

# “Es cosa de mujeres”: el abordaje de la relación entre género y migraña en artículos de *lifestyle journalism*

LAURA MARRA  
Università di Napoli “L’Orientale”

## Resumen

El aumento de espacios informativos por efecto de la digitalización ha permitido a la industria periodística abordar nuevos temas en un intento de cautivar la atención de un espectro más amplio de lectores. Entre los ejes temáticos tratados, la salud y el bienestar destacan como argumentos de interés general, sobre los que se facilitan consejos e indicaciones útiles para ser adoptados en el día a día de la audiencia. El presente trabajo pretende estudiar las modalidades de representación discursiva de la relación existente entre la migraña y el género femenino en artículos de *lifestyle journalism*, teniendo en cuenta el papel de este cybergénero periodístico a la hora de negociar el cambio social. Se lleva a cabo un análisis cualitativo sobre un corpus de siete artículos publicados por plataformas periodísticas digitales para destacar la mayor incidencia de esta patología neurológica en las mujeres. Mediante el escudriñamiento de las estrategias empleadas para construir los textos, se ahonda en los mecanismos activados en el abordaje de la patología y de los distintos actores involucrados. Las modalidades analizadas dejan entrever múltiples finalidades subyacentes a la redacción de los artículos.

**Palabras clave:** *lifestyle journalism*; mujer; migraña; perspectiva de género; análisis del discurso.

## Abstract

The expansion of informational spaces resulting from digitalisation has allowed the journalistic industry to address new topics in an effort to attract the attention of a broader spectrum of readers. Among the themes explored, health and well-being stand out as subjects of general interest, often presented through advice and practical recommendations for readers' daily lives. This study aims to examine the discursive representation of the relationship between migraine and the female gender in *lifestyle journalism* articles, considering the role of this journalistic cyberggenre in negotiating social change. A qualitative analysis is carried out on a corpus of seven articles published on digital journalistic platforms, focusing on how this neurological condition is portrayed as more prevalent among women. Through the scrutiny of the strategies used in text construction, the study delves into the mechanisms activated in the treatment of the pathology and the various actors involved. The discursive modalities analysed reveal multiple underlying purposes behind the writing of these articles.

**Keywords:** *lifestyle journalism*; women; migraine; gender perspective; discourse analysis.



## 1. LA DIFUSIÓN DE CONOCIMIENTO A TRAVÉS DE LA RED

La digitalización como fenómeno que ha reconfigurado los sistemas sociales, políticos y económicos globales ha fomentado el desarrollo de prácticas de producción cada vez más interactivas e inmediatas. En el ámbito informativo, dicho fenómeno ha dado lugar a lo que Shepherd y Watters (1998) denominan “cybergéneros”: formas textuales propias del entorno digital, cuya estructura responde no solo a los ejes tradicionales de contenido y forma, característicos de los géneros no digitales, sino también a una tercera dimensión: la funcionalidad.



Esta última alude a los recursos interactivos, multimodales y de navegación que el nuevo medio ofrece y que redefinen la práctica comunicativa. En este contexto, la transición del periodismo impreso al digital ha puesto de relieve la necesidad de proporcionar a la audiencia modalidades de acceso a la información más ágiles, personalizadas y acordes con el entorno multimodal. Tal transformación ha provocado un cambio notable en la relación entre palabra e imagen que ha impulsado la aparición de un texto concebido como una composición multifacética de modos diversos, producto de una labor semiótica agentiva (Kress y Bezemer, 2023: 140).

Paralelamente, se ha asistido a una ramificación del periodismo tradicional, cuyas estructuras continúan evolucionando para dar cabida no solo a nuevas formas expresivas, sino también a temáticas emergentes, sensibilidades plurales y enfoques innovadores que responden a las exigencias del ecosistema digital contemporáneo y suponen la actualización de las competencias requeridas a los profesionales que operan en este ámbito (Franklin, 2016: 263-264). Casals Carro (2005: 439) considera el periodismo digital

Revista de lenguas y literaturas

[...] especialmente apto para el desarrollo de un periodismo divulgador del conocimiento en todos los campos: ciencia, tecnología, cultura artística y literaria, biosanidad, medio ambiente... En fin, las posibilidades enormes del saber. También el periodismo digital se transforma en un modelo de periodismo cívico en sus dos vertientes: de ocio y servicios (con muchas más posibilidades que en ningún otro medio) y de vigilancia de los derechos humanos y de los derechos democráticos.

Destaca, entonces, la capacidad de estas nuevas formas de difusión del conocimiento para tratar temas de distinta envergadura, dirigiéndose a un público heterogéneo y con el objetivo de informar y tutelar los derechos de los colectivos involucrados. Aunque la expansión de los límites definitorios del periodismo ha sido interpretada como un proceso de democratización que favorece una participación más activa de los usuarios, esta ha sido objeto de diversas críticas, centradas principalmente en su configuración estructural. Palau Sampio (2016: 63) se refiere a este fenómeno como una “metamorfosis de la prensa de referencia en el contexto digital”, aludiendo a una reestructuración significativa dentro de la industria periodística. Ante la crisis que ha afectado al sector en las últimas décadas, se observa una tendencia hacia la “tabloidización”, con una mayor presencia de contenidos anecdóticos, curiosos o relacionados con estilos de vida, en detrimento de las denominadas *hard news* (Palau Sampio, 2016: 63). La inclusión de temáticas ajenas a la esfera político-económica tradicional se vincula, por tanto, a la necesidad de captar la atención de la audiencia mediante contenidos susceptibles de generar tráfico web e ingresos publicitarios. En muchos casos, esta estrategia se ha concretado en el desarrollo de un nuevo subgénero informativo, conocido como *lifestyle journalism*, cuyas principales características se presentan en el apartado siguiente.

### 1.1. El *lifestyle journalism* y los artículos sobre salud y bienestar

Se denomina *lifestyle journalism* al cybergénero periodístico cuyo origen se remonta aproximadamente a la década de 1950. Su origen se ve estrechamente vinculado a la transición hacia un sistema consumista que ha dado lugar a cambios sustanciales en diversas áreas del mundo. La relación con el entorno socioeconómico explica algunas de sus principales características, ya que este tipo de cobertura periodística se ocupa de prácticas y conceptos que contribuyen a la construcción de identidades en contextos marcados por el consumo (Hanusch y Hanitzsch, 2013: 947), al tiempo que ofrece información factual junto con recomendaciones sobre bienes y servicios de uso cotidiano (Hanusch, 2012: 3). Este género se caracteriza por su alejamiento de los principios tradicionales de objetividad y neutralidad propios de la prensa institucional y por la adopción de un enfoque argumentativo y persuasivo, en consonancia con el modelo

social y económico en el que ha prosperado. Entre sus rasgos más representativos, pueden destacarse los siguientes:

- Estrecho vínculo con la dimensión económica, debido a su capacidad de orientar a los lectores hacia determinadas experiencias de consumo.
- Posicionamiento crítico frente a temas y modalidades expresivas predominantes en la prensa de referencia (Fürsich, 2012).
- Inclinación hacia la "información usable", entendida como datos y pautas aplicables a la vida cotidiana de los individuos.
- Adopción de un estilo de redacción informal y, en ocasiones, entretenido a través del cual se ponen al alcance de los lectores sugerencias e indicaciones.

Debido a sus características, el *lifestyle journalism* ha sido calificado como una práctica tendenciosa más orientada a influir en la audiencia que a relatar los hechos de manera objetiva. A esta percepción se suma el planteamiento de cuestiones relativas a la dificultad para colocarse en una determinada categoría profesional, señalada por los individuos que a ello se dedican (Cheng y Avieson, 2024), lo que ha contribuido a su relegación como una forma "minoritaria" de periodismo. Sin embargo, la creciente difusión del *lifestyle journalism* a través de los múltiples canales de comunicación digital ha hecho imprescindible el estudio de sus propiedades (Vodanovic, 2020: 1).

Frente a estas posturas críticas, otros enfoques teóricos reconocen en este género una vía legítima para indagar las transformaciones sociales contemporáneas (Schudson, 2008: 20). En esta línea, Fürsich (2012: 16) sostiene que un análisis interdisciplinar del *lifestyle journalism* permite identificar el modo en que este tipo de periodismo negocia el cambio social, y cómo sus discursos y prácticas relatan las transformaciones sociopolíticas y se relacionan con ellas, de manera que ofrecen al público guiones sociales, culturales e incluso psicológicos que facilitan la interpretación y gestión de dichas transformaciones:

Scholars can evaluate how this type of journalism (also historically) negotiates social change. The question is how the discourses and practices of lifestyle journalism narrate and relate to the changing socio-political situations; and which social, cultural and even psychological scripts are offered to audiences to cope with these concerns. (Fürsich, 2012: 16)

Considerando el doble vínculo que une, por un lado, la representación de las prácticas sociales a través del *lifestyle journalism* y, por otro lado, los efectos que dicha representación puede generar en la configuración del conocimiento compartido, se considera pertinente examinar la relevancia del contenido informativo transmitido por este tipo de textos en el proceso de recepción. Con este propósito, se ha optado por analizar producciones inscritas en el marco del *lifestyle journalism* que abordan cuestiones relativas a la salud femenina, con especial atención a la dimensión neurológica. Esta elección se fundamenta en el hecho de que la salud y el bienestar figuran entre las temáticas más recurrentes en las plataformas digitales de acceso libre, lo que potencia su capacidad de difusión e impacto social. Tal como se desarrollará en el apartado siguiente, se parte de la hipótesis de que las propiedades lingüísticas y discursivas de estos textos pueden ofrecer claves interpretativas relevantes sobre la representación de la mujer en el ámbito sanitario y social, contribuyendo a una comprensión más matizada de los mensajes promovidos en el entorno digital.

## 2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

Teniendo en cuenta la capacidad del *lifestyle journalism* para activar u obstaculizar procesos de negociación del cambio social, el presente estudio se centra en el tratamiento informativo de cuestiones relacionadas con la salud, y, más concretamente, en la transmisión de contenidos

vinculados a la salud femenina, cuya visibilización constituye un objetivo relevante en múltiples contextos. En las últimas décadas, la investigación biomédica ha comenzado a plantear interrogantes en torno a prácticas clínicas marcadas por sesgos de género, que se manifiestan tanto en la exclusión de condicionantes diferenciados – como la edad, la nutrición, la clase social, el tipo de empleo o las redes de las relaciones sociales – en la evaluación de la etiología de determinadas enfermedades (Valls-Llobet, 2009: 36) como en la tendencia a interpretar los síntomas femeninos exclusivamente en función de aspectos reproductivos, puesto que esto conlleva, en muchos casos, la omisión de otros posibles diagnósticos (Álvarez-Dandel y Vives-Cases, 2012). Se aboga, entonces, por la incorporación de la perspectiva de género en medicina, orientada hacia la erradicación de prácticas clínicas universalistas y androcéntricas (Tasa-Vinyals et al., 2015).

Entre las especialidades médicas que han comenzado a incorporar esta perspectiva en la observación clínica y el diseño de estrategias sanitarias se encuentra la neurología. Según datos de la Sociedad Española de Neurología (SEN, 2023), el 50 % de las mujeres desarrollará alguna enfermedad neurológica a lo largo de su vida, lo que pone de manifiesto la necesidad de adoptar enfoques clínicos diferenciados que atiendan a esta realidad.

En este contexto, la migraña destaca como una de las afecciones neurológicas más incapacitantes, con una incidencia desproporcionada en mujeres de entre 15 y 49 años, constituyendo así a nivel mundial la principal causa de discapacidad en ese grupo poblacional, con repercusiones significativas sobre su calidad de vida, desempeño laboral e interacción social (Barbanti y Nappi, 2025).

A partir de esta constatación, el presente estudio se propone analizar si esta condición es abordada en artículos de *lifestyle journalism* y en qué términos. Dado el potencial de este tipo de textos para influir en la recepción y circulación de conocimientos accesibles sobre salud, resulta pertinente examinar los recursos lingüísticos y las estrategias discursivas empleadas en la representación mediática de esta cuestión sanitaria y social. El análisis de las construcciones discursivas en torno a esta temática se considera relevante, a la luz del papel desempeñado por los medios informativos en la popularización del conocimiento científico relacionado con la salud femenina, ya que, tal como señalan Santamaría Pérez y Congost Maestre (2023: 1), «[l]a perspectiva de género en el discurso biomédico es una cuestión reciente que tiene profundas implicaciones para la salud y el bienestar de las mujeres, y, pese al papel que juega el lenguaje en la formación y transmisión de este discurso, a menudo se pasa por alto».

En función de estas consideraciones, se plantean las siguientes preguntas de investigación:

PI1: ¿Qué tipo de discursos se construyen en textos no especializados que abordan la elevada incidencia de la migraña en mujeres?

PI2: ¿Mediante qué estrategias se configuran dichos discursos?

Para proporcionar respuestas a estas preguntas, se ha recopilado un corpus compuesto por artículos publicados en plataformas informativas y cabeceras periodísticas digitales. La selección se ha realizado a partir de una búsqueda de textos pertenecientes a secciones de plataformas digitales cuyo título incluyera el término “migraña” (o sinónimos) y al menos una referencia explícita al género femenino. El corpus está formado por siete artículos que cumplen con estos criterios y se encuentran disponibles en acceso abierto. El motivo de que el número de textos sea reducido tiene que ver con la adopción de un marco analítico cualitativo, orientado a la comprensión en profundidad de las estrategias lingüístico-discursivas que configuran la representación mediática de la migraña en mujeres.

Se ha decidido acudir a un marco teórico que se inscribe dentro de los Estudios Críticos del Discurso a fin de establecer un modelo procedimental adecuado para el trabajo (Jäger en Wodak y Meyer, 2003). En una primera fase, se ha llevado a cabo un análisis estructural centrado en la identificación de los temas tratados y los modos en que son expuestos. En una

segunda fase, se ha desarrollado un estudio enfocado en el contexto y la superficie textual, así como en los recursos retóricos –incluyendo elementos figurativos, léxicos y argumentativos– que participan en la construcción del discurso (Jäger en Wodak y Meyer, 2003).

Dada la naturaleza interdisciplinar del objeto de estudio, se ha optado por un enfoque metodológico plural. En primer lugar, se han aplicado los principios de la Gramática Sistémico-Funcional (Halliday y Matthiessen, 2004) con el fin de evaluar los procesos léxico-gramaticales empleados en la argumentación relativa a la migraña y la figura femenina y de determinar en qué medida el discurso se basa en relatos objetivos o interpretativos. En segundo lugar, se ha recurrido a la pragmalingüística (Fuentes Rodríguez, 2009; 2017) para examinar la organización textual y formular hipótesis sobre la intención comunicativa subyacente a la redacción de los artículos.

Finalmente, se han incorporado aportes de la sociolingüística crítica (van Leeuwen, 2008; Hyland, 2010) con el objetivo de analizar las formas de representación de los agentes discursivos implicados en la representación del fenómeno.

En los siguientes apartados se examinarán los artículos seleccionados con el fin de identificar las representaciones discursivas construidas en torno a la migraña femenina, prestando especial atención a los mecanismos lingüísticos y retóricos a través de los que el *lifestyle journalism* configura este fenómeno en el espacio mediático digital.

### 3. EL ANÁLISIS CUALITATIVO

Indicamos a continuación los titulares y las plataformas digitales en las que se han publicado los artículos que forman parte del corpus junto a las fechas de publicación y a los números identificativos con los que se hará alusión a ellos a lo largo de la discusión de los resultados:

	Título	Periódico - sección	Fecha de publicación
1	¿Cuál es la razón por la que las mujeres sufrimos migraña tres veces más que los hombres?	20Minutos.es – Mujer.es	21.4.2024
2	El 99 % de las mujeres sufre dolor de cabeza: 10 cosas que no sabías	ElMundo.es – YoDona	19.4.2024
3	El impacto oculto de la migraña en las mujeres	LaTercera.com – sección “salud”	20.2.2024
4	Dolores de cabeza: ¿Por qué incide más en mujeres que en hombres?	Noticias.com	19.12.2023
5	Migrañas, insomnio o alzhéimer: por qué las mujeres sufren más las enfermedades neurológicas	ElPaís.com – sección “sociedad”	8.11.2023
6	¿Por qué las mujeres tienen más y peores migrañas que los hombres?: así lo explica una neuróloga	BBC.com	15.8.2023
7	¿Por qué las mujeres sufren más migrañas?	elDiario.es	5.10.2021

Los siguientes apartados presentan los resultados obtenidos a partir de la aplicación de la metodología previamente expuesta. Las categorías analíticas se organizan en torno a tres núcleos principales: en primer lugar, se ofrece una clasificación de los procesos lingüísticos empleados para representar la migraña y su incidencia en el género femenino; en segundo lugar, se aborda la dimensión pragmática de los textos, con el objetivo de identificar los tipos de secuencias predominantes y las estructuras a través de las que se articulan; por último, se examinan las expresiones metafóricas y los recursos argumentativos que intervienen en la construcción discursiva del fenómeno objeto de estudio.

### 3.1. Verbos, posesión y agencia en la representación de la migraña

Desde la perspectiva de la Gramática Sistémico-Funcional (SFG, Halliday y Matthiessen, 2004), los procesos verbales constituyen una vía para explorar cómo se configuran las experiencias, relaciones y acciones en el discurso. En este marco teórico, los verbos se clasifican según el tipo de proceso que representan. Se habla de procesos “materiales” cuando los verbos se refieren a acciones físicas observables, mientras que se define como “mentales” a los procesos que expresan fenómenos internos, como percepciones, sensaciones o pensamientos. Una tercera categoría está compuesta por los procesos “relacionales”, que establecen entre participantes vínculos de identidad, atribución o posesión, entre otros tipos. Esta clasificación no solo permite identificar las formas lingüísticas mediante las que se construye un fenómeno, sino también analizar qué roles se asignan a los sujetos implicados – ya sea como agentes, pacientes, poseedores o experimentadores – y cómo se articula su agencia en el discurso.

A partir de esta base conceptual, el presente apartado examina los patrones verbales predominantes en el corpus analizado con el fin de observar las tipologías de representación discursiva de la relación entre migraña y género femenino.

El corpus presenta una cantidad relevante de verbos que indican procesos mentales de sensación, empleados para señalar la incidencia significativamente superior de la migraña en mujeres. Las formas más recurrentes son “sufrir” y “padecer”:

- El 99 % de las mujeres *sufre* dolor de cabeza. [2]
- ¿Cuál es la razón por la que las mujeres *sufrimos* migraña tres veces más que los hombres? [1]
- Migrañas, insomnio o alzhéimer: por qué las mujeres *sufren* más las enfermedades neurológicas. [5]
- Por diversas razones, ellas se llevan la peor parte: *sufren* ictus más graves y con peor pronóstico; *padecen* el 80 % de casos de migraña y dos tercios de alzhéimer. [5]
- Desde que tiene ocho años, los días de Antonia Cancino han estado gobernados por la migraña crónica que *padece*. [3]
- Los expertos detallan que antes de la pubertad, niños y niñas tienen las mismas posibilidades de *padece* migraña, pero una vez alcanzado el desarrollo, la enfermedad es mucho más frecuente entre las mujeres. [4]

Junto a los procesos mentales se identifican procesos relacionales de posesión en los que la migraña se representa como una propiedad u objeto atribuido al sujeto femenino:

- ¿Por qué las mujeres *tienen más y peores migrañas* que los hombres? [6]
- Pero las mujeres que *tienen migrañas con aura*, que es un tipo distinto de migrañas, deben por lo general evitar usar anticonceptivos hormonales que contengan estrógenos. [6]
- Muchos de sus miembros son mujeres, quienes son tres veces más propensas a *tener migrañas* que los hombres. [3]

Esta forma de representar la condición migrañosa como posesión también se articula a través de grupos nominales con preposición:

- Es más, investigaciones muestran que las migrañas de las mujeres son más frecuentes, más discapacitantes y duran más tiempo que las de los hombres. [6]
- Y las mujeres con migrañas tienden a tener más problemas de salud mental, incluidas la ansiedad y la depresión. [6]
- Es una enfermedad de la mujer. [3]

En otros casos, la enfermedad se construye discursivamente como el actor gramatical de procesos materiales, utilizados también en sentido figurado. En estas formulaciones, la migraña ocupa la posición temática de sujeto, por lo que adquiere la función de agente que actúa sobre el cuerpo o la vida de las mujeres:

- La migraña afecta sobre todo a las mujeres en edad fértil, en edad reproductiva, lo que tiene consecuencias importantes desde el punto de vista laboral y económico. [1]

- o Desde que tiene ocho años, los días de Antonia Cancino han estado gobernados por la migraña crónica que padece, un dolor punzante que le afecta el costado derecho de la cabeza y que suele anunciarse con problemas de visión, sensibilidad a los olores y náuseas. [3]
- o Dolores de cabeza: ¿Por qué incide más en mujeres que en hombres? [4]
- o Según la OMS, las cefaleas y las migrañas ‘afectan frecuentemente a mujeres de 15 a 49 años. [4]
- o “Este tipo de dolor de cabeza suele afectar más a las mujeres en torno a los 30 y 40 años, un periodo de la vida especialmente ajetreado, con trabajo, familia e hijos”. [4]
- o “La razón por la que [este tipo de dolor de cabeza] afecta más a las mujeres es que suelen estar muy estresadas y presionadas por los compromisos familiares y laborales”. [4]
- o Pero, para aquellas que las sufren durante el embarazo, las migrañas tienden a incrementarse después del parto. [6]

Asimismo, se recurre a procesos relacionales de identificación y atribución, en los que se subraya tanto la gravedad como la frecuencia de la condición en determinadas etapas del ciclo vital femenino:

- o Para las mujeres de entre 18 y 49 años, la migraña es la principal causa de discapacidad en el mundo. Es más, investigaciones muestran que las migrañas de las mujeres son más frecuentes, más discapacitantes y duran más tiempo que las de los hombres. [6]
- o Para las mujeres que están embarazadas, las migrañas pueden ser particularmente debilitantes durante el primer trimestre, cuando es frecuente el malestar matutino, que dificulta el comer, dormir o hidratarse. [...] La buena noticia es que las migrañas generalmente tienden a volverse menos severas y frecuentes durante el resto del embarazo. [6]
- o Uno de los principales tipos de cefalea es la migraña y es una de las causas más frecuentes de incapacidad temporal entre las mujeres de 15 a 49 años. [4]

En otros fragmentos, este tipo de procesos relacionales permite construir discursivamente la migraña como un rasgo identitario del sujeto femenino. Esto consolida su asociación con lo que es “propio de la mujer”:

- o No solo hablamos de la migraña menstrual: el dolor de cabeza es cosa de mujeres, lo sufrimos en un porcentaje mucho mayor que los hombres. [2]
- o Es un problema que se escribe con nombre de mujer, según las cifras que maneja la Sociedad Española de Neurología. [2]
- o Antes se decía que los dolores de cabeza “eran cosa de mujeres. Ahora, al estar plenamente integrada como no puede ser de otra manera, la incapacidad que provoca la migraña se hace más visible”. [1]
- o Es solo un dolor de cabeza. Está relacionado con tu estilo de vida. Es estrés. Estás exagerando. Es solo una excusa. Es hormonal. Es una enfermedad de la mujer. Estos son solo algunos de los comentarios que reciben usualmente las personas que sufren migrañas, según un estudio de la Alianza Europea de Migraña y Cefalea. [3]
- o Al igual como ha sucedido con otras enfermedades como la endometriosis, se cree que los dolores de cabeza forman parte de lo que significa ‘ser mujer’, a pesar de que sus causas son variadas. [3]
- o “Me lo han dicho todo. Desde que, cuando yo tuviera hijos, mis migrañas iban a desaparecer, hasta que era un tema psicológico. También me han dicho que es algo que les tiene que pasar a las mujeres, por las hormonas”, cuenta Cancino. [3]

Desde una perspectiva discursiva, la combinación de procesos relacionales de identificación y atribución con expresiones de alta carga simbólica genera una variedad de significados que dependen del contexto semántico en que se insertan.

En algunos casos, dichas estructuras cumplen un cometido de visibilización respaldada por datos y fuentes institucionales:

- o El dolor de cabeza es cosa de mujeres, lo sufrimos en un porcentaje mucho mayor que los hombres. [2]

- Es un problema que se escribe con nombre de mujer, según las cifras que maneja la Sociedad Española de Neurología. [2]

En otros contextos, sin embargo, estas mismas expresiones pueden reproducir o poner de manifiesto visiones estereotipadas o sesgadas:

- Antes se decía que los dolores de cabeza “eran cosa de mujeres”. Ahora, al estar plenamente integrada como no puede ser de otra manera, la incapacidad que provoca la migraña se hace más visible. [1]
- “[...] Es una enfermedad de la mujer”. Estos son solo algunos de los comentarios que reciben usualmente las personas que sufren migrañas, según un estudio de la Alianza Europea de Migraña y Cefalea (EMHA, por sus siglas en inglés), que revela que los migrañosos se sienten “discriminados” en todos los aspectos de su vida cotidiana. [3]

Dicho sesgo se evidencia también en la biologización del fenómeno, cuando se asume que la causa de la migraña femenina se atribuye exclusivamente a los ciclos hormonales, sin profundizar en otros factores. En estos casos, el discurso fortalece una dinámica recurrente en el ámbito médico (Valls Llobet, 2020; Calvente et al., 2010):

- Al igual como ha sucedido con otras enfermedades como la endometriosis, se cree que “los dolores de cabeza forman parte de lo que significa ser mujer”, a pesar de que sus causas son variadas. [3]
- “También me han dicho que es algo que les tiene que pasar a las mujeres, por las hormonas”. [3]

En los fragmentos anteriores destaca la omisión de los actores sociales implicados mediante construcciones impersonales en las que no se identifica quién emite el juicio o sostiene la creencia, elemento propio de los mecanismos de supresión de la agencia discursiva (van Leeuwen, 2008: 29). Además, expresiones como “cosa de mujeres” pueden incorporar un matiz irónico o condescendiente, sobre todo si se interpretan en contraposición a fórmulas como “cosa de hombres”, comúnmente asociadas a estereotipos de fuerza o legitimidad. Esta dimensión retórica se complementa con el uso de recursos expresivos dirigidos a reducir la distancia entre emisor y audiencia, a través de apelaciones directas y un tono de proximidad, como se analizará en el apartado siguiente.

### 3.2. De mujer a mujer(es): tipos de secuencias y participación del sujeto discursivo

Como se ha señalado en la introducción de este artículo, los textos que pertenecen al *cybergénero* periodístico analizado están orientados hacia la popularización de contenidos especializados mediante formatos accesibles —y en ocasiones entretenidos—, con el objetivo de captar la atención de un público no experto. Esta orientación implica una cobertura limitada de los métodos y procedimientos empleados para generar conocimiento, en favor de una presentación más directa y simplificada de los resultados (Hyland, 2010).

El énfasis en los contenidos, más que en la metodología, se relaciona estrechamente con los criterios de selección temática, supuestamente guiados por el grado de novedad y el potencial de interés que puedan suscitar en la audiencia. Sobre la base de estas premisas, el presente apartado se dedica al análisis de las construcciones léxicas y gramaticales que configuran las secuencias textuales en los artículos del corpus. El estudio de las estrategias de organización discursiva adoptadas en la redacción permite inferir las finalidades comunicativas de los emisores, así como esclarecer el tipo de vínculo que se busca establecer con el público lector. El análisis de los recursos lingüísticos y estructurales que conforman los textos revela la presencia de secuencias predominantemente expositivas, argumentativas e instruccionales, según la tipología propuesta por Fuentes-Rodríguez (2017).

La mayoría de los artículos analizados presentan secuencias expositivas, frecuentemente ubicadas en los párrafos iniciales, que definen la condición migrañosa o alguna de sus principales manifestaciones:

- o La migraña es una enfermedad neurológica que aparece como un dolor de cabeza de moderado a intenso y que se asocia a otros síntomas como náuseas, vómitos, sensibilidad a la luz y al sonido y dificultad para concentrarse. [7]

Abundan los ejemplos en los que el tono divulgativo se concreta en la simplificación del lenguaje y la generalización de los términos utilizados:

- o Se dice que una migraña es crónica cuando se padecen dolores de cabeza durante 15 o más días al mes, de los que al menos 8 tienen que ser de tipo migrañoso. [1]
- o Según los especialistas, la migraña se caracteriza por un dolor que suele afectar a la mitad de la cabeza, empezando por la sien o la frente. El dolor es muy intenso y suele ir acompañado de náuseas, molestias por la luz y el sonido con episodios que pueden durar desde unas horas hasta días. [4]

En algunos pasajes, la definición de la condición se articula a través de una crítica a su banalización, realizada mediante el uso de cuantificadores y operadores de fuerza con función argumentativa:

- o Una migraña es mucho más que un dolor de cabeza, es un desorden debilitante del sistema nervioso. [6]
- o Aún no se ha logrado entender — dicen quienes las sufren con regularidad —, que la migraña es mucho más que un fuerte dolor de cabeza. Que el dolor va acompañado de náuseas, vómitos, fatiga, sensibilidad extrema y que un episodio puede durar horas o días. [3]

Estas formulaciones buscan deconstruir el conocimiento compartido que tiende a minimizar los efectos de la migraña, ya sea mediante una reformulación especializada de sus rasgos clínicos o a través de la implicación explícita de quienes la padecen.

Las secuencias expositivas coexisten con elementos propios de las modalidades argumentativa e instruccional. En ciertos casos, ambas se solapan, como ocurre con la apelación directa al público lector, que da lugar a un “tú” explícito como destinatario del mensaje:

- o Las diferencias de género respecto a la migraña son fascinantes. Y, algunas de las razones de estas diferencias pueden sorprenderte. [6]
- o El 99 % de las mujeres sufre dolor de cabeza: 10 cosas que no sabías. [2]
- o Estas son las 10 cosas que no sabías sobre tu dolor de cabeza que recoge esta guía práctica. [...] El cerebro tiene la friolera de 1,4 litros de agua, un auténtico oasis. Por esta razón, si no bebes lo suficiente se encoje como una esponja seca, literalmente. [2]
- o Si no piensas en el dolor y desvías la atención tanto de tu cabeza dolorida como de la causa, te sentirás mejor enseñada. [2]

El conjunto de los marcadores interpersonales detectados en los textos se amplía con el uso de la primera persona del plural, especialmente en secciones en las que se ofrecen consejos o indicaciones sobre la convivencia con la migraña:

- o No solo hablamos de la migraña menstrual: el dolor de cabeza es cosa de mujeres, lo sufrimos en un porcentaje mucho mayor que los hombres. [6]
- o Aquí va una decena de consejos prácticos para enfrentarnos a él, tan desconocidos como que el orgasmo puede ser la mejor medicina. [2]
- o Pero más allá de los analgésicos y de mantener un ambiente tranquilo y con poca luz, poco más sabemos hacer para lidiar con él, sigue siendo un gran desconocido. En nuestra ayuda, la guía de Amanda Ellison, una reconocida profesora de la Universidad de Durham. [2]
- o ¿Cuál es la razón por la que las mujeres sufrimos migraña tres veces más que los hombres? [1]
- o Al tratarse de una patología tan apabullantemente femenina, hemos entrevistado al coordinador de la Unidad de Cefaleas del hospital La Fe de Valencia, Samuel Díaz Insa, para conocer

la razón, saber si podemos modificar algo en nuestro estilo de vida que nos ayude, y conocer los últimos tratamientos para la migraña. [1]

- o ¿Cuál es el motivo de que las mujeres suframos más migrañas? El motivo de que las mujeres superemos con muchísima diferencia a los hombres [...]. [1]

Estos ejemplos evidencian la construcción de estructuras discursivas dirigidas de mujeres a mujeres, mediante las que no solo se denuncia la subestimación del problema, sino que también se articula la voluntad de formar una comunidad informada y, en consecuencia, empoderada. En esta misma línea, las manifestaciones de la dimensión instruccional aparecen concretadas en formas de recomendación, ya sea a través de enunciados prescriptivos (como en el primer fragmento) o bien mediante actos directivos explícitamente dirigidos a las mujeres (segundo y tercer fragmento):

- o Según el especialista, es recomendable llevar a cabo un tratamiento preventivo corto de cinco días iniciando dos días antes de la regla. [7]
- o Pero las mujeres que tienen migrañas con aura, que es un tipo distinto de migrañas, deben por lo general evitar usar anticonceptivos hormonales que contengan estrógenos. [6]
- o Como último consejo del especialista, “insistir en que las mujeres no dejen de consultar con el médico, que en muchos casos las remitirá al neurólogo”. [1]

Finalmente, algunas formulaciones buscan reducir aún más la distancia entre autoras y lectoras mediante el uso de un tono conversacional e inclusivo:

- o Si todo falla, relájate y ponte a ver una película. [2]
- o Ponte algo divertido, la risa es una inyección rápida de serotonina y bloqueará las señales de dolor. [2]
- o Si no alimentamos los receptores de oxitocina las señales de dolor se transmiten al cerebro a máxima potencia. ¿Cómo lo hacemos? Con abrazos, elige una pareja que te colme de ellos. [2]

El análisis de estas secuencias permite observar los mecanismos con los que se intenta interactuar con un público lego. A pesar de la heterogeneidad de las estrategias utilizadas para informar sobre la gravedad de la condición migrañosa y facilitar pautas de actuación, se constata una tendencia común a reducir la distancia entre emisor y receptor, mediante formas discursivas que buscan implicar activamente a las lectoras. Tal como señala Hyland (2010: 126), el uso de formas inclusivas, como la primera persona del plural en los textos divulgativos, busca sugerir una visión compartida y naturalizada de la realidad, orientando la interpretación del contenido y alineando al lector con la perspectiva del emisor, en ocasiones en oposición a voces institucionales o expertas. En los textos analizados, dichas estrategias se configuran como formas de intervención comunicativa en las que las periodistas asumen un rol activo al proporcionar orientaciones que, en muchos casos, aún no están sistemáticamente disponibles para la población femenina.

### 3.3. Léxico evaluativo, metáforas y marcas de subjetividad

A las estrategias previamente examinadas se suma el empleo de expresiones que, de forma más o menos explícita, buscan captar la atención de la audiencia a través de la atenuación de la neutralidad enunciativa. Este efecto se produce a través de elementos léxicos de carga subjetiva, construcciones metafóricas y, en algunos casos, del uso de recursos de tono irónico o sarcástico.

La redacción de algunos pasajes incorpora intensificadores argumentativos que acompañan a adjetivos o adverbios y que incrementan la fuerza expresiva del enunciado:

- o Para las mujeres que están embarazadas, las migrañas pueden ser particularmente debilitantes durante el primer trimestre, cuando es frecuente el malestar matutino, que dificulta el comer, dormir o hidratarse. Peor aún, omitir algunas de estas cosas puede hacer que las migrañas sean más probables. [6]

- Al tratarse de una patología tan apabullantemente femenina, hemos entrevistado al coordinador de la Unidad de Cefaleas del hospital La Fe de Valencia, Samuel Díaz Insa, para conocer la razón, saber si podemos modificar algo en nuestro estilo de vida que nos ayude, y conocer los últimos tratamientos para la migraña. [1]

En estos ejemplos, la subjetividad se manifiesta en la explicitación del punto de vista del emisor, con la finalidad de evitar que la gravedad de la información pase desapercibida. A nivel léxico, destaca el uso de adverbios evaluativos que refuerzan la carga emotiva del contenido y que contribuyen a enfatizar la polarización de la experiencia presentada.

Otra estrategia discursiva observada es el recurso a la locución “(una/la) buena/mala noticia”, empleada para organizar la información en torno a juicios de valor:

- La buena noticia es que las migrañas generalmente tienden a volverse menos severas y frecuentes durante el resto del embarazo. [6]
- Una buena noticia es que, en el caso de migraña sin aura, algunas mujeres no solo no experimentan un empeoramiento de las crisis con los anticonceptivos con estrógenos, sino que incluso pueden notar una mejora. [7]
- El motivo de que las mujeres superemos con muchísima diferencia a los hombres en la mala noticia de sufrir migraña, según el doctor Rodríguez Insa, ‘es de origen hormonal’. [1]

También destacan locuciones verbales y adverbiales asociadas a la dicotomía “victoria/derrota”, que transforman la exposición de datos médicos en dominios semánticos de la competición:

- Junto con la influencia social y su mayor longevidad, contribuyen a que las enfermedades neurológicas femeninas y masculinas tengan diferente impacto, gravedad y valencia. Por diversas razones, ellas se llevan la peor parte: sufren ictus más graves y con peor pronóstico; padecen el 80 % de casos de migraña. [5]
- En España, cinco millones de personas sufren migraña, de los cuales más de un millón y medio tienen que hacer frente a la versión crónica de la enfermedad. Las mujeres nos llevamos la palma en prevalencia de esta patología que no tiene cura. [1]
- Tanto en la versión crónica de la enfermedad como en la “normal”, las mujeres ganamos por goleada a los hombres: 8 a 1 en el primer caso, y 3 a 1 en el segundo, según datos de la Sociedad Española de Neurología. [1]

En estos casos, se aprecia un uso irónico de estructuras de competencia. El tono sarcástico cumple una función crítica al subrayar la magnitud del problema mediante recursos retóricos propios de registros informales o de confianza comunicativa, lo que Cabedo (2009: 14) denomina “ámbitos de familiaridad o de amistad”.

El análisis permite identificar también el empleo de estructuras metafóricas, aunque de manera menos frecuente. Destaca, en particular, una construcción en la que se asocia la experiencia migrañosa con la velocidad y el desgaste:

- La razón por la que afecta más a las mujeres es que suelen estar muy estresadas y presionadas por los compromisos familiares y laborales, y llevan una vida con el pie siempre pisando el acelerador. Es el cerebro el que “avisa” a la mujer de que ha sobrepasado los límites con el dolor de cabeza, que se convierte en un síntoma. [4]

La metáfora transmite la imagen de una vida acelerada que desborda los límites del cuerpo y sitúa al dolor como un sistema de alerta. Aunque se trata de un caso aislado, su presencia abre una vía de interpretación alternativa centrada en los factores sociales y estructurales — como la carga mental o el estrés de género —, frecuentemente eclipsados por explicaciones de tipo hormonal o biológico.

#### 4. CONCLUSIONES

En este trabajo se ha analizado la representación discursiva de la migraña en las mujeres en artículos de *lifestyle journalism* a partir de un enfoque cualitativo basado en un corpus de textos publicados por medios digitales. Desde una perspectiva metodológica interdisciplinar, se han examinado las formas lingüísticas y retóricas que configuran los discursos sobre esta condición neurológica en mujeres. En una primera etapa del análisis, se ha observado la presencia de construcciones verbales que tienden a exponer la migraña como una experiencia inherente al cuerpo femenino, recurriendo a procesos que la representan como algo padecido, poseído o inevitable.

Esta tendencia discursiva —que conlleva riesgos de naturalización del sufrimiento como rasgo identitario de género— no se presenta sin fisuras. Al contrario, se ve matizada y, en ciertos casos, contrastada por otras estrategias discursivas presentes en los textos. El análisis de las secuencias textuales ha revelado una voluntad de acercamiento al público lector mediante fórmulas inclusivas y apelativas que no solo buscan divulgar la información, sino también cuestionar la banalización de la migraña y sus efectos en la vida de las mujeres.

Del mismo modo, el uso de marcadores subjetivos, metáforas y recursos irónicos permite destacar y problematizar la interpretación reduccionista —de base hormonal o emocional— que suele asociarse a esta afección. En conjunto, los resultados muestran que el *lifestyle journalism* no actúa únicamente como canal de popularización científica, sino también como un espacio ambivalente donde puede tener cabida la negociación de sentidos sociales en torno al cuerpo, la salud y el género.

A través de un reportorio híbrido de voces y registros, los textos analizados tienden a visibilizar las limitaciones de ciertos discursos hegemónicos, al tiempo que abren posibilidades para una resignificación del padecimiento femenino en el ámbito sanitario y mediático.

#### Bibliografía

- ÁLVAREZ-DARDET, Carlos y Carmen VIVES-CASES (2012) “Three waves of gender and health”, *Eurohealth. Quarterly of the European Observatory on Health Systems and Policies*, 18.2, pp. 4-7.
- ARIAS, Susana, Cristina ÍÑIGUEZ, José Miguel LÁINEZ (2023) *Neurología y Mujer*, Madrid, Sociedad Española de Neurología.
- BARBANTI, Piero y Rossella NAPPI (2025) “Framing and Management of Migraines in Women: An Expert Opinion on Challenges, Current Approaches, and Future Multidisciplinary Perspectives”, *Healthcare*, 13.164, <https://doi.org/10.3390/healthcare13020164> (08.02.2025)
- CABEDO NEBOT, Adrián (2009) “Análisis y revisión del sarcasmo y la lítote: propuesta desde la Teoría de la Relevancia”, *Boletín de Filología*, XLIV.2, pp. 11-38.
- CALVENTE, María del Mar, María Luisa JIMÉNEZ RODRIGO, Emilia MARTÍNEZ MORANTE (2010) *Guía para incorporar la perspectiva de género a la investigación en salud*, Escuela Andaluza de Salud Pública.
- CASALS CARRO, María Jesús (2005) *Periodismo y sentido de la realidad. Teoría y análisis de la narrativa periodística*, Madrid, Fragua.

- CHENG, Lydia y Bunty AVIESON (2024) “‘Am I a Journalist?’ Lifestyle Journalists’ Discursive Construction of Their Profession Inside, Outside, and Alongside the Journalistic Field”, *Journalism Studies*, <https://doi.org/10.1080/1461670X.2024.2401380> (08.02.2025)
- FRANKLIN, Bob (2016) “Introduction”, en Bob Franklin (Ed.), *The Future of Journalism in an Age of Digital Media and Economic Uncertainty*, *Digital Journalism*, 2.3, pp. 254-272.
- FUENTES RODRÍGUEZ, Catalina (2009) *Diccionario de conectores y operadores del español*, Madrid, Arco Libros.
- (2017) *Lingüística pragmática y análisis del discurso*, 3ª edición, Madrid, Arco Libros.
- FÜRSICH, Elfriede (2012) “Lifestyle Journalism as Popular Journalism. Strategies for evaluating its public role”, *Journalism Practice* 6.1, *Lifestyle Journalism*, pp. 12-25.
- HALLIDAY, Michael y Christian MATTHIESSEN (2004) *An introduction to Functional Grammar*, Oxford University Press.
- HANUSCH, Folker (2012) “Broadening the Focus: The case for lifestyle journalism as a field of scholarly inquiry”, *Journalism Practice*, 6.1, pp. 2-11.
- HANUSCH, Folker y Thomas HANITZSCH (2013) “Mediating orientation and self-expression in the world of consumption: Australian and German lifestyle journalists’ professional views”, *Media, Culture & Society*, 35.8, pp. 943-959.
- HYLAND, Ken (2010) “Constructing proximity: Relating to readers in popular and professional science”, *Journal of English for Academic Purposes*, 9, pp. 116-127.
- KRESS, Gunther y Jeff BEZEMER (2023) “Multimodal Discourse Analysis”, en Michael Handford y James Paul Gee (Eds.), *The Routledge Handbook of Discourse Analysis*, New York, Routledge, pp. 139-155.
- PALAU-SAMPIO, Dolores (2016) “Metamorfosis de la prensa de referencia en el contexto digital: clickbait y estrategias de tabloide en Elpais.com”, *Communication & Society* 29.2, pp. 63-80.
- SANTAMARÍA PÉREZ, María Isabel y Nereida CONGOST MAESTRE (2023) “La voz de las mujeres: desafíos y particularidades de la perspectiva de género en contextos biosanitarios”, *Panace@*, XXIV.58, pp. 1-5.
- SCHUDSON, Michael (2008) *Why Democracies Need an Unlovable Press*, Cambridge, Polity.
- SHEPHERD, Michael y Carolyn WATTERS (1998) “The Evolution of Cybergenres”, *Proceedings of the 31st Annual Hawaii International Conference on System Sciences*, II, Maui, Hawaii, pp. 97-109.
- TASA-VINYALS, Elisabet, Marisol MORA-GIRAL, Rosa María RAICH (2015) “Sesgo de género en medicina: concepto y estado de la cuestión”, *Cuadernos de medicina psicosomática y psiquiatría de enlace. Revista iberoamericana de psicosomática*, 113, pp. 14-25.
- VALLS-LLOBET, Carme (2009) *Mujeres, salud y poder*, Madrid, Editorial Cátedra.
- (2020) *Mujeres invisibles para la Medicina*, Madrid, Capitán Swing.
- VAN LEEUWEN, Theo (2008) *Discourse and Practice New Tools for Critical Discourse Analysis*, Oxford University Press.
- VODANOVIC, Lucia (2020) “Introduction: lifestyle journalism: social media, consumption and experience”, en Lucia Vodanovic, ed., *Lifestyle journalism: social media, consumption and Experience*, Routledge, pp. 1-10.

WODAK, Ruth, Michael MEYER, eds. (2003) *Métodos de análisis crítico del discurso*, Barcelona, Gedisa.

### Sitios Web

BBC.COM, “¿Por qué las mujeres tienen más y peores migrañas que los hombres?: así lo explica una neuróloga” <https://www.bbc.com/mundo/articulos/cy6y625ljz9o> (03.01.2025)

ELDIARIO.ES, “¿Por qué las mujeres sufren más migrañas?” [https://www.eldiario.es/edcreativo/diario-salud/mujeres-sufren-migranas\\_1\\_8356854.html#:~:text=Los%20estr%C3%B3genos%20regulan%20el%20sistema,casos%20en%20forma%20de%20migra%C3%B1a](https://www.eldiario.es/edcreativo/diario-salud/mujeres-sufren-migranas_1_8356854.html#:~:text=Los%20estr%C3%B3genos%20regulan%20el%20sistema,casos%20en%20forma%20de%20migra%C3%B1a) (03.01.2025)

ELPAÍS.COM, “Migrañas, insomnio o alzhéimer: por qué las mujeres sufren más las enfermedades neurológicas” <https://elpais.com/sociedad/2023-11-08/migranas-insomnio-o-alzheimer-por-que-las-mujeres-sufren-mas-las-enfermedades-neurológicas.html> (03.01.2025)

LATERCERA.COM, “El impacto oculto de la migraña en las mujeres” <https://www.latercera.com/paula/el-impacto-oculto-de-la-migrana-en-las-mujeres/#> (03.01.2025)

MUJER.ES, “¿Cuál es la razón por la que las mujeres sufrimos migraña tres veces más que los hombres?” <https://www.20minutos.es/mujer/estar-bien/mujeres-sufrimos-migrana-tres-veces-mas-que-los-hombres-5236560/> (03.01.2025)

NOTICIAS.PERFIL.COM, “Dolores de cabeza: ¿Por qué incide más en mujeres que en hombres?” <https://noticias.perfil.com/noticias/medicina/dolores-de-cabeza-por-que-incide-mas-en-mujeres-que-en-hombres.phtml> (03.01.2025)

ELMUNDO.ES, “El 99% de las mujeres sufre dolor de cabeza: 10 cosas que no sabías”, <https://www.elmundo.es/yodona/vida-saludable/2024/04/19/6620e28b21efa0ce1c8b4571.html> (03.01.2025)

