibulos va a ser fundamental para controlar la pandemia"</a>
24	8	20	1	<a href="#">Iglesias y Montero denuncian ante la Policía amenazas contra sus hijos</a>
25	8	20	1	<a href="#">La Fiscalía no ve delito en la protesta de la concejal de Vox ante la casa de Iglesias y Montero</a>
10	9	20	1	<a href="#">El Ayuntamiento de Galapagar condena el acoso frente a la vivienda de Montero e Iglesias</a>
28	9	20	1	<a href="#">Iglesias y Montero cancelan su agenda tras el ingreso de sus hijos en el Gregorio Marañón por una bronquiolitis</a>
8	10	20	1	<a href="#">Confirman el archivo de la causa contra la concejal de Vox que protestaba ante la casa de Iglesias y Montero</a>
15	10	20	1	<a href="#">Vox expulsa a la concejala de Galapagar que acosa a Iglesias y Montero en su casa</a>
16	10	20	1	<a href="#">Irene Montero asegura que imputar a Iglesias sería un escándalo internacional</a>
30	10	20	1	<a href="#">Montero justifica la expulsión de Rodríguez del grupo parlamentario durante su baja maternal: "La política no para"</a>
23	11	20	1	<a href="#">Irene Montero: "Multar a los clientes de la prostitución no ha servido para que haya menos puteros"</a>
12	12	20	1	<a href="#">Un cabecilla de las protestas frente a la casa de Montero e Iglesias grabó imágenes del interior de la vivienda</a>
26	1	21	1	<a href="#">Montero tilda de "machismo institucional" la eliminación de la Dirección General de Igualdad en Madrid</a>

Columna1	Columna8	Columna9	Columna10	Columna11	Columna12	Columna13	Columna14	Columna15	Columna16	Columna17	Columna18
VALORES											
Visibilidad	Vida personal y profesional	Vestimenta	Familia	Emociones	Declaraciones	Feminismo	Género	Rasgos personales			
1	0	0	0	0	0	1	1	0			0
1	0	0	0	0	0	1	1	0			0
1	0	0	0	0	0	1	1	0			0
1	0	0	0	0	0	1	1	0			0
1	1	0	1	0	0	0	0	0			0
1	1	0	1	0	0	0	0	0			0
1	0	0	0	0	0	1	0	0			0
1	0	0	0	0	0	1	0	0			0
1	1	0	0	0	0	1	0	0			1
1	0	0	0	0	0	1	0	0			0
1	1	0	1	0	0	0	0	0			0
1	1	0	1	0	0	0	0	0			0
1	1	0	1	0	0	0	0	0			0
1	1	0	1	0	0	0	0	0			0
1	1	0	1	0	0	0	0	0			0
1	1	0	1	0	0	0	0	0			0
1	0	0	1	0	0	1	0	0			0
1	0	0	0	0	0	1	0	0			0
1	0	0	0	0	0	1	1	0			0
1	1	0	1	0	0	0	0	0			0
1	0	0	0	0	0	1	0	0			0



# EL PAÍS

## PLANTILLA PARA EL ANÁLISIS DE NOTICIAS SOBRE IRENE MONTERO

### DATOS IDENTIFICATIVOS

Día	Mes	Año	Diario	Titular
21	2	20	2	<a href="#">Revocada la condena por el poema machista sobre Irene Montero</a>
1	3	20	2	<a href="#">Entrevista a Irene Montero: "Contra la violencia machista no hace falta un Código Penal más duro, sino una sociedad que les pone freno"</a>
5	3	20	2	<a href="#">"Hay una campaña de acoso y derribo contra Irene Montero"</a>
6	3	20	2	<a href="#">Iglesias y Montero sufren el escrache de una asociación policial en la puerta de su vivienda</a>
12	3	20	2	<a href="#">Las ministras Montero y Darías dan positivo de coronavirus</a>
21	4	20	2	<a href="#">Irene Montero da negativo y sale del aislamiento después de casi seis semanas</a>
2	6	20	2	<a href="#">El PP pide a la Fiscalía que cite a Irene Montero por un comentario sobre el temor al contagio en el 8-M</a>
18	6	20	2	<a href="#">La ministra de Igualdad propone un "sistema estatal de los cuidados" que crearía 300.000 empleos</a>
23	6	20	2	<a href="#">Irene Montero denuncia a la concejal de Vox en Galapagar por acoso sistemático en su domicilio</a>
24	6	20	2	<a href="#">Igualdad se compromete a eliminar los requisitos médicos para que las personas trans puedan cambiar de sexo en el registro</a>
30	7	20	2	<a href="#">Gobierno y sindicatos firman un plan para la igualdad de género en el trabajo sin la CEOE</a>
4	8	20	2	<a href="#">Irene Montero asegura que Podemos no conoció los contactos del Gobierno con la Casa del Rey</a>
17	8	20	2	<a href="#">Iglesias y Montero interrumpen sus vacaciones en Asturias por seguridad ante amenazas</a>
20	8	20	2	<a href="#">Irene Montero, ministra de Igualdad, pide a las comunidades autónomas que cierren los prostíbulos</a>
7	9	20	2	<a href="#">Irene Montero ve "preocupante" la fusión entre CaixaBank y Bankia</a>
10	9	20	2	<a href="#">El Ayuntamiento de Galapagar pide el fin de las concentraciones frente al domicilio de Iglesias y Montero</a>
24	9	20	2	<a href="#">La juez ve un posible delito de acoso de 'Okdiario' a los hijos de Pablo Iglesias e Irene Montero</a>
7	10	20	2	<a href="#">Igualdad anuncia un cambio en la ley para que las jóvenes de 16 y 17 años puedan abortar sin consentimiento paterno</a>
8	10	20	2	<a href="#">La Audiencia de Madrid rechaza reabrir una de las investigaciones por acoso a la vivienda de Montero e Iglesias</a>
30	10	20	2	<a href="#">Irene Montero y Teresa Rodríguez se enzarzan tras la expulsión de la líder de Adelante Andalucía</a>
25	11	20	2	<a href="#">Irene Montero llama entre lágrimas a la unidad del feminismo frente a la violencia machista</a>
29	12	20	2	<a href="#">Orden de alejamiento contra el hombre acusado de acosar a Iglesias y Montero en su domicilio</a>
2	2	21	2	<a href="#">Igualdad prevé la autodeterminación de género sin informe médico a partir de los 16 años</a>

F	G	H	I	J	K	L	M	N
Columna7	Columna8	Columna82	Columna8	Columna8	Columna9	Columna9	Columna9	Columna102
VALORES								
Visibilidad	Vida personal y profesional	Vestimenta	Familia	Emociones	Declaraciones	Feminismo	Género	Rasgos personales
1	1	0	0	0	0	0	0	0
1	0	0	0	0	1	1	0	0
1	1	0	0	0	0	0	0	0
1	1	0	1	0	0	0	0	0
1	1	0	0	0	0	0	0	0
1	0	0	0	0	1	1	0	0
1	0	0	0	0	1	1	0	0
1	1	0	1	0	0	0	0	0
1	0	0	0	0	1	1	0	0
1	1	0	1	0	0	0	0	0
1	0	0	0	0	1	1	0	0
1	1	0	1	0	0	0	0	0
1	0	0	0	0	1	0	1	0
1	0	0	0	1	1	1	0	0
1	1	0	1	0	0	0	0	0
1	0	0	0	0	1	1	1	0



# EL CONFIDENCIAL

PLANTILLA PARA EL ANÁLISIS DE NOTICIAS SOBRE IRENE MONTERO				
DATOS IDENTIFICATIVOS				
Día	Mes	Año	Diario	Titular
13	10	20	3	<a href="#">Ana Rosa reparte estopa entre el Gobierno: de los "gamberros" Pablo Iglesias e Irene Montero al "ciego" Illa</a>
15	10	20	3	<a href="#">Vox expulsa a su concejala de Galapagar que protesta ante el chalé de Iglesias y Montero</a>
30	10	20	3	<a href="#">Montero y Teresa Rodríguez se enzarzan por su expulsión en su baja maternal</a>
26	11	20	3	<a href="#">Irene Montero llama entre lágrimas a la unidad del feminismo</a>
27	11	20	3	<a href="#">Tumban un contrato del Ministerio de Igualdad por discriminación de género</a>
29	11	20	3	<a href="#">'La Sexta noche'   Cristina Almeida atiza a Irene Montero por sus lágrimas innecesarias: "Está resentida"</a>
8	12	20	3	<a href="#">Igualdad destina 14.000€ a estudiar la población que no se siente hombre ni mujer</a>
18	12	20	3	<a href="#">El Consejo Fiscal avala por unanimidad el 'solo sí es sí' de la ley Montero</a>
29	12	20	3	<a href="#">Orden de alejamiento para el hombre al que Iglesias y Montero acusan de acosarles</a>
3	2	21	3	<a href="#">Un informe revela que Iglesias y Montero usan como niñera a una alto cargo de Igualdad</a>
3	2	21	3	<a href="#">El Gobierno aclara que el borrador de la 'ley trans' es solo la propuesta de Podemos</a>
3	2	21	3	<a href="#">Ciudadanos pide investigar a la niñera de Iglesias y Montero por posible malversación</a>

Columna7	Columna8	Columna	Columna	Columna	Columna9	Columna	Columna	Columna102
VALORES								
Visibilidad	Vida personal y profesional	vestimenta	Familia	Emociones	Declaraciones	Feminismo	Género	Rasgos personales
1	1	0	0	0	0	0	0	1
1	1	0	1	0	0	0	0	0
1	1	0	0	0	0	0	1	0
1	0	0	0	1	1	1	0	0
1	0	0	0	0	1	0	1	0
1	1	0	0	1	0	0	0	1
1	0	0	0	0	1	1	1	0
1	0	0	0	0	1	1	0	0
1	1	0	1	0	0	0	0	0
1	1	0	1	0	0	0	0	0
1	0	0	0	0	1	1	0	0
1	1	0	1	0	0	0	0	0

O	P	Q	R	S	T
Columna11	Columna12	Columna13	Columna14	Columna15	Columna1
TIPOS DE ENCUADRE			TONO DE LA COBERTURA		
"First woman"	Personaje "outsider"	"Agents of change"	Positivo	Neutral	Negativo
0	1	0	0	0	1
0	0	0	0	1	0
0	0	0	0	0	1
0	1	0	0	1	0
0	0	0	0	1	0
0	0	0	0	0	1
0	0	0	0	1	0
0	0	1	0	1	0
0	0	0	0	1	0
0	1	0	0	0	1
0	1	0	0	1	0
0	0	0	0	1	0

# ABC

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Día	Mes	Año	Diario	Titular
9	1	20	4	<a href="#">La gran empresa no acepta un tándem laboral como el de Iglesias y Montero</a>
10	1	20	4	<a href="#">Montero será portavoz en un Gobierno en el que siguen Celaá y Duque pero no Carcedo y Guirao</a>
14	1	20	4	<a href="#">Las ministras de Podemos feminizan la promesa ante el Rey</a>
14	1	20	4	<a href="#">Irene Montero recoge la cartera de Igualdad: «El feminismo será bandera de este Gobierno»</a>
16	1	20	4	<a href="#">Irene Montero deja de acompañar a la Reina en un acto de violencia de género para ir a La Sexta</a>
16	1	20	4	<a href="#">Podemos llega a un acuerdo para evitar el juicio con la empleada que denunció a Montero</a>
16	1	20	4	<a href="#">Montero priorizará la ley de violencias para suprimir el abuso sexual del Código Penal y que «sólo sí sea sí»</a>
17	1	20	4	<a href="#">Irene crítica el 'pin parental' como ministra de Igualdad</a>
18	1	20	4	<a href="#">Irene y las mujeres</a>
20	1	20	4	<a href="#">«Transversalizar la igualdad» y «hogar monomarental»: con ella [Montero] llegó el lenguaje más «progre»</a>
20	1	20	4	<a href="#">El ataque de Josema Yuste a Irene Montero: «Ni soy machista ni feminista, soy persona»</a>
31	1	20	4	<a href="#">Irene Montero estalla: «Tenemos un Ministerio feminista contra los hombres poderosos y la extrema derecha»</a>
5	2	20	4	<a href="#">Irene Montero presentará la ley de libertades sexuales en «unas semanas»</a>
5	2	20	4	<a href="#">Irene Montero defiende los aplausos de Podemos al Rey: «Las cosas son distintas desde la política institucional»</a>
16	2	20	4	<a href="#">Irene Montero sobre su trabajo como cajera: «Me ayuda a no olvidar de dónde vengo»</a>
18	2	20	4	<a href="#">El «show» de Irene Montero: tarta sorpresa y el bebé a cuestas</a>
19	2	20	4	<a href="#">Fiesta de pijamas en el Palacio de Invierno</a>
19	2	20	4	<a href="#">Irene Montero llama desde la sala de Moncloa a participar en el B-M y «reorganizar la sociedad»</a>
20	2	20	4	<a href="#">Justicia cede y la ley de libertades sexuales llegará antes del B-M como pedía Igualdad</a>
21	2	20	4	<a href="#">Montero considera «urgente» aprobar la ley contra la violencia sexual porque se sigue cuestionando a las mujeres</a>
21	2	20	4	<a href="#">Revocada la condena por el poema machista sobre Irene Montero</a>
22	2	20	4	<a href="#">Las otras «leyes del sí es sí»: los países que regularon el consentimiento antes que España</a>
24	2	20	4	<a href="#">Policías cargan contra Irene Montero por cuestionar a los agentes que investigan los delitos sexuales</a>
24	2	20	4	<a href="#">Igualdad lleva el B-M al Consejo de Ministros su ley de Libertad Sexual, con una medida pionera: centros 24 horas para las víctimas</a>
25	2	20	4	<a href="#">Interior prefiere el silencio a defender a las Fuerzas de Seguridad de las acusaciones de Irene Montero</a>
25	2	20	4	<a href="#">Irene Montero crítica a la oposición por querer investigar los abusos a menores en Baleares</a>
2	3	20	4	<a href="#">La ley de Libertad Sexual, una exposición y la marcha del B-M: bazas de Irene Montero la semana del B-M</a>
3	3	20	4	<a href="#">«Las penas por delitos sexuales no serán menores, sino más eficaces y proporcionales», asegura Irene Montero</a>
4	3	20	4	<a href="#">Las correcciones de Justicia a la ley de Irene Montero que hicieron estallar a Pablo Iglesias</a>
5	3	20	4	<a href="#">Irene Montero lamenta la falta de «educación y respeto» de Cayetana Álvarez de Toledo</a>
6	3	20	4	<a href="#">Primer acto público de la Reina e Irene Montero tras el plantón de la ministra en enero</a>
6	3	20	4	<a href="#">Media docena de miembros de Jusapol protestan frente al chalé de Iglesias y Montero pidiendo «igualdad salarial»</a>
7	3	20	4	<a href="#">La riña de Irene Montero a Chiqui por su error con Pablo Iglesias</a>
7	3	20	4	<a href="#">Juristas reducen la «ley Montero» a «una ensoñación» repleta de agujeros legales</a>
15	3	20	4	<a href="#">Irene Montero da positivo por coronavirus y Pablo Iglesias, en cuarentena</a>
26	3	20	4	<a href="#">Irene Montero aboga por suspender el pago de los alquileres a la vez que se compensa a los propietarios</a>
26	3	20	4	<a href="#">Irene Montero reaparece tras su cuarentena y justifica el B-M: «Hicimos lo que dijeron los expertos»</a>
30	3	20	4	<a href="#">Irene Montero vuelve a dar positivo en coronavirus</a>
1	4	20	4	<a href="#">Montero carga contra el PP por cuestionar las medidas económicas: «Las críticas deben ser constructivas»</a>
17	4	20	4	<a href="#">Irene Montero sigue dando positivo por coronavirus después de un mes en cuarentena</a>
21	4	20	4	<a href="#">Irene Montero supera el coronavirus tras hacerse cuatro pruebas y se reincorpora al Consejo de Ministros</a>
22	4	20	4	<a href="#">Pablo Iglesias e Irene Montero apoyan a la portavoz de Podemos condenada por agredir a la Policía</a>

29	5	20	4	<a href="#">Irene Montero acusa a PP y Vox de llevar «semanas llamando a la insubordinación del Ejército»</a>	
1	6	20	4	<a href="#">Irene Montero justificaba la celebración del 8-M: «Hicimos en todo momento lo que dijeron los expertos y las autoridades sanitarias»</a>	
1	6	20	4	<a href="#">Irene Montero, el 9-M: «La bajada de cifras del 8-M fue debido al coronavirus, pero no lo voy a decir...»</a>	
2	6	20	4	<a href="#">Carlos Herrera crítica a Irene Montero: «En ella todo es supergalapagar de la muerte, superchoni»</a>	
4	6	20	4	<a href="#">La Guardia Civil envía a la juez las informaciones de ABC sobre Irene Montero y el 8-M</a>	
11	6	20	4	<a href="#">Una diputada del PP, a Irene Montero: «Usted jugó a la ruleta rusa con mujeres de riesgo como yo»</a>	
18	6	20	4	<a href="#">Irene Montero anuncia que impulsará una Ley de Tiempo Corresponsable para garantizar el derecho a la conciliación</a>	
19	6	20	4	<a href="#">Macarena Olona responde a Irene Montero en la comisión de reconstrucción que «las mujeres libres» de Vox «no somos débiles ni sumisas»</a>	
21	6	20	4	<a href="#">Irene, ¿quieres ser feminista?</a>	
23	6	20	4	<a href="#">Irene Montero denuncia a la concejal de Vox en Galapagar por acosarla en su domicilio</a>	
23	6	20	4	<a href="#">Montero, en 2013: «Un escrache no es acoso sino interpelar a los diputados para que hablen con nosotros»</a>	
23	6	20	4	<a href="#">Irene Montero no condena el ataque a la estatua de fray Junipero Serra y pide la revisión crítica del pasado</a>	
29	6	20	4	<a href="#">El Gobierno clasifica como «secreto» la seguridad del chalet de Pablo Iglesias e Irene Montero</a>	
3	7	20	4	<a href="#">«La sopa lesbica y el armario gay», las actividades para niños que ofrece el Ministerio de Irene Montero</a>	
21	7	20	4	<a href="#">La ministra Montero redobla los ataques desde el Gobierno a la Corona</a>	
22	7	20	4	<a href="#">Montero también esquivó el caso Dina y acusa al PP de «utilizar el feminismo» para atacar al Gobierno</a>	
23	7	20	4	<a href="#">Archivan la querrela de la ministra Irene Montero contra una concejal de Vox por caceroladas frente a su casa</a>	
3	8	20	4	<a href="#">Tensión entre Calvo y Montero por la reunión de Gobierno y Ciudadanos</a>	
3	8	20	4	<a href="#">Irene Montero señala que «es muy difícil separar los casos de corrupción de la familia Borbón» de la Monarquía</a>	
4	8	20	4	<a href="#">Irene Montero responde a Calvo: «Quien mira hacia la derecha no es el Gobierno, sino una parte de él»</a>	
4	8	20	4	<a href="#">Otra grieta en el Gobierno de coalición: Irene Montero desvela que Podemos desconocía la decisión de Don Juan Carlos</a>	
5	8	20	4	<a href="#">El error histórico de Irene Montero: confunde a las 13 rosas reales con las actrices de la película</a>	
18	8	20	4	<a href="#">Pablo Iglesias e Irene Montero ponen fin a sus vacaciones en Asturias por amenazas y pintadas</a>	
18	8	20	4	<a href="#">Podemos culpa al «fascismo y la extrema derecha» del acoso sufrido por Iglesias y Montero en sus vacaciones</a>	
20	8	20	4	<a href="#">Los escoltas no vieron insultos ni amenazas durante las vacaciones de Iglesias y Montero en Asturias</a>	
21	8	20	4	<a href="#">Montero defiende la contabilidad de Podemos e invita a la Justicia a investigar tras las sospechas de la Fiscalía</a>	
21	8	20	4	<a href="#">Irene Montero reconoce que «no existen políticas públicas de conciliación», que en España se basan en colegios y abuelos</a>	
21	8	20	4	<a href="#">Irene Montero asegura que es «fundamental» cerrar los prostibulos para controlar la pandemia</a>	
21	8	20	4	<a href="#">Montero discrepa de Robles y asegura que calificar de escrache el «hostigamiento» a su familia es «blanquear el acoso»</a>	
22	8	20	4	<a href="#">Ilea, a Irene Montero, sobre la prostitución: «No está regulada. No puede prohibirse lo que no existe»</a>	
11	9	20	4	<a href="#">Sepa qué considera el Ministerio de Irene Montero violencia machista</a>	
23	9	20	4	<a href="#">Irene Montero, sobre la supuesta infidelidad de Iglesias: «Quien se inventa esas cosas no conoce nuestra vida»</a>	
25	9	20	4	<a href="#">Así educan a sus hijos Irene Montero y Pablo Iglesias</a>	
28	9	20	4	<a href="#">Ingresados los hijos mellizos de Pablo Iglesias e Irene Montero por una bronquiolitis</a>	
7	10	20	4	<a href="#">Irene Montero anuncia que el Gobierno derogará de manera inminente la ley del Aborto de 2015</a>	
8	10	20	4	<a href="#">Los provida avisan a Montero que «la única reforma admisible» a ley del aborto «es dejar a los niños nacera»</a>	
9	10	20	4	<a href="#">La Audiencia de Madrid archiva la querrela de Irene Montero contra las caceroladas frente a su casa</a>	
13	10	20	4	<a href="#">Montero cuestiona desde La Moncloa la «utilidad» de la Corona</a>	
15	10	20	4	<a href="#">Montero estudia reforzar la seguridad en las clínicas abortistas</a>	
15	10	20	4	<a href="#">El CIS desmiente a Irene Montero: solo un 1,1 por ciento cree que la Monarquía es uno de sus principales problemas</a>	
20	10	20	4	<a href="#">Irene Montero, al PP: «Me meto en la cama con quien me da la gana»</a>	
30	10	20	4	<a href="#">Los «ex» de Podemos explotan contra Montero: parece «la ministra de Igualdad de "El cuento de la criada"»</a>	
30	10	20	4	<a href="#">Teresa Rodríguez, a Irene Montero: «Yo sí tengo un curro al que volver y la política no me cambió de barrio»</a>	
30	10	20	4	<a href="#">Irene Montero justifica la expulsión de Teresa Rodríguez en su permiso por maternidad: «La política no para»</a>	
31	10	20	4	<a href="#">La cruzada machista que arrinconó a Podemos: Montero justifica la expulsión de Rodríguez de baja por maternidad</a>	
6	11	20	4	<a href="#">Ocho históricas del PSOE exigen a Sánchez que paralice la «ley trans» tal y como la plantea Irene Montero</a>	1
6	11	20	4	<a href="#">Montero intenta relajar la tensión con el feminismo y cambia el nombre del Instituto de la Mujer</a>	1
18	11	20	4	<a href="#">El feminismo socialista se enfrenta a Irene Montero por «borrar el sexo» en todas sus leyes</a>	1
23	11	20	4	<a href="#">Montero asegura que irá a por los proxenetas y a por los locales porque «multar a los puteros no sirve»</a>	1
30	11	20	4	<a href="#">El toque de queda saca la prostitución a plena luz del día: «Montero aprovecha la pandemia para asfixiarnos»</a>	1
3	12	20	4	<a href="#">Críticas a Irene Montero por obviar a los hombres en el Día de la Discapacidad</a>	1
7	12	20	4	<a href="#">El modelo fallido de «ley trans» que inspira a Irene Montero</a>	1
19	12	20	4	<a href="#">Críticas a Irene Montero por aplaudir en un acto oficial un agravio contra la escritora Lucía Etxebarria</a>	1
22	12	20	4	<a href="#">Jupol y Jucil piden la dimisión de Montero por «atacar» a la Policía y la Guardia Civil</a>	1
29	12	20	4	<a href="#">Orden de alejamiento para el hombre al que Iglesias y Montero acusan de acoso</a>	1
21	1	21	4	<a href="#">El PSOE homenajea a Zerolo y encara a Irene Montero al presentar su propia ley de igualdad de trato</a>	1
21	1	21	4	<a href="#">El PSOE ningunea a Irene Montero y presenta la ley de igualdad de trato</a>	1
22	1	21	4	<a href="#">Segunda guerra en seis meses del feminismo socialista contra los postulados de Irene Montero</a>	1
23	1	21	4	<a href="#">Feministas hartas de Irene Montero</a>	1
29	1	21	4	<a href="#">Irene Montero considera a Pablo Iglesias «víctima de una mafia criminal»</a>	1









# EL MUNDO

## PLANTILLA PARA EL ANÁLISIS DE NOTICIAS SOBRE IRENE MONTERO

### DATOS IDENTIFICATIVOS

Día	Mes	Año	Diario	Titular
10	1	20	5	<a href="#">Irene Montero, una ministra activista que renunció a Harvard por Podemos</a>
14	1	20	5	<a href="#">Iglesias y Montero. Cuando el jefe es tu pareja</a>
15	1	20	5	<a href="#">Boti García y Bea Gimeno, las activistas LGTBI más influyentes de España, llegan al ministerio de Irene Montero</a>
18	2	20	5	<a href="#">La sorpresa por el cumpleaños de Irene Montero celebrada en el Ministerio que Podemos aplaude</a>
24	2	20	5	<a href="#">Irene Montero se aleja de la abolición de la prostitución por la división del feminismo</a>
24	2	20	5	<a href="#">Policías y guardias civiles exigen a Irene Montero una rectificación por su frase sobre la minifalda</a>
2	3	20	5	<a href="#">El discurso de Irene Montero irrita a las feministas tradicionales</a>
4	3	20	5	<a href="#">Irene Montero, ministra de tonterías</a>
4	3	20	5	<a href="#">La chapuza de la 'ley Montero'</a>
5	3	20	5	<a href="#">Cayetana Álvarez de Toledo: "No hay mayor machismo que el de Pablo Iglesias defendiendo a Irene Montero como un macho alfa"</a>
5	3	20	5	<a href="#">El feminismo histórico acusa a Irene Montero de poner en peligro las políticas de igualdad</a>
6	3	20	5	<a href="#">El borrador de Irene Montero bajaba 2,5 años las penas a 'La Manada'</a>
7	3	20	5	<a href="#">Los ministros tuvieron que aprobar la 'ley Montero' sin poder leerla</a>
14	3	20	5	<a href="#">Irene Montero: Tras el 8-M, encierro en la mansión de Galapagar</a>
26	3	20	5	<a href="#">Irene Montero defiende la celebración del 8-M: "Hicimos en todo momento lo que dijeron los expertos y la autoridad sanitaria"</a>
28	3	20	5	<a href="#">Irene Montero vuelve a dar positivo en coronavirus</a>
18	4	20	5	<a href="#">La "suerte" de Pablo Iglesias e Irene Montero de tener "un jardín en casa para sacar a los niños"</a>
22	4	20	5	<a href="#">Tiranías y lerdas</a>
29	5	20	5	<a href="#">Irene Montero acusa a PP y Vox de llevar "semanas llamando a la insubordinación del ejército" y de alentar "a la rebelión"</a>
30	5	20	5	<a href="#">Amanda Meyer, la 'señorita andaluza' que lidera el equipo de la 'feminista' Irene Montero</a>
1	6	20	5	<a href="#">Irene Montero admitió que la bajada en la participación del 8-M se debió al Covid-19: "No lo voy a decir, quiero ser muy prudente"</a>
8	6	20	5	<a href="#">Pablo Iglesias e Irene Montero se blindan en Podemos con su núcleo de confianza</a>
15	6	20	5	<a href="#">Una unidad de élite de la Guardia Civil blindó la casa de Pablo Iglesias e Irene Montero</a>
18	6	20	5	<a href="#">Irene Montero anuncia una Ley de Tiempo Corresponsable para garantizar la conciliación y aboga por un sistema público de cuidados</a>
23	6	20	5	<a href="#">Irene Montero denuncia a la concejal de Vox en Galapagar por acosarla a diario en su domicilio</a>
24	6	20	5	<a href="#">Irene, historiadora</a>
28	6	20	5	<a href="#">El Gobierno clasifica como "secreto" de Estado la seguridad de la casa de Pablo Iglesias e Irene Montero</a>
18	7	20	5	<a href="#">Yolanda Díaz se queda sin la sororidad de Irene Montero</a>
18	7	20	5	<a href="#">Interior estudia enviar a policías de paisano para vigilar la casa de Pablo Iglesias e Irene Montero</a>
4	8	20	5	<a href="#">Irene Montero afirma que Pedro Sánchez marginó a Unidas Podemos de la decisión de avalar "la huida" del Rey Juan Carlos</a>
17	8	20	5	<a href="#">Pablo Iglesias e Irene Montero cancelan sus vacaciones en Asturias por el "acoso" y los llamamientos a escraches</a>
20	8	20	5	<a href="#">Irene Montero se sincera en una revista del 'corazón': "Pablo y yo preferimos planes en casa y nos repartimos las tareas"</a>
21	8	20	5	<a href="#">Irene Montero pide por carta a las comunidades el cierre de los prostíbulos y las feministas la critican por priorizar la sanidad y no "esclavitud"</a>
22	8	20	5	<a href="#">Iglesias y Montero, en rumbo desconocido tras el acoso de vecinos en Asturias</a>
24	8	20	5	<a href="#">Pablo Iglesias e Irene Montero denuncian ante la Policía un delito de odio contra sus hijos</a>
2	9	20	5	<a href="#">Irene Montero se niega a informar del nombre de sus asesores nombrados a dedo y de cuál es su sueldo</a>
12	9	20	5	<a href="#">Pablo Iglesias e Irene Montero salen ganando con el nuevo sistema salarial de Podemos y sus diputados perdiendo</a>
23	9	20	5	<a href="#">Irene Montero continúa su tour por las revistas, ahora en 'Vanity Fair': "Quien se invente infidelidades no conoce nuestra vida"</a>
26	9	20	5	<a href="#">A la conservadora Irene Montero le gustan los hombres de Esperanza Aguirre</a>
28	9	20	5	<a href="#">Pablo Iglesias e Irene Montero suspenden su agenda tras la hospitalización de sus hijos mellizos</a>
7	10	20	5	<a href="#">Irene Montero anuncia la derogación de la Ley del Aborto de 2015 para que las menores puedan interrumpir el embarazo libremente</a>
8	10	20	5	<a href="#">Confirmado el archivo de la querrela presentada por Irene Montero por las protestas ante su casa y la de Iglesias en Galapagar</a>
9	10	20	5	<a href="#">Estos son los riesgos de la bronquiolitis que han sufrido los mellizos de Pablo Iglesias e Irene Montero</a>
13	10	20	5	<a href="#">María Jesús Montero e Irene Montero discrepan en una rueda de prensa sobre el respaldo del Gobierno al Rey</a>
16	10	20	5	<a href="#">La concejal de Vox en Galapagar que impulsó las caceroladas a Iglesias y Montero, expulsada del partido por conductas "graves" ante sus hijos</a>
20	10	20	5	<a href="#">Irene Montero responde a la acusación del PP de "compartir vida con un machista": "Me meto en la cama con quién me da la gana"</a>
30	10	20	5	<a href="#">Teresa Rodríguez responde a Irene Montero: "La política no me cambió de barrio"</a>
30	10	20	5	<a href="#">Malestar 'feminista' con Irene Montero y Teresa Rodríguez por "usar a las mujeres" en su "guerra de poder"</a>
2	11	20	5	<a href="#">Montero avanza una 'Ley Trans' que reconoce la «autodeterminación de género» y permite cambiar de sexo en el DNI sin informe médico ni hormonas</a>
3	11	20	5	<a href="#">Prohens afea a Irene Montero que aún no se haya pronunciado sobre los comentarios "sexistas" de Fernando Simón</a>
5	11	20	5	<a href="#">Ocho feministas históricas, en contra de la Ley Trans de Irene Montero</a>
7	11	20	5	<a href="#">La impulsividad de Irene Montero termina con la sororidad de Unidas Podemos</a>
16	11	20	5	<a href="#">La 'Ley Montero' castigará la "violación por sumisión química"</a>
17	11	20	5	<a href="#">Los ministerios de Pablo Iglesias e Irene Montero gastan en total 1,5 millones de euros en asesores</a>
25	11	20	5	<a href="#">Irene Montero rompe a llorar en un llamamiento "por la unidad de género" y las "alianzas de las mujeres"</a>
28	11	20	5	<a href="#">Igualdad en Europa: a las homólogas de Irene Montero no les hace falta ministerio</a>
18	12	20	5	<a href="#">El Consejo Fiscal avala el "solo sí es sí" de la Ley Montero de la ministra de Igualdad</a>
19	12	20	5	<a href="#">Podemos denuncia que se "intensifica" el acoso al domicilio de Iglesias y Montero</a>
29	12	20	5	<a href="#">Orden de alejamiento para el hombre al que Iglesias y Montero acusan de acoso</a>
25	1	21	5	<a href="#">Podemos lanza la 'operación Irene Montero' frente al PSOE para blindar su trabajo en Igualdad</a>
26	1	21	5	<a href="#">El activismo de sofá (de cuero) de Irene Montero</a>



TIPOS DE ENCUADRE		TONO DE LA COBERTURA			
"First wom	"outsider"	"Agents of cha	Positivo	Neutral	Negativo
0	1	0	0	1	0
0	1	0	0	0	1
0	0	0	0	1	0
0	0	0	0	1	0
0	0	0	0	1	0
0	0	0	0	1	0
0	1	0	0	0	1
0	1	0	0	0	1
0	1	0	0	0	1
0	0	0	0	1	0
0	0	0	0	1	0
0	0	0	0	0	1
0	0	0	0	0	1
0	0	0	0	1	0
0	0	0	0	1	0
0	0	0	0	0	1
0	0	0	0	0	1
0	0	0	0	1	0
0	0	0	0	0	1
0	0	0	0	1	0
0	0	0	0	1	0
0	0	0	0	0	1
0	0	0	0	1	0
0	0	0	0	1	0
0	0	0	0	1	0
0	0	0	0	1	0
0	0	0	0	1	0
0	0	0	0	1	0
0	0	0	0	1	0
0	0	0	0	0	1
0	0	0	0	1	0

1	0	1	0	0	1	0
0	0	0	0	0	1	0
0	0	0	1	0	1	0
0	0	0	0	0	1	0
0	0	0	0	0	1	0
0	0	0	0	0	1	0
0	0	1	0	0	1	0
0	0	1	0	0	0	1
0	0	0	1	0	1	0
0	0	0	0	0	1	0
0	0	0	0	0	0	1
0	0	0	0	0	0	1
0	0	0	1	0	1	0
0	0	0	0	0	1	0
0	0	0	0	0	1	0
0	0	0	1	0	1	0
0	0	0	0	0	1	0
0	0	0	0	0	1	0
1	0	0	0	0	0	1