

Liderazgo político femenino: una comparativa del tratamiento mediático de la primera semana de mandato de Ana Botella y Manuela Carmena

Lara Carrascosa Puertas¹

Recibido: 15-05-2019 / Aceptado: 05-12-2019

Resumen. En las elecciones de 2015, solo el 19,09% de las alcaldías de España fueron ocupadas por una mujer. Ana Botella y Manuela Carmena son las únicas alcaldesas que ha tenido Madrid y poseen perfiles vitales y políticos muy diferentes. Sin embargo, los estereotipos de género están tan profundamente enraizados en el imaginario colectivo que pensamos que la cobertura realizada de su primera semana de mandato en *El Mundo*, *El País*, *ABC* y *La Razón* coincide en varios encuadres de género: ambas son personas cercanas, amables, son marionetas de otra persona (un hombre, en ambos casos) y no tienen preparación suficiente para el puesto. Mediante un análisis cualitativo de los textos que mencionan o contienen ilustraciones de ambas mujeres, encontramos que en Carmena, además, se produce una significativa diferencia cualitativa y cuantitativa en sus atributos negativos, sobre todo en los periódicos de ideología más conservadora, en lo que sería un encuadre por línea editorial o cabeceras. Así, encontramos que dentro de esta comparación intragénero perviven diferencias que radican en lo ideológico y en el hecho de que la propiedad de los medios pertenece a la élite económica de España; hay coincidencias en la utilización del *frame* de género al servicio de la línea editorial de cada rotativo.

Palabras clave: Carmena; Botella; Madrid; política local; estereotipos de género; periódicos; liderazgo.

[en] Female Political Leadership: A Comparison between Media Treatment of Ana Botella and Manuela Carmena' during Their First Week in Charge

Abstract. Only 19.09% of Spain mayoralties were occupied by women in the 2015 elections. Ana Botella and Manuela Carmena are the only female mayors that Madrid has ever had and they possess different vital political profiles. However, gender stereotypes are so deeply rooted in collective memory that we found several common characterizations or gender frames in the first week in charge for both women in *El Mundo*, *El País*, *ABC* and *La Razón*: they are personable, kind people, someone's puppet —a man, always— and they don't have enough preparation for the position. Through a qualitative analysis in texts that mention or show pictures of these women, we discover that Carmena has a significantly more negative quantitative and qualitative portrait, especially in the most conservative newspapers. Thus, in this intragender comparison, we find that enduring differences stem from ideological issues and the economic elite, who owns the media, and that there are coincidences in gender frames used in the service of the newspapers' editorial line.

Keywords: Carmena; Botella; Madrid; local politics; gender stereotypes; newspapers; leadership.

Sumario. 1. Introducción. 2. Objetivos y metodología. 3. Resultados de la investigación. 4. Discusión. 5. Conclusiones. 6. Bibliografía.

¹ Universidad de La Laguna (ULL) e Instituto Universitario de Estudios de las Mujeres (IUEM)
E-mail: lcarrasc@ull.edu.es

Cómo citar: Carrascosa Puertas, L. (2020). “Liderazgo político femenino: una comparativa del tratamiento mediático de la primera semana de mandato de Ana Botella y Manuela Carmena”, *Política y Sociedad*, 57(1), 99-119.

1. Introducción

La relación entre mujeres y política nunca ha sido sencilla. Si atendemos a la historia, una conclusión general y generalizable a todos los países democráticos es que las mujeres han tenido grandes dificultades para conseguir el sufragio activo, y no menos para poder ostentar el sufragio pasivo. A mediados del siglo XIX, Stuart Mills (2010: 127) tuvo que defender la capacidad de las mujeres para poder votar y ser elegidas, y para ello argumentó que algunas mujeres pueden ser tan excepcionales como los hombres y que aunque no lo fueran, no habría un gran problema: “[...] si el sistema político del país es tal que excluye a los varones ineptos, también excluirá a las mujeres ineptas; pero si no es así, no hay un mal adicional en el hecho de que las personas que el sistema admite sean mujeres u hombres”.

El poder, históricamente, ha tenido una connotación masculina, y el acceso al poder de las mujeres ha estado marcado por la pertenencia a una familia o élite. Desde las reinas que heredaban el trono a las primeras presidentas de países, ser hija, esposa o viuda de un mandatario propulsó a un número de mujeres a encabezar el Gobierno de sus países, así como el liderazgo de algunas grandes empresas. En este sentido, Genovese y Thompson (1997: 23-24) consideran que cuando una mujer, por una posición heredada de la familia o adquirida a través del matrimonio, está a punto de empezar su carrera política, “pueden calificarla como una anomalía con escasas posibilidades de que se repita, o bien atribuir el éxito a la familia o su esposo más que a sus propias habilidades o sus esfuerzos”. Esto constituye una diferencia de estatus simbólica, por la cual “los varones gozan de una excelente valoración por el mero hecho de serlo, mientras que las mujeres necesitan sobrecualificarse; demostrar, de una parte, que son más de lo que se espera de ellas y, de otra, que no son eso que al mismo tiempo se espera de ellas” (Osborne, 2005: 167).

En España, el ascenso de las primeras mujeres a las alcaldías también estuvo marcado por esa cercanía al poder establecido. Las primeras alcaldesas accedieron al cargo en 1924, por designación directa en la dictadura de Primo de Rivera y el Gobierno de Berenguer, y eran mujeres cercanas al régimen. Desde entonces se produjo una progresión ascendente de la presencia de mujeres en puestos de poder político que se vio interrumpida en el franquismo, cuando se recondujo a las mujeres al ámbito privado y al rol de esposa y madre. En el tardofranquismo, se intentó dar una imagen de apertura, volviendo a incorporar a las mujeres al gobierno de los ayuntamientos, de forma que incluso se llegó a saludar desde la prensa como primera alcaldesa de España a María Teresa Ibaguchi Barrondo, que accedió a la alcaldía de Ubidea (Vizcaya) en 1967. Las mujeres que encabezaron ayuntamientos durante el franquismo tenían similares características que las primeras alcaldesas españolas: todas ellas eran miembros de la Sección Femenina y, por lo tanto, afectas al régimen, y no

fueron elegidas en unas elecciones democráticas, sino que fueron designadas (Nielfa y Muñoz, 2015).

Habría que esperar a la llegada de la democracia para que españoles y españolas pudieran votar y ser elegibles. Sin embargo, el largo paréntesis de la dictadura tuvo significativos efectos para la representación paritaria e igualdad de oportunidades en el acceso al poder; de forma que no fue hasta el 2007, con la promulgación de la Ley de Igualdad, cuando se produjo un aumento del 9,07% de mujeres alcaldesas (Rodríguez y Gago, 2015). El artículo 44 bis de dicha norma establece “una composición equilibrada en las listas electorales”, de forma que cada uno de los sexos debe suponer “como mínimo un 40%”. El establecimiento de cuotas como la de la Ley de Igualdad está claramente asociado con más altos niveles de representación femenina en empresas y parlamentos (Sojo *et al.*, 2016: 534). A pesar de ello, algunas investigaciones señalan que es insuficiente el establecimiento de listas paritarias para alcanzar la igualdad en la representación efectiva, ya que son preferibles medidas complementarias como las listas cremallera, que alternan un hombre y una mujer, para evitar que las féminas se concentren en puestos de difícil elección (Verge, 2008: 147).

En las elecciones de 2015, 1.550 mujeres fueron elegidas como alcaldesas de otros tantos municipios. Esta cifra representa solo el 19,09% de las alcaldías de España, según cifras recogidas por el Instituto de la Mujer (2015). Entre ellas estaba Manuela Carmena, segunda alcaldesa de Madrid, pero primera que accede al puesto como cabeza de una lista electoral. Sucedió a la primera, Ana Botella, en la que se cumplen las características de afiliación familiar política, común a muchas féminas pertenecientes a esa primera generación de mujeres que accede al poder².

Ana Botella y Manuela Carmena representan estilos de liderazgo diametralmente diferentes. La primera es la esposa del expresidente José María Aznar, miembro del Partido Popular, católica y abiertamente conservadora. La segunda perteneció en su juventud al Partido Comunista (durante la dictadura, cuando era ilegal), fue una de las fundadoras del despacho de abogados laboralista de Atocha y una de las primeras mujeres juezas de España. Manuela Carmena no pertenece a ningún partido en la actualidad, es atea y de ideología progresista o de izquierdas. A pesar de estas diferencias, persisten ciertos estereotipos de género comunes a ambas, entendidos estos como un conjunto estructurado de creencias sociales dentro de la cultura o grupo sobre los atributos que cada género tiene o debería tener (Moya, 2003; Castillo y Montes, 2014). Estos sostienen que las mujeres poseen unas características de liderazgo diferentes a las de los hombres. Así, pervive una idea generalizada de que las políticas son más compasivas, éticas y cooperativas que las de los hombres, además de caracterizarse por subrayar la importancia de la comunicación interpersonal, la participación y el trabajo en equipo (Ruiloba, 2013: 149), o que son más reticentes a competir para lograr ascensos políticos, sobre todo si perciben un potencial conflicto con otros compañeros de partido (Young, 1997).

En la teoría de congruencia de rol del prejuicio hacia líderes femeninos se explica que el prejuicio enraizado en los estereotipos de género hacia las mujeres es una de las causas del escaso número de líderes. Se asocia a las féminas con

² El padre de Carmena era cortador de camisas (Torres, 2015).

atributos comunales, pero se considera que el líder debe tener características agénticas, que son identificadas como masculinas (Eagly y Karau, 2002; Molero, 2009), por lo que se tiende a considerar que existe una incongruencia entre ser mujer y ser líder, y de esta resulta la consideración de no aptas o escasamente preparadas para el liderazgo de las primeras.

En el nombramiento de Botella y Carmena hallamos, además, un fenómeno conocido como *glass cliff*, definido este como “the tendency for women to be more likely than men to be appointed to leadership positions that are risky and precarious” (Ryan *et al.*, 2016: 466). Lo que podríamos traducir como “acantilado de cristal”, que afecta al desempeño de las mujeres líderes, al ser elegidas para ocupar puestos de alta responsabilidad cuando los recursos menguan y la situación de crisis es aguda. Este es el caso de Ana Botella y Manuela Carmena, ambas alcaldesas en un periodo marcado aún por la crisis económica iniciada en agosto de 2007, en el que el elevado déficit público del Ayuntamiento mermaba los recursos para atender las crecientes necesidades ciudadanas, sobre todo en lo referente a ayuda social.

No existen apenas investigaciones previas sobre estas dos mujeres³. En el caso de Ana Botella, Catalina y Fernández (2015) llevaron a cabo un estudio sobre las noticias publicadas en *El País*, *El Mundo*, *ABC* y *La Razón* relativas a determinados hitos de su mandato, como pudo ser su investidura o la tragedia del Madrid Arena. Entre las conclusiones más destacables de este estudio, pueden mencionarse una clara influencia en el tratamiento mediático dependiendo de la línea editorial del medio y el escaso protagonismo de Botella durante los acontecimientos mediáticos escogidos, ya que en más de la mitad de los textos no se hace mención explícita a ella. Botella, así, parece más una mujer florero —entendida como una “mujer que es colocada por cooptación en un puesto público relevante” (Valcárcel, 2012: 197)— que la líder de uno de los ayuntamientos más importantes de España.

Siguiendo las teorías de la agenda-setting y del *framing*, podríamos establecer que la selección y codificación de ciertos mensajes sobre estas políticas en los medios de comunicación sesga la atención del público hacia determinados objetos o cuestiones de la escena, además de ofrecernos explicaciones sobre las causas y consecuencias de sus acciones (D’Adamo *et al.*, 2007). De ahí la relevancia de llevar a cabo una investigación comparativa entre dos modelos diferentes de políticas que nos muestre cuáles son los marcos conceptuales o *frames* utilizados en estos medios de comunicación, como primer paso para hallar aspectos comunes y diferenciales en la caracterización de ambas.

La prensa siempre ha trabajado con estereotipos fácilmente reconocibles por los lectores, contribuyendo así a crear el doble efecto de ofrecer una imagen simplificada del mundo y reforzar los prejuicios o estereotipos. Lippmann (2003: 101), inspirador de la teoría de la agenda-setting, se refiere a dichos estereotipos como un “repertorio de impresiones fijas [...] que incluye a estafadores, políticos demócratas, patriotas chauvinistas, agitadores y enemigos,

³ Sobre Carmena se han hallado relatos periodísticos en formato libro que hacen un repaso por la aceptación de la candidatura por parte de la exjueza y los principales temas que dominaron la agenda mediática durante sus primeros meses de mandato (Bécares, 2015), o que preguntan a la alcaldesa sobre sus puntos de vista en un formato de entrevista (Torres, 2015).

todos ellos ideales”, y recuerda que este mundo estereotipado “no es necesariamente el mundo tal y como nos gustaría que fuera, sino sencillamente como creemos que es”.

2. Objetivos y metodología

“En la teoría de la agenda-setting, el atributo es un término genérico que engloba toda la gama de propiedades y rasgos que caracterizan un objeto” (McCombs, 2006: 138-139), objeto que, en nuestro caso, son los textos relativos a ambas mujeres políticas. Partimos de la premisa de que son dos mujeres que representan modelos de liderazgo diferentes, lo que debería tener correlación con la representación de estas mujeres que realiza la prensa. No obstante, también consideramos que persiste cierto esencialismo, que tiende a considerar a todas las mujeres como una sola, sin individualizarlas (Amorós, 2006); todas ellas poseedoras de una serie de atributos considerados femeninos.

El objetivo general de esta investigación es realizar una comparativa entre los atributos con los que la prensa caracteriza a Ana Botella y Manuela Carmena en su primera semana (7 días) como alcaldesas de Madrid. Entre los objetivos específicos, se indagará entre el *framing* que realizan los medios en función de su línea editorial (esto es, por cabeceras) y el *framing* de género.

El método de investigación empleado es el análisis de contenido cualitativo, que se lleva a cabo a través del programa Atlas.ti. Este análisis busca localizar y categorizar atributos o cadenas de significados sobre estas dos mujeres. Primeramente se seleccionó el periodo temporal, la primera semana de mandato contando a partir del día siguiente a la investidura de cada una de las alcaldesas. En el caso de Ana Botella es del 28 de diciembre de 2011 al 3 de enero de 2012, y en el de Manuela Carmena, del 14 al 20 de junio de 2015. Posteriormente, se realizó un vaciado de los textos que contuvieran el nombre o la fotografía de las alcaldesas durante esa primera semana de mandato de la edición Madrid en papel de los periódicos *ABC*, *El País*, *El Mundo* y *La Razón*, que son los rotativos que tienen sede en la capital y una proyección nacional. En total, se analizan 88 textos sobre Botella y 209 sobre Carmena⁴.

Durante la lectura en la que se realiza el análisis de contenido, se crean y utilizan diferentes códigos que son idénticos para ambas alcaldesas en algunos casos, pero que difieren en otros, atendiendo a las diferentes circunstancias y biografía de cada una. En el primer caso, empleamos códigos como “liderazgo” o “referencia a la edad”; en el segundo, analizamos la referencia a Ana Botella como número dos de la lista, o de Manuela Carmena como víctima de un atentado de extrema derecha. El análisis de Botella cuenta con un total de 33 códigos y el de Carmena con 41. En ambos casos se han agrupado los códigos en dos grandes categorías: aspectos formales, que se refieren al género periodístico empleado o si lleva fotografía o no, entre otros, y aspectos semánticos, que agrupan todos los códigos que afectan a la construcción semántica del mensaje y, por tanto, a la representación que hacen de las políticas estos medios.

⁴ Se trata de 88 textos más 6 menciones en portada, en el caso de Ana Botella, y 209 textos más 13 portadas y 5 portadillas en el de Manuela Carmena.

Esta investigación se enmarca en una perspectiva analítica de género, entendiéndose este como el que “hace referencia a los comportamientos definidos culturalmente para los hombres y las mujeres” (Alberdi, 1999: 15), y también como “un sistema normativo (dicta las normas de conducta de mujeres y hombres) y coercitivo (reprime las conductas que no se ajustan a las normas). Asigna al hombre y a la mujer roles y funciones diferenciados, así como distintos espacios, actividades, identidades, derechos y deberes. De esta forma, el género se ocupa de construir la diferencia sexual como desigualdad social: en razón de los roles y las características asignadas a cada sexo, el sistema de género atribuye a las mujeres una posición subordinada y a los hombres una de poder sobre los principales recursos” (Bengoechea, 2015:10).

3. Resultados de la investigación

3.1. Análisis cuantitativo

Dentro del análisis de la representación de Ana Botella y Manuela Carmena en su primera semana de mandato, hemos encontrado diferencias cuantitativas respecto al número de llamadas en portada. Carmena triplica las de Botella, en gran medida porque durante esa primera semana estalló la crisis de los tuits xenófobos del concejal Guillermo Zapata, y se hacía mención frecuente a la decisión que tomaría la alcaldesa sobre este asunto. De esta forma nos encontramos con un total de 19 llamadas en portada, de las que solo 6 corresponden a Ana Botella.

Respecto a las imágenes publicadas (tanto fotografías como ilustraciones que representan a estas mujeres), se contabilizan un total de 103, de las que solo 44 corresponden a Manuela Carmena, marcando una diferencia a favor de Ana Botella que no se corresponde con el número de portadas ni de textos hallados durante el vaciado (véase Tabla 1).

Tabla 1. Comparativa entre las portadas y las imágenes publicadas en *El Mundo*, *El País*, *ABC* y *La Razón* durante la primera semana de mandato de Ana Botella y Manuela Carmena

Variable	Portadas Botella	%	Portadas Carmena	%	Imágenes Botella	%	Imágenes Carmena	%
<i>El Mundo</i>	1	25	3	75	10	62,50	6	37,50
<i>El País</i>	1	16,66	5	83,33	12	50	12	50
<i>ABC</i>	2	50	2	50	18	58,06	13	41,93
<i>La Razón</i>	2	40	3	60	19	59,37	13	40,63
Total	6		13		59		44	

Fuente: elaboración propia.

Respecto al número de textos dedicados a cada una de estas dos políticas, la diferencia es muy significativa, ya que se contabilizan solo 88 en el caso de Ana Botella (52 informativos y 36 de opinión) y un total de 209 en el de Manuela Carmena (104 informativos y 105 de opinión). Se han dividido estos textos atendiendo a su género periodístico. Dentro de los géneros informativos se han contabilizado noticias, re-

portajes y breves. En el caso de los géneros de opinión, los textos se han dividido en artículos, sueltos, cartas al director, chistes gráficos y editoriales.

Dentro de los géneros de información y de opinión, sobresalen especialmente las noticias en el primer caso y los artículos en el segundo. La diferencia es, de nuevo, notable, dado que Carmena es mencionada en 89 noticias, mientras que Botella solo en 35. Lo mismo ocurre con los artículos: Carmena aparece en 68, mientras que Botella solo en 22 (véase Tabla 2).

Tabla 2. Comparativa entre las noticias y artículos publicados en *El Mundo*, *El País*, *ABC* y *La Razón* durante la primera semana de mandato de Ana Botella y Manuela Carmena

Variable	Noticias Botella	%	Noticias Carmena	%	Artículos Botella	%	Artículos Carmena	%
<i>El Mundo</i>	10	43,47	13	56,52	4	16	21	84
<i>El País</i>	12	36,36	21	63,63	2	28,57	5	71,42
<i>ABC</i>	9	28,12	23	71,87	8	28,57	20	71,42
<i>La Razón</i>	4	11,11	32	88,88	8	26,66	22	73,33
Total	35		89		22		68	

Fuente: elaboración propia.

3.2. Análisis cualitativo

3.2.1. La agenda-setting de Ana Botella y Manuela Carmena

Durante la primera semana de mandato de Ana Botella, la agenda-setting de los medios investigados estuvo marcada por el discurso de investidura, la reestructuración del Gobierno municipal y la entrega de viviendas sociales. En el caso de *El Mundo*, *ABC* y *La Razón*, se suma la celebración de una misa de jóvenes católicos en Madrid, en la que tomó parte la alcaldesa, como parte de ese *frame* ideológico. *El País* también marca una diferencia en la agenda que tiene que ver con su posicionamiento político al introducir varios textos donde aborda el problema de la contaminación atmosférica en Madrid.

En el caso de Manuela Carmena, la agenda-setting está marcada también por su investidura, sus primeros pasos en política antidesahucios y dos polémicas principales: la propuesta de Carmena para que cooperativas de madres limpiasen los colegios y la publicación de tuits antiguos del recién electo concejal de Cultura Guillermo Zapata con chistes de humor negro. Además, como parte del *frame* de cabeceras, *ABC* incluye también la pertenencia de varios concejales en el Gobierno a grupos okupas o antisistema, y *La Razón* y *ABC* incluyen el asalto de Maestre a la capilla de la universidad. Teniendo en cuenta que encuadrar es seleccionar algunos aspectos de la realidad y darles más relevancia en un texto (McCombs, 2006), el *frame* del tema antidesahucios, por ejemplo, es diametralmente opuesto en *ABC* y *La Razón* y *El Mundo* y *El País*. Mientras los dos primeros desacreditan o no informan de los pasos que toma el Gobierno de Ahora Madrid en ese sentido, los dos segundos son más informativos y narran las diferentes acciones emprendidas para lograr una inter-

mediación efectiva con los principales bancos. Algunos titulares de informaciones pueden ilustrar esta actitud⁵:

Carmena no quiere que la Policía Municipal participe en los desahucios

Carmena pide ayuda a Botín y González ante los desahucios

“Botella paró el desahucio de Asun”

AYUNTAMIENTO VIVIENDA

La alcaldesa pide a los bancos un interlocutor

En este caso, *El Mundo* puede ser señalado como un ejemplo de buena praxis periodística, dado que mientras *ABC* no informa en absoluto de las acciones en política antidesahucios, *El País* informa solo en sentido de los avances y negociaciones de los bancos, y *La Razón* solo del enfrentamiento del Gobierno de Ahora Madrid con las plataformas antidesahucios. *El Mundo* en cambio es capaz de ofrecer las dos informaciones en esta primera semana⁶:

Las plataformas antidesahucios, indignadas con el Ayuntamiento

En el caso de Ana Botella, también se observan diferencias en el encuadre de la cobertura de un acto de entrega de viviendas protegidas. La parte del discurso de la regidora en la que asegura que estas viviendas estaban muy por debajo del precio del mercado suscitó algunas respuestas entre los asistentes que no se vieron reflejadas en todos los periódicos. *La Razón* no menciona nada de ello, salvo

⁵ Extractos de Rivas, T. y M. I. Serrano (15 de junio de 2015). “Carmena no quiere que la Policía Municipal participe en desahucios”, *ABC*, pp. 82-83; B., I. y B., F. J. (20 de junio de 2015). “Carmena pide ayuda a Botín y González ante los desahucios”, *El País*, 18; (19 de junio de 2015). “Botella paró el desahucio de Asun”, *La Razón*, 47. Bécares, R. y R. Sánchez (20 de junio de 2015). “La alcaldesa pide a los bancos un interlocutor”, *El Mundo*, 44.

⁶ Bécares, R. y M. Belver (18 de junio de 2015). “Las plataformas antidesahucios, indignadas con el Ayuntamiento”, *El Mundo*, 38.

que habrá una nueva promoción de viviendas a “precio básico” y explica que “son las más accesibles para la población con menos recursos”. *ABC* refleja solo las declaraciones de la alcaldesa, pero no la reacción: “Estas viviendas tienen precios ‘tres veces inferiores a los de mercado’”. En cambio *El País* y *El Mundo* sí cuentan el incidente, y en el primer caso tratan de averiguar si es correcto lo que dice la alcaldesa: “Según la regidora, la vivienda social municipal tiene, de media, un precio tres veces inferior al de mercado, un dato de su discurso que levantó un rumor de incredulidad entre los adjudicatarios de Vallecas”, y “Durante su alocución se produjo un pequeño murmullo, en el que puede oírse un ‘bueno, bueno...’, cuando dijo que los precios de las viviendas eran ‘al menos tres veces inferiores a las del mercado’”⁷.

3.2.2. Características del liderazgo

Respecto a las características del liderazgo de estas mujeres, solo el 24% de las citas codificadas como “liderazgo” de Ana Botella son positivas, mientras que en el caso de Manuela Carmena esta cifra se reduce al 12,5%. El periódico *El País* es el único rotativo en el que las referencias positivas sobre Carmena sobrepasan las negativas (36 y 34 citas, respectivamente).

A pesar de esta diferencia cuantitativa, es reseñable que algunos medios coincidan en poner en duda la preparación de ambas para el puesto de alcaldesas de Madrid. En el caso de Botella, *El País* asegura: “Pero tan innegable como su relevancia pública —su investidura suscitó más revuelo que el anuncio del nuevo gobierno— es su falta de experiencia política, pese a que el vicealcalde, Manuel Cobo, la situaba ayer como ‘fundadora del PP.’”⁸ Hasta en dos ocasiones más, *El País* hizo hincapié en la falta de destreza política de Botella: “Cobo dejará de ser el pilar político del Gobierno local, una ausencia que resaltarán más la de Gallardón, toda vez que Botella no se maneja en el enfrentamiento dialéctico con la oposición y le cuesta vencer sus duelos si los hechos no la refrendan” y “Licenciada en Derecho y funcionaria en excedencia, aterrizó en el Ayuntamiento sin más experiencia política que ser la esposa del expresidente Aznar”⁹. O las referencias a declaraciones pasadas en las que Ana Botella comparó la homosexualidad con las peras y manzanas en *El País* (6 citas, de las que cuatro corresponden a *El País*, otra a *ABC* —aunque es una declaración de un concejal de IU— y una última a *La Razón*, argumentando que las críticas tienen que ir más allá de las peras y las manzanas).

En el caso de Carmena, tanto en *ABC* como en *La Razón* las aseveraciones sobre su incapacidad de gestión política se enlazan con la puesta en duda del desempeño de su labor como jueza, en un intento de minar el prestigio de su figura. Ejemplos de artículos de opinión de *ABC* son: “Es evidente que Manuela Carmena, alcaldesa de rebote por una felonía de Sánchez, carece de cualidades

⁷ Extractos de G.P. (29 de diciembre de 2011). “Apuesta por la vivienda social”, *La Razón*, 46; Medialdea, S. (29 de diciembre de 2011). “Estreno como alcaldesa con ‘143 alegrías’”, *ABC*, 45; García, B. (29 de diciembre de 2011). “El 40% de los adjudicatarios de vivienda protegida renuncia por falta de crédito”, *El País*, 58, y García, J. (29 de diciembre de 2011). “Botella acorta distancias con los madrileños”, *El Mundo*, 17.

⁸ Extracto de García, B. (28 de diciembre de 2011). “Botella asume la alcaldía de Madrid con Aznar como ‘referencia política’”, *El País*, 12.

⁹ Extractos de García, B. (28 de diciembre de 2011). “Botella pierde los pilares de Gallardón”, *El País*, 57, y Guimón, P. (31 de diciembre de 2011). “Se cumplió la hoja de ruta”, *El País*, 146.

para gestionar la alcaldía de Madrid [...]. Observando este triste sainete, solo me pasma una cosa. ¡Era jueza! Una persona fuera del mundo, que proclama que solo el 6% de los criminales deben seguir en la cárcel, te podía tocar en un juzgado, decidiendo tu vida. Casi mejor de alcaldesa” o “Maestre persevera en su cargo: portavoz de esa antigua jueza Carmena que ni siquiera se ha atrevido a expulsar a su edil antisemita”¹⁰. En *La Razón*: “Esto es lo que tenemos. Dos presumibles delincuentes violentos en el Gobierno Municipal de Madrid, designados por una mujer que ha sido juez y apoyados y votados por Pedro Sánchez, Rafael Simancas y el pobre Carmona [...]” y “La partisana, concejala y portavoz dice que no dimite ni se arrepiente y que cuenta con la complicidad de la jueza alcalde, que le ha aconsejado que para evitar la condena del delito que se le imputa tiene derecho a mentir”¹¹.

Otra de las formas empleadas para invalidar el liderazgo de ambas alcaldesas es hacer referencia a que Botella era la número dos de la lista a la alcaldía y a que Carmena es alcaldesa solo porque el PSOE votó a su favor en la investidura, obviando de forma general en los textos contextualizar estas afirmaciones.

Asimismo, en ambas se menciona la posibilidad de que estas mujeres no ejercen el liderazgo completo en la alcaldía de Madrid. En el caso de Botella se menciona que puede estar a la sombra de su marido, y en el de Carmena, que está a las órdenes de Pablo Iglesias. Ejemplos en el caso de Ana Botella son: “He oído por ahí y leído en alguna parte [...] que Ana Botella es la fachada y que el verdadero alcalde es su marido”¹². Y en el de Carmena, en el *ABC*: “A juicio del portavoz adjunto del grupo municipal popular, Íñigo Hernández de Luna, [...] Manuela Carmena ‘no tiene control político de su grupo y que lo tiene Podemos y Pablo Iglesias’”, o en *La Razón*: “Manuela Carmena no quiere ni puede prescindir de la imputada Rita Maestre porque la regidora en la sombra es ella y uno no puede despedir al tapado de Podemos [...]. La señorita Maestre es el comandante Chávez de Iglesias en el ayuntamiento”¹³. Aquí debemos recordar lo establecido por Valcárcel (2012), que subraya que las mujeres siguen “careciendo de *autoritas* y *potestas*”, y se les sigue “negando, con una resistencia cultural mucho mayor de la que podíamos haber supuesto, la detentación del poder explícito”.

Además, en *La Razón* y *ABC*, periódicos considerados más conservadores, se tiende a comparar la gestión de Carmena con la de Botella, a favor siempre de la última. Así, el titular “Botella paró el desahucio de Asun” o el extracto “Ana Botella ya le dejó el plan para alimentar a escolares pobres en estos meses en los que el hambre no se va de vacaciones. Botella, quién lo diría, proporciona felicidad a Carmena, que ahora solo tiene que repartir el catering” en *La Razón*, o “la ‘falta de tiempo’ ha obligado a la alcaldesa a seguir medidas que ya emprendió

¹⁰ Extractos de los artículos de opinión Ventoso, L. (18 de junio). “¡Y era jueza!”, *ABC*, 18, y Albiac, G. (18 de junio). “Una jueza”, *ABC*, 15.

¹¹ Extractos de los artículos de opinión Ussía, A. (15 de junio de 2015). “Peor que la basura”, *La Razón*, 79, y Hernández, A. (18 de junio de 2015). “La profanación de la política”, *La Razón*, pp. 16-17.

¹² Extracto de Ussía, A. (2 de enero de 2012). “La Alcaldesa”, *La Razón*, 62.

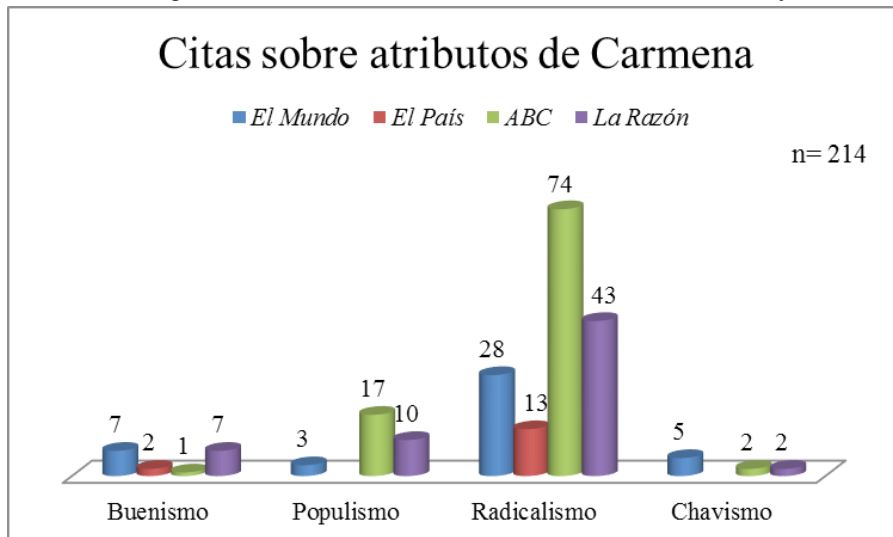
¹³ Extractos de Rivas, T. G. & Medialdea, S. (16 de junio de 2015). “El edil de Carmena solo deja el área de Cultura y sigue siendo concejal”, *ABC*, pp. 16-17, y Narváez, P. (19 de junio de 2015). “La alcaldesa Rita”, *La Razón*, 2.

Ana Botella, que estableció un sistema de entrega de comidas a domicilio para niños durante la época estival” o “[...] su plan urgente para alimentar a los niños de hogares sin ingresos durante las vacaciones ha topado con la evidencia de que la anterior alcaldesa, Ana Botella, ya lo había puesto en marcha con un servicio de comidas a domicilio[...]” en *ABC*¹⁴.

Los atributos negativos que se destinan a Botella en su primera semana de mandato tienen que ver principalmente con su supuesta falta de legitimidad como alcaldesa, su falta de preparación para el puesto y sus declaraciones pasadas respecto a la homosexualidad (las peras y las manzanas). Las críticas a su falta de legitimidad, que son iniciadas por la oposición y acompañadas por una serie de artículos de opinión, se basan en su condición de número dos en la lista de las anteriores elecciones y al escaso tiempo discurrido (ocho meses) entre las elecciones y la renuncia del alcalde Alberto Ruiz-Gallardón.

No obstante, observamos una cuantitativamente numerosa caracterización negativa de Manuela Carmena durante su primera semana como alcaldesa, que no resulta paralela ni comparable a la hallada con referencia a Ana Botella. A la actual alcaldesa de Madrid se la asimiló con valores como el populismo, el radicalismo (de diferentes tipos, como de extrema izquierda, antisistema u okupa), el apoyo al Gobierno chavista y un buenismo o altura moral que, a juicio de los periódicos más conservadores, no se correspondía con la realidad. En *El Mundo*, las citas contabilizadas como “populismo” son todas irónicas y en defensa de Carmena, pero no ocurre lo mismo con las referidas al radicalismo. En *El País*, la mayoría de las utilizaciones del término radical son declaraciones literales de otro actor político.

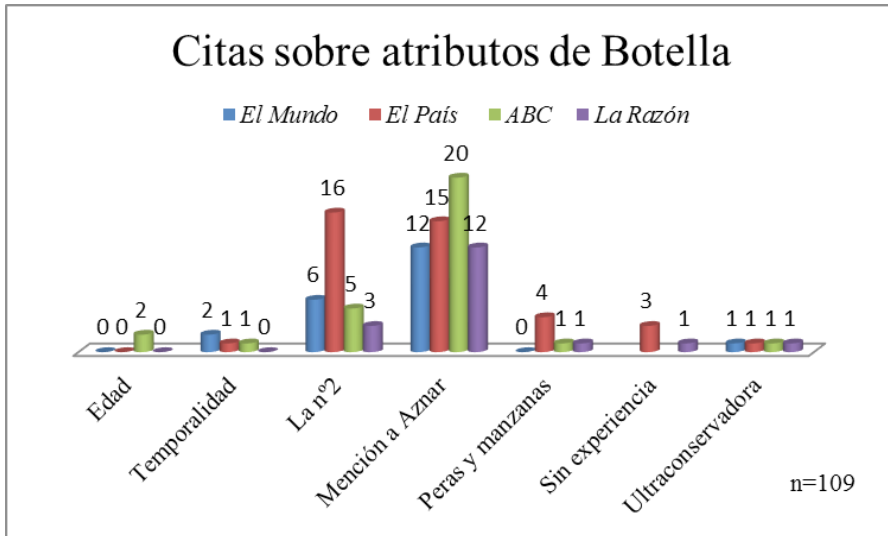
Gráfico 1. Número de citas sobre diferentes atributos negativos asociados a Manuela Carmena en la primera semana de mandato en *El Mundo*, *El País*, *ABC* y *La Razón*



Fuente: elaboración propia.

¹⁴ Extractos de (19 de junio de 2015). “Botella paró el desahucio de Asun”, *La Razón*, 47; Narváez, P. (17 de junio de 2015). “Y Carmena volvió en taxi”, *La Razón*, 22; Calleja, I.S. (18 de junio de 2015). “Sin tiempo para abrir los comedores que prometió”, *ABC*, 20, y (18 de junio de 2015). “Ocurrencias y anarquía programática”, *ABC*, 4.

Gráfico 2. Número de citas sobre diferentes atributos negativos asociados a Ana Botella en su primera semana de mandato en *El Mundo*, *El País*, *ABC* y *La Razón*



Fuente: elaboración propia.

3.2.3. Estereotipos de género

Respecto a la identificación de Ana Botella y Manuela Carmena con estereotipos de género (lo que podríamos denominar también *framing* de género), ambas son personas cercanas, “que reciben a todo el mundo”, a las que se puede abrazar y besar, como puede comprobarse en las imágenes adjuntas. Se trata, además, de unos atributos que pueden resultar extensivos a otras mujeres en política, como sucede en un artículo que se compara a Esperanza Aguirre y Ana Botella, y cuyo contenido re-
 unda en los lugares comunes sobre género cuando afirma: “Son amables, cercanas y saben hacer de su sonrisa su mejor arma”¹⁵.

¹⁵ Sánchez, V. (3 de enero de 2012). “Dos hormas para un mismo tacón”, *La Razón*, 43.



[Fotografía de Chema Moya/EFE]. (Madrid, 28 de diciembre de 2011). Publicada en *El Mundo*, el 29 de diciembre de 2011, 17, con el pie de foto: “La alcaldesa de Madrid, Ana Botella, besa a uno de los jóvenes que obtuvo ayer su piso protegido”.

Ana Botella, además, es fuertemente caracterizada como esposa y madre en los cuatro medios de comunicación. Debido a la preeminencia de su marido y su familia en general, los Aznar aparecen en fotografías, e incluso una página de *ABC* lleva el titular: “Mi madre lo va a hacer fenomenal”, con una declaración del hijo de Botella. En el caso de Carmena no hay mención ni fotografía de ningún miembro de su familia, ya que, al contrario que la primera, son personas sin relevancia pública.

Además, la edad de Carmena es mencionada en hasta 28 ocasiones en esa primera semana de mandato, de las que 15 son referencias peyorativas, que se reparten en 6 en *El Mundo*, 7 en *ABC* y 2 en *La Razón*. Salvo una, todas las menciones peyorativas se encuentran en textos de opinión. Esto contrasta con las dos únicas citas en las que se hace referencia a los años cumplidos por Ana Botella que, además, se mencionan en sentido neutro o positivo en el *ABC*. La edad, así, juega un papel inverso en una mujer política: sirve para descalificar su capacidad en lugar de para alabar su experiencia. De hecho, tres de los medios analizados comparan a Carmena con Tierno Galván, “el viejo profesor”, aunque en muchas ocasiones para subrayar que no está a la altura del modelo. Así, *El Mundo* la califica de “la nueva Tierna”; *ABC* habla “[...]de que Carmena nada fue sino una coartada estética, una máscara fotogénica —la entrañable feminización de Tierno, con su Bonometro— con la que disimular los espolones extremistas de una pandilla que ofende [...]”, y *La Razón* sostiene que “[...] si

su gestión llegase a ser desastrosa, cuestión que parece muy probable, porque Tierno Galván era un político con un proyecto sólido y mucha experiencia política detrás, y porque los equipos que acompañaron a D. Enrique en la gestión de su proyecto político eran muy solventes, entonces los madrileños volverán a votar al PP por un largo periodo de tiempo”¹⁶.



[Fotografía de Chema Moya/EFE]. (Madrid, 13 de junio de 2015). Publicada en *El País*, el 14 de junio de 2015, 8, con el pie de foto: “Una mujer abraza a Manuela Carmena junto al Palacio de Cibeles tras ser elegida alcaldesa de la capital”.

No menos estereotípicas son las referencias al aspecto físico de Carmena. Esta no cumple con los estereotipos de mujer joven o madura y elegante que ostentaba Ana Botella, por lo que este hecho es mencionado en tres de los cuatro periódicos¹⁷, incluso a veces con la pretensión de que es un mensaje positivo, como en el artículo de *El País* que dice: “La tendinitis ya no es una cuestión derivada del peso de las carpetas y de los bolsos; al contrario, esa es ahora una carga ligera para esta mujer que parece peinarse con las manos y que por eso lleva una diadema que le aleja los cabellos de los ojos”. Otro artículo de *El Mundo* se ocupa también del vestuario y el pelo: “Esperanza y Carmena estaban frente a frente. Las dos iban vestidas de señoras bien y con teñido Lauren Postigo”. Más descalificadoras son las menciones registradas en un suelto de *La Razón*:

¹⁶ Extractos de los artículos Landaluce, E. (14 de junio de 2015). “En la era Carmena se tutea”, *El Mundo*, 7; Gis-tau, D. (17 de junio de 2015). “Madrid”, *ABC*, 14, y Gómez, T. (14 de junio de 2015). “Ayudar al monaguillo”, *La Razón*, 34.

¹⁷ Extractos de Cruz, J. (18 de junio de 2015). “Los hombros de Manuela”, *El País*, 58; Landaluce, E. (14 de junio de 2015). “En la era Carmena se tutea”, *El Mundo*, 7, y (14 de junio de 2015). “Estilismo en Madrid”, *La Razón*, 4.

“Todos coinciden: Cristina Cifuentes es moderna, delgada y va siempre adecuada. Las críticas son enormes hacia Manuela Carmena. La consideran descuidada y altamente inapropiada en sus atuendos [...]. Es menester que Carmena dulcifique su imagen, acuda a la peluquería más a menudo [...]”. El tratamiento mediático, así, cumple con los estereotipos de género asociados con las mujeres mayores y son usados a menudo como elemento discriminatorio en el establecimiento de un *frame* de género.

Aunque se trata de excepciones, es reseñable también que todavía haya articulistas que se refieran a las políticas como “fregonas” o “mujeres de la limpieza” para descalificar a las nuevas incorporaciones que se hicieron en 2015. Afortunadamente, estos ataques provocaron una respuesta no exenta de ironía por parte de una articulista en *El Mundo*: “Un pensador muy célebre en estas páginas ha escrito que Ada Colau va a su despacho de alcaldesa vestida como si fuera a fregar. Me ha gustado la imagen. Fregona. Una actividad netamente femenina. Nada de señora de la limpieza. Fregona es una palabra rotunda y resume mejor que otros calificativos más elaborados —como ‘populistas’, ‘chavistas’ o ‘radicales’— el estupor de los que nunca friegan ante una realidad impensable hace un año. Las fregonas [...] han ocupado los asientos reservados en la zona Vip. Un auténtico escándalo. Los criados se han hecho fuertes en el salón de té, señora baronesa, usted dirá que hacemos”. En el caso de *ABC*, un artículo calificaba a Carmena de “mujer de la limpieza democrática” que “no está para pasar el mocho por las interioridades del consistorio que dirige. Manuela prefiere mirar al suelo, pasar página y confiar en que Carmona, como en los tiempos de Franco, la siga manteniendo, aunque tenga la casa como una leonera”¹⁸.

4. Discusión

Es cuantitativamente poco común en análisis de contenidos periodísticos que el número de piezas de opinión sobre un tema o persona determinada supere los textos informativos. En el caso de Carmena, esta diferencia de solo una pieza de opinión más que de información nos ofrece una prueba clara de la extrema polarización y politización (en el sentido de intervención o influencia política en los medios) que tuvo la investidura de la cabeza de lista de Ahora Madrid en 2015. Lo confirman no solo los hallazgos de esta investigación, sino el propio director de *El Mundo* en aquel momento, David Jiménez (2019), cuando habla de la existencia de una serie de columnistas que seguían las consignas del Partido Popular, que era el encargado de colocar y retirar tertulianos en las cadenas de televisión.

Dado el elevado número de piezas que mencionan a Manuela Carmena comparadas con las de Ana Botella, no existe una explicación plausible de por qué este número no se corresponde con el número de fotografías o imágenes de Carmena. Las motivaciones de la mayor presencia fotográfica de la primera en detrimento de la segunda podrían estar originadas en la prevalencia de es-

¹⁸ Extractos de Méndez, L. (20 de junio de 2015). “Fregonas, radicales y populistas”, *El Mundo*, 2, y Lillo, J. (17 de junio de 2015). “La mujer de la limpieza”, *ABC*, 5.

cándalos de concejales del equipo de Carmena, aunque en este punto se ha de recordar que solo se han seleccionado textos que mencionaran específicamente a Manuela Carmena o Ana Botella o que estuvieran ilustrados con sus fotografías, por lo que este motivo resulta incompleto e insatisfactorio. La respuesta debería abordarse en investigaciones posteriores, mediante un estudio del funcionamiento de las rutinas periodísticas en los medios analizados durante ese periodo de tiempo. Como algunas de las hipótesis posibles, planteamos la acción del estereotipo de género relacionado con la edad y el canon de belleza de las mujeres como uno de los factores que influyeron en este aspecto, así como la acción del encuadre por línea editorial o cabeceras que, en los casos anteriormente señalados, busca atacar el prestigio de Carmena y convertirla en chivo expiatorio sin hacerla más conocida.

Si lo cuantitativo en la primera semana de investidura de Carmena es infrecuente, lo cualitativo no lo es menos. Los atributos negativos que inundaron principalmente las piezas de opinión de *La Razón*, *ABC* y algunas de *El Mundo*, contrastan con una falta de información completa y veraz sobre las decisiones de gestión tomadas, en consonancia con un enmarque relacionado con la línea editorial de cada cabecera. Los dos primeros rotativos, por la homogeneidad del posicionamiento de sus opiniones y textos informativos, son un claro ejemplo del modelo mediterráneo enunciado por Hallin y Mancini (2008), caracterizado por un pluralismo polarizado y un paralelismo político. De hecho, podemos encontrar calificativos como “izquierda radical” o “populista” en titulares o cintillos de piezas de información, lo que rompe “la deseable división cartersiana” (Martínez, 2006) entre géneros de información y opinión, vital para mantener el prestigio de la profesión periodística y la creación de una opinión pública responsable e informada.

El País, por el contrario, tiende a mantener la distancia entre la información y la opinión. La tendencia benévola generalizada hacia Carmena de sus artículos de opinión no se refleja en textos informativos o en editoriales, que no dudan en censurar los errores cometidos en la primera semana de mandato. Así, hallamos una información titulada “Improvisación, imputaciones y ceses debilitan a Carmena” y un editorial “Fuera de contexto”, donde se refiere a la posible decisión de cesar a Guillermo Zapata: “Lo mejor que puede hacer la alcaldesa Carmena es sacarle a él mismo del contexto de la honestidad moral que promete construir en la Casa de la Villa. No le corresponde”¹⁹.

A pesar de reconocer la existencia de presiones directas del Gobierno del Partido Popular por parte del director de *El Mundo* en 2015, este es el único rotativo donde se percibe cierta diversidad en el *frame* de los artículos de opinión. Podemos encontrar textos donde se critica agriamente a Manuela Carmena con cualquier excusa, en los que se llega incluso a intentar denigrarla mediante estereotipos de género, como es el caso de Arcadi Espada, que repite: “Manuela Carmena, sus labores [...]” en cada texto, y otros donde se la defiende de forma abierta. Es sintomático y esperanzador, al mismo tiempo, que la defensa de la entonces recién nombrada alcaldesa venga de la mano de algunos de los periodistas que *El Mundo* tenía en plantilla, mientras que las críticas más acérrimas

¹⁹ Gallo, B. G. (17 de junio de 2015). “Improvisación, imputaciones y ceses debilitan el Gobierno de Manuela Carmena”, *El País*, 17, y (15 de junio de 2015). “Fuera de contexto”, *El País*, 10.

fueran de las firmas que la empresa contrataba solo para opinar, como Jiménez Losantos. La misma diversidad se percibe en los géneros informativos de este periódico, donde se es capaz de informar de una medida y de las críticas que ha despertado, como en el caso de los desahucios.

En cuanto al *frame* o encuadre de género que hacen los rotativos analizados, sobresalen las referencias peyorativas a la edad de Carmena. Hay que tener en cuenta que la vejez se ha relacionado tradicionalmente con la tristeza, la enfermedad, la senectud y la muerte (Molina-Luque, 2018). Si a esto se añaden los estereotipos femeninos de belleza, que muestran como un defecto en las caras de las mujeres lo que es una marca de carácter en los hombres (Wolf, 2002), no es de extrañar que la edad de la alcaldesa haya sido uno de los lugares comunes para atacarla, al mismo tiempo que se invisibiliza su imagen a través del menor número de fotografías publicadas. En las piezas de opinión de *ABC*, *La Razón* y *El Mundo* se ha utilizado la edad de la alcaldesa como un arma más para descalificarla, al usar el sustantivo “abuela” de forma repetida, irónica y peyorativa. Desde el punto de vista simbólico, este uso reiterado pretende devolver a Carmena al ámbito de lo privado, tradicionalmente considerado femenino, en detrimento del puesto de líder en el ámbito público que ejerce como alcaldesa.

Por otro lado, es significativo que dos mujeres tan diferentes en su trayectoria y personalidad queden unidas por los estereotipos de género (*framing* de género) desplegados por todos los rotativos: su falta de capacidad o carácter para liderar una corporación y su cercanía y amabilidad. Dichos estereotipos, aunque cuantitativa y cualitativamente más acentuados en el caso de Carmena, continúan y perpetúan la asociación mental entre mujeres y la carencia de atributos para el liderazgo.

Tan importante como las citas o menciones recogidas en los medios son los silencios que mantiene cada periódico sobre determinadas circunstancias, y que influyen en el encuadre de carácter ideológico que realizan de ambas figuras. En el caso de Carmena, solo *El Mundo*, *El País* y *La Razón* mencionan que formaba parte del bufete de abogados laboristas de Atocha que sufrió un atentado de extrema derecha. Es un detalle que forma parte del pasado de la alcaldesa, pero que es un lugar común a mencionar en los perfiles realizados con motivo de la investidura. El *frame* de *La Razón*, de hecho, parece que intenta disminuir la simpatía que pueda despertar en los lectores una persona que pasó por esa traumática experiencia al añadir que era propietaria de dos edificios: “El destino quiso que no estuviera en la trágica matanza de los abogados laboristas de Atocha, 55, de cuyo edificio era la titular del alquiler. Manuela era también la propietaria de otro inmueble anexo”²⁰.

Idéntico efecto de *framing* por cabeceras o líneas editoriales ocurre con las peras y manzanas de Ana Botella, de las que hace un mayor uso *El País*, y *El Mundo* ni menciona, a pesar de ser uno de los lugares comunes de esta política, que cualquier lector puede reconocer. Como ya expusimos, *ABC* y *La Razón* pasan de puntillas por este asunto, en línea con su posicionamiento ideológico conservador. La entrega de viviendas sociales por parte de Ana Botella mencionado anteriormente constituye, asimismo, otro ejemplo de *framing* por cabeceras o líneas editoriales.

²⁰ Extracto de Ferrer, P. (14 de junio de 2015). “La jueza visionaria”, *La Razón*, pp. 64-65.

5. Conclusiones

La investigación realizada revela que existen dos encuadres en el tratamiento de las alcaldesas analizadas: un *frame* por cabeceras, que depende de la línea editorial de cada medio, y un *frame* de género, que coincide en poner de relevancia ciertos aspectos de las mandatarias y que se desarrolla de forma similar independientemente del sesgo ideológico del rotativo en cuestión. De ahí que se hayan encontrado características estereotipadamente femeninas (cercanas, amables) asignadas a Ana Botella y Manuela Carmena, que demuestran que los medios de comunicación siguen siendo altavoces de los estereotipos de género, al enmarcar a políticas tan diferentes dentro de un conjunto de atributos que fortalecen las diferencias de estatus simbólicas entre los géneros. La supuesta falta de preparación de ambas o el hecho de que sean la marioneta de otra persona (un hombre, siempre) es una prueba de la vigencia del estereotipo *think-manager-think-male* (Schein, 1996 y Sczesny, 2003) y de que las mujeres nunca ostentan la total investidura del poder, ya que este es “percibido externamente como inestable, casual, accidental, moda incluso” (Valcárcel, 2012: 126).

Asimismo, podemos afirmar que existe un punto en el que los *frames* marcados por las líneas editoriales de las cabeceras y los *frames* de género coinciden y se superponen al servicio del desgaste de la alcaldesa que no forma parte del espectro ideológico de cada cabecera en concreto, como puede comprobarse en el caso de las peras y manzanas de Ana Botella o de las menciones a la edad o aspecto de Manuela Carmena. Todo ello demuestra que los estereotipos de género proliferan en los medios de comunicación, independientemente de su línea editorial.

Las principales diferencias halladas en el tratamiento mediático de ambas vienen marcadas por el posicionamiento ideológico de los periódicos, que se revela en el establecimiento de la agenda y el *frame* o encuadre desde el que se presentan los hechos noticiosos. De ahí que se realice una cuantitativa y cualitativa clara caracterización negativa de Manuela Carmena en comparación con Ana Botella, que se relaciona con las estructuras de poder y posiblemente también con las consideraciones de la edad en el marco de los estereotipos de género.

De forma general, cada uno de los medios tiende a reiterar o ningunear los hitos que consideran positivos o negativos de ambas, dependiendo de su posicionamiento ideológico (*framing* por cabeceras o líneas editoriales). La excepción podría ser *El Mundo*, de quien David Jiménez (2009: 171), su director entonces, afirma que “no es un periódico de partidos, sino de principios. No apoyamos siglas, sino propuestas. No tenemos miedo a enfrentar a nuestros lectores a ideas que les incomodan [...]” (Jiménez, 2019: 171), aunque solo en su parte informativa. Hay que subrayar aquí que el propio Jiménez considera que su despido se debió a que dirigía el periódico con criterios periodísticos en lugar de con los ideológicos marcados por la propiedad de la empresa.

Si tomamos por ciertas estas afirmaciones, podemos concluir que en la época en la que Carmena fue investida, se produjo una intervención de las altas esferas del poder político y económico en los medios, que tiene su reflejo en la excesiva polarización, en la descompensación entre textos de opinión y de información y en la desmesurada presencia de atributos negativos tales como “populista”,

“radical” o “chavista”, que no se había producido en 2011, cuando Ana Botella tomó el poder de Madrid. En especial, el intento de denigrar su trayectoria como jueza o las críticas hacia su edad, vestimenta y peinado transmiten una intención de utilizar los estereotipos de género para desgastar su figura política y desactivar los logros alcanzados durante su carrera profesional. De ahí también que la mención a Carmena en los textos no se corresponda con una representación icónica equilibrada: quieren desgastarla pero no hacerla más conocida de lo que es. Aquí recordamos que la propiedad de los medios la ostentan las élites económicas, que, en connivencia con las élites políticas, consideraron que su *statu quo* podría verse amenazado por un Gobierno de la marca blanca de Podemos. En palabras del director de *El Mundo* en ese momento: “Si un Gobierno en apuros visto con simpatía por la élite te pedía ayuda en un momento delicado, cuando sus expectativas electorales se hundían, Los Acuerdos no escritos estipulaban que debías concedérsela” (Jiménez, 2019: 120). Este menciona, en concreto, una consigna que repetían diferentes miembros del Gobierno de España y de la cúpula económica: “No son tiempos para la neutralidad”.

Respecto a la deseable separación de géneros, no es deontológicamente aceptable que se opine o se utilicen calificativos como “radical” o “populista” en textos de información por parte del periodista, como ocurre en numerosos textos de *ABC* y *La Razón*, que siguen las consignas marcadas por el Partido Popular desde el discurso de investidura (Moyano, 2018). Nuestra investigación corrobora aquí una tendencia a diluir las fronteras entre la opinión y la información en los medios, con una creciente presencia de elementos subjetivos en los textos informativos, que ya han identificado otros autores (Mayoral, 2013).

Por todo lo expuesto, podemos afirmar que se ha enmarcado mayoritariamente de forma más benévola a la alcaldesa conservadora que a la progresista, que la prensa ha tratado mejor a la que afirmaba que todo iba a seguir igual que a la que prometía un cambio.

Aunque la alineación ideológica de algunos de estos periódicos no sea una sorpresa y valide otros estudios similares (Catalina y Fernández, 2015) y la teoría de los sistemas mediáticos comparados (Hallin y Mancini, 2008), es conveniente que los medios revisen sus rutinas y protocolos para recuperar su posicionamiento y prestigio como proveedores de información veraz y de opiniones independientes, que contribuyan a la creación de una opinión pública responsable que persigue la consecución del bien común.

6. Bibliografía

- Alberdi, I. (1999): “El significado del género en las ciencias sociales”, *Política y Sociedad*, 32, pp. 9-21.
- Amorós, C. (2006): *La gran diferencia... y sus pequeñas consecuencias para las luchas de las mujeres*, Madrid, Cátedra.
- Bécares, R. (2015): *El efecto Carmena. Así se gestó el “milagro” de Ahora Madrid*, Madrid, Libros.com
- Bengoechea, M. (2015): *Lengua y género*, Madrid, Síntesis.
- Castillo, R. y B. Montes (2014): “Analysis of current gender stereotypes”, *Anales de psicología*, 30 (3), pp. 1044-1060.

- Catalina, B. y J. G. Fernández (2015): “El tratamiento informativo de Ana Botella durante su mandato como alcaldesa de Madrid”, *Revista de Comunicación de la SEECI*, 19 (37), pp. 82-110. DOI: <http://dx.doi.org/10.15198/seeci.2015.37.82-110>
- D’ Adamo, O., V. García y F. Freidengerg (2007): *Medios de comunicación y opinión pública*, Madrid, McGraw-Hill.
- Eagly, A. H. y S. J. Karau (2002): “Role congruity theory of prejudice toward female leaders”, *Psychological Review*, 109 (3), pp. 573 - 598.
- Genovese, M. A. y S. Thompson (1997): “Las mujeres dirigentes de Ejecutivo. ¿Qué importancia tiene el género”, en M.A. Genovese, ed., *Mujeres líderes en política. Modelos y perspectiva*, Madrid, Narcea Ediciones, pp. 19-32.
- Hallin, D. C. y P. Mancini (2008): *Sistemas mediáticos comparados*, Barcelona, Hacer editorial.
- Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades. (2015). Mujeres en cifras —Poder y toma de decisiones— Administración local. Recuperado de <http://www.inmujer.gob.es/MujerCifras/PoderDecisiones/AdmonLocal.htm>
- Jiménez. D. (2019): *El director. Secretos e intrigas de la prensa narrados por el exdirector de ‘El Mundo’*, Madrid, Libros del K.O.
- Lippmann, W. (2003): *La opinión pública*, Madrid, inActuales Langre.
- Mayoral, J. (2013): *Redacción periodística. Medios, género y formatos*, Madrid, Editorial Síntesis.
- McCombs, M. (2006): *Estableciendo la agenda*, Barcelona, Paidós comunicación.
- Molero, F. (2009): *Mujer y liderazgo en el siglo XXI: una aproximación psicosocial a los factores que dificultan el acceso de la mujer a los puestos de alta responsabilidad*, Madrid, Instituto de la Mujer.
- Molina-Luque, F., N. Casado y P. Sanvicén-Torné (2018): “Mujeres mayores también activas, creativas y fuertes: modelos para romper estereotipos”, *Revista Prisma Social*, 21 (2), pp. 43-74.
- Moya, M. (2003): “El análisis psicosocial del género”, en Morales, J. F. y C. Huici, ed., *Estudios de Psicología Social*, Madrid, UNED, pp. 175-221.
- Moyano, C. (2018): “Esperanza Aguirre ‘ante el cambio’: análisis de las estrategias retóricas en el discurso pronunciado en la investidura de Manuela Carmena”, *Oralia*, 21(12), pp. 295-321.
- Nielfa, G. y M. C. Muñoz (2015): “Mujeres en los Ayuntamientos durante la dictadura franquista”, en G. Nielfa, ed., *Mujeres en los Gobiernos locales. Alcaldesas y concejalas en la España contemporánea*, Madrid, Biblioteca nueva, pp. 129-160.
- Osborne, R. (2006): “Desigualdad y relaciones de género en las organizaciones”, *Política y Sociedad*, 42 (2), pp. 163-180.
- Rodríguez, J. M. y C. Gago (2015). “El periodo democrático: La progresiva incorporación de las mujeres a los gobiernos locales a partir de 1975”, en G. Nielfa, ed., *Mujeres en los Gobiernos locales. Alcaldesas y concejalas en la España contemporánea*, Madrid, Biblioteca nueva, pp. 181-220.
- Ryan, M. K., S. A. Haslam, T. Morgenroth, F. Rink, J. Stoker y K. Peters (2015): “Getting on top of glass cliff: Reviewing a decade of evidence, explanations e impact”, *The Leadership Quarterly*, 27, pp. 446-455.
- Ruiloba, J. M. (2013): “Liderazgo político y género en el siglo XXI”, *Entramados*, 9 (1), pp. 142-155.
- Schein, V. E., R. Mueller, T. Lituchy y J. Liu (1996): “Think manager-think male: A global phenomenon?”, *Journal of Organizational Behavior*, 17, pp. 33-41.

- Sczesny, S. (2003): "A Closer Look Beneath the Surface: Various Facets of the Think-Manager - Think-Male Stereotype", *Sex Roles*, 49 (7), pp. 353-363.
- Sojo, V. E., R. E. Wood, S. A. Wood y M. A. Wheeler (2016): "Reporting requirements, targets, and quotas for women in leadership", *The Leadership Quarterly*, 27, pp. 519-536.
- Stuart, J. (2010): *El sometimiento de la mujer*, Madrid, Alianza editorial.
- Torres, M. (2015): *Manuela Carmena en el diván de Maruja Torres*, Barcelona, Planeta.
- Valcárcel, A. (2012): *La política de las mujeres*, Madrid, Ediciones cátedra.
- Verge, T. (2008): "Cuotas voluntarias y legales en España. La paridad a examen", *Revista Española de Investigaciones Sociológicas (Reis)*, 123, pp. 123-150.
- Wolf, N. (2002): *The beauty myth*, New York, Harper Perennial.
- Young, K. (1997): "Beyond Policy and Politics: Contingencies of Employment Equity", *Policy and Politics*, 25 (4), pp. 361-374.

