

# LA REPRESENTACIÓN SOCIAL DEL LIDERAZGO FEMENINO EN LOS DIARIOS DIGITALES ESPAÑOLES A TRAVÉS DEL ANÁLISIS DEL DISCURSO MEDIÁTICO

---

**Yolanda Berdasco-Gancedo**

UDIMA. Universidad a Distancia de Madrid

**Carolina Arrieta Castillo**

UDIMA. Universidad a Distancia de Madrid

## RESUMEN

La representación social se da cuando los individuos debaten temas de interés para la comunidad que son marcados por aquellos que ostentan el control de los medios de comunicación. Una representación social se construye a partir de la información que recibimos a través de los medios de comunicación que nos proporcionan “la expresión de valores, actitudes, creencias y opiniones, cuya sustancia es regulada por las normas sociales de cada colectividad” (Bachs, 1986:39).

Basado en esta teoría y con apoyo de las herramientas propias de un enfoque socio-cognitivo, se analizan una serie de informaciones relacionadas con la mujer como líder y su posición en la sociedad. Para ello, atendemos a cuestiones como las *macroproposiciones* o el papel que juegan los actores sociales, de acuerdo con la clasificación que de ellos realiza Van Leeuwen (1996) o la interacción que se produce entre ellos, de acuerdo con la propuesta de Halliday & Matthiesen (2004).

A través de un análisis cualitativo de estos elementos, se puede observar cómo las representaciones sociales de las mujeres que ocupan posiciones de liderazgo en las distintas informaciones publicadas en los medios digitales españoles pueden contribuir de forma directa en la creación de patrones o esquemas mentales determinados para el conjunto de la sociedad. Además, para esta investigación resulta de especial interés conocer qué atributos se asignan a la mujer dentro de las informaciones publicadas, para poder conocer los rasgos que se presuponen de ellas, de acuerdo con el rol de poder que juegan en la sociedad.

El objetivo final de esta propuesta es constatar que se dan una serie de coincidencias en la representación social de la mujer como líder en los medios digitales y que, a pesar de tratarse de plataformas más innovadoras en cuanto a la forma de presentar las informaciones, todavía se puede avanzar mucho en el ámbito de esta representación social, para evitar los estereotipos de género y ayudar a crear unos esquemas mentales menos rígidos.