

Facultad de Ciencias Políticas y Sociología

Trabajo de Fin de Grado

**Titulo: ¿Hacia una legitimación del movimiento feminista en la prensa
y en la sociedad española?**

Autor/a: Roger Sorando Cañuelo

Tutor/a: Guillem Rico Camps

Data: 02/06/2020

Grado en: Sociología

Agradecimientos

En primer lugar, doy las gracias a Guillem Rico, mi tutor, sin el cual no habría sido posible realizar este trabajo. Pero también doy las gracias a mi familia y a mis dos amigas Sandra y Martina por el apoyo y ayuda que he recibido de su parte.

ÍNDICE

1. Introducción.....	3
2. Marco teórico.....	4
2.1. Prensa escrita.....	4
2.2. Feminismo.....	6
3. Objetivos e hipótesis.....	11
4. Metodología.....	14
4.1. Selección de artículos.....	15
4.2. Variables empleadas para el análisis estadístico.....	17
4.2. Técnica de investigación.....	17
5. Resultados.....	20
6. Conclusiones.....	31
7. Bibliografía.....	32
Anexos.....	34

INTRODUCCIÓN

El movimiento social feminista ha ganado estos años bastante fuerza. Hacia años que los ciudadanos y, principalmente ciudadanas, no se movilizaban en las calles de las ciudades españolas para denunciar la situación que, como mujeres que son, viven. A raíz de ello, estamos en un momento social, político y cultural en el que se están produciendo cambios a gran escala. A nivel político se están implementado muchas políticas de carácter feminista y esto se entiende, en parte, por el movimiento social que se está produciendo, pero también son los medios de comunicación quienes han producido esta *agenda setting* en los programas políticos de los diferentes partidos, pues los medios de comunicación tienen el poder de marcar las agendas políticas, pero también, de mostrar una imagen (frame) determinada del feminismo a la población. El objetivo de este trabajo es conocer, mediante un análisis de contenido de prensa, cual es la imagen que se transmite en los medios de comunicación españoles sobre el movimiento feminista, pues si bien es un movimiento al que cada vez más personas se incorporan debido a lo positivo que ven en ello, también existe una parte de la población que se distancia de este mismo movimiento social porque lo asocian -debido al estigma asociado al movimiento - a un sector radical de la población que solo quiere incrementar los conflictos entre hombres y mujeres, y entre las mismas mujeres, desacreditando así, este movimiento social para la igualdad entre los sexos. En este trabajo voy a investigar cuales son las connotaciones que la prensa da sobre este movimiento social, y cuales son los temas que más preocupan al hablar del feminismo en los diarios. Por tanto, el interés sociológico de este trabajo radica en conocer como es visto este movimiento social en nuestra sociedad, y como la prensa nacional tiene un papel importante en la imagen que se tiene del movimiento en cuestión.

MARCO TEÓRICO

Prensa escrita

Los medios de comunicación no son neutrales. Estos tratan los temas políticos, culturales, económicos y sociales desde su propia concepción de la realidad. Debemos entender los medios de comunicación como un campo social. Un campo en el que se dan unas relaciones entre los distintos medios de comunicación además de unas relaciones hacia el lector. Es cierto que un lector no consume necesariamente los artículos de un diario pasivamente sino más bien puede hacerlo desde una postura crítica, de desacuerdo hacia la valoración que hace el diario sobre un asunto en cuestión. Pero también es cierto que los diarios tienen un sector de la población fidelizada que lee sus artículos a diario, cada dos días, semanalmente, o bien otras frecuencias de lectura. Por tanto, la prensa es poder, poder que ejerce en varios niveles, entre ellos, a nivel político estableciendo la agenda de los partidos, pero también un nivel social en el que construyen un marco conceptual sobre algunos temas en concreto. Como dice McCombs, “los editores y directores informativos, con su selección día a día y su despliegue de informaciones, dirigen nuestra atención e influyen en nuestra percepción de cuáles son los temas más importantes del día. Esta capacidad para influir en la relevancia de las cuestiones del repertorio público es lo que ha dado a llamar la fijación de la agenda (agenda setting) por parte de los medios informativos [...]” “Y a base de tiempo, esos temas donde han puesto el acento se vuelven también los más importantes en la consideración pública (2004, p.24-25). La teoría de la agenda setting es en pocas palabras la teoría según la cual “aquellos temas destacados en las noticias llegaban a ser vistos, con el tiempo, como importantes por el público. Otro de los niveles de los que habla McCombs, el segundo, es el encuadre. “Encuadrar es la selección de – y el énfasis en – atributos concretos en la agenda mediática cuando hablamos de un objeto.” (1972, p.170). Estos atributos producen la imagen que tenemos del objeto en cuestión. Pero la agenda política también está configurada, en gran parte, por los medios de comunicación. Según Dearing y Rogers (1996) “el proceso de establecimiento de la agenda está compuesto de la agenda mediática, la agenda pública, la agenda política y la interrelación entre estos tres elementos¹” (1996, p.5). Igualmente

¹ The agenda-setting process is composed of the media agenda, public agenda and policy agenda ,and interrelationships among these three elements. (versión original)

es importante tener en cuenta el “Salience”. El Salience es para Dearing y Rogers “el grado de importancia con el que el tema (issue) de la agenda es percibido como relativamente importante” (Dearing et Rogers, 1996 citado por Palmira Chavero 2015, p.15). Al hablar de issue se entiende “a la noticia, y con ello, lo noticiable” (Chavero 2015, p.14). Por tanto, el Salience “se trata de un concepto relacionado con el anterior (issue) pero referido a la jerarquización de los temas” (Rodríguez, 2004, citado por Chavero, 2015 p.16). Si prestamos atención a la prioridad o preocupaciones que los españoles tienen, según datos del CIS, sobre temas asociados al feminismo como es la violencia de género y a la mujer en general, podemos observar que éstas han ido incrementado estos años (véase figura 1). Precisamente el año 2017, comenzando por el febrero del mismo año, los españoles empiezan a dar importancia al tema de la violencia de género, datos que se ven incrementados el año 2018 y considerablemente el año 2019. El año 2016 la preocupación, de media, no solía alcanzar el 1%, en 2017 sube alcanzando una media de 1.65, en 2018 a 3,8 y en 2019 alcanzando el pico de 6.69. En cuanto a “problemas relacionados a la mujer” ha habido un aumento hacia esta preocupación, pero no muy considerable, pasando casi de valores nulos a valores que en los años 2018 y 2019 llegan a alcanzar, por poco, un 1% de las preocupaciones de los españoles por este asunto según ese barómetro. En la mayoría de los barómetros la preocupación por estos temas se ha visto incrementada estos últimos años. Por tanto, a los ciudadanos españoles les empieza a preocupar ciertos temas relacionados con el feminismo y como se puede leer más abajo (véase apartado 3 de metodología), la prensa justamente estos años dedica más artículos al asunto en cuestión.



Figura 1 Evolución de la preocupación de los españoles por la violencia hacia la mujer y otros problemas hacia la mujer. En el gráfico lineal se puede observar como la preocupación de los españoles por estos dos asuntos ha aumentado bastante entre los años 2017-2019. Gráfico de elaboración propia mediante los datos obtenidos del barómetro del CIS sobre las principales preocupaciones de los españoles.

Feminismo

El feminismo es un movimiento social histórico cuyo inicio data del siglo XVIII. Este movimiento está dividido por diferentes etapas históricas también conocidas como olas.. Este movimiento ha resurgido estos años con más fuerza que nunca. “En los últimos se ha visto incrementada la visibilidad del feminismo en los medios de comunicación. Celebridades como Beyoncé, Oprah Winfrey y Miley Cyrus, mujeres con mucho poder en el mundo de la corporativo como Sheryl Sandber, estrellas del cine como Emma Watson y la nueva Duquesa de Sussex, Meghan Markle, son las nuevas caras del feminismo” ² (De Benedictis, Organ y Rottenberg 2019, p.720). Según De Benedictis (2019, p.720) si bien en la década anterior varios autores hablaban de una sensibilidad posfeminista y de renuncia al feminismo en los medios de masas, actualmente se da justo lo contrario. Nos encontramos en un panorama en el que el feminismo se vuelve popular. Otros autores han visto que el feminismo es rechazado por muchas mujeres en gran parte debido al estigma asociado al movimiento. En un estudio de Jill Swirsky y Domink (2014)

² The past few years have witnessed the increasing visibility of feminism across array of media. Celebrities such as Beyoncé, Oprah Winfrey and Miley Cyrus, high-powered women in the corporate world such as Sheryl Sandberg, movie stars like Emma Watson and the new Duchess of Sussex, Meghan Markle, are the new faces of feminism. (versión original)

han visto que un 45% de las mujeres entrevistadas no se consideran feministas por el estigma asociado a la palabra. De este 45%, un 20% considera que las feministas son extremistas, un 12,5% que las feministas han destruido la sociedad, un 5% que los hombres y mujeres son diferentes, un 4% que las feministas quieren la supremacía de las mujeres, un 3% que el feminismo no corresponde con sus valores religiosos o morales. Autoras como Melissa Szurgyi (2018) constatan lo mismo, que para algunas personas ser feminista es un honor por reivindicar los derechos de las mujeres mientras que para otras personas se toma esta palabra con más escepticismo por el estigma asociado a la palabra, como por ejemplo que son personas que odian a los hombres; y otras veces no se consideran feministas porque no encuentran que padecan desigualdades de género por ser mujeres. Incluso los políticos, según se ha visto en algunos estudios, rechazan este movimiento social sin importar si son conservadores o progresistas. “Algunos estudios realizados en diversos países sobre políticos y políticas, han permitido constatar una cierta reticencia, ver una hostilidad respecto al feminismo y las feministas tanto entre hombre como entre mujeres independientemente de sus orientaciones políticas” (Simms, 1993 ; Nowotny, 1981 ; Sineau, 1988 ; Hedlund, 1988 citado en Francis Dupuis-Déri 2013). Por tanto, los políticos son un sector bastante reticente a este movimiento social.

Para McRobbie (2007) si justamente el feminismo es para un sector de la población, destacando a las mujeres jóvenes, renunciado es porque es visto como algo negativo y la prensa es en parte responsable de ello. Los medios de comunicación de masas, dice Rhode, “han hecho mucho para frustrar como para avanzar en los objetivos feministas. Como las siguientes discusiones afirman, la prensa más importante se ha desinteresado o mostrado sin simpatías durante este movimiento durante estos años.³” (Rhode 1995, p.686). Además dice que la prensa es una aliada para hacer de los asuntos de mujeres una prioridad política. Pero la prensa no ha puesto especial atención al movimiento feminista. En parte eso se debe a la poca atención que se le ha prestado a la mujer. [...] “Dada la poca atención de la prensa a dar voz a las mujeres, esta falta de atención hacia el movimiento de las mujeres no debería ser una sorpresa.⁴” (Rhode 1995, p.690). Rhode asegura que el movimiento feminista ha sido caricaturizado en cuatro niveles: la

³ Have done much both to frustrate and to advance feminist objectives. As subsequent discussion suggests, the mainstream press appeared largely uninterested or unsympathetic during the movement's early years (versión original)

⁴ Given the media's long-standing inattention to women's voices, its inattention to the women's movements should come as no surprise (versión original)

demonización, la personalización y trivialización, la polarización y lo que ella llama “blurring the focus”. En el primer caso, Rhode dice que si las mujeres “están alineadas del movimiento feminista la prensa es responsable en cierta parte”.⁵ (Rhode 1995, p.692). “Sobre todo la prensa ha cubierto principalmente o desproporcionalmente al movimiento en una retórica y tácticas extremistas.”⁶ (Rhode 1995, p.693). Lo que se ha hecho es mostrar al feminismo como algo propio de personas radicales, autoritarias, antipáticas, entre otros adjetivos descalificativos. Otro problema de la prensa hacia este movimiento social es la mayor importancia al estilo que a las políticas. “Peor aun, la frecuente preferencia de los medios de comunicación por el estilo sobre la sustancia ha llevado al feminismo a otras situaciones de desventaja. La campaña para una constitución de derechos iguales (Constitutional Equal Rights Amendment (ERA)) proporciona abundantes ilustraciones. Por ello, para contrarrestar las aserciones de que los que apoyan esa Amendment son arpías radicales y no amas de casas “normales”, los grupos pro ERA planearon una serie de gestos culinarios.”⁷ (Rhode 1995, p. 697). Así mismo Rhode señala que Hillary Clinton lo que habría necesitado no era “una imagen diferente sino un debate diferente, que se centraran menos en el estilo personal y más en la sustancia política.”⁸ (Rhode 1995, p.699). Otro elemento con el que juega la prensa es la polarización, sobre todo con el movimiento feminista. En los movimientos feministas “los periodistas normalmente ofrecen una muestra de los comentarios más radical y después hacen esfuerzos especiales para alinearse de esa retórica”⁹ (1995, p.701). Esto lo que genera es polémica. Por último, Rhode en su punto sobre “Blurring the focus” dice que la prensa quita importancia al movimiento feminista en su dimensión política de transformación y le da importancia al “self-transformation”, por ejemplo, como ser una máñager exitosa o una buena madre. Así pues, la prensa, según ha visto Rhode (1905) presenta el movimiento feminista más como un estilo de vida y no como un movimiento político.

⁵ Women are alienated from feminism, the press’s own caricatures are at least partly responsible (versión original)

⁶ Much early coverage focused exclusively or disproportionately on ‘extremist’ tactics and rhetoric. (versión original)

⁷ Worse yet, media’s frequent preference for style over substance has lured feminists into other no-win situations. The campaign for a constitutional Equal Rights Amendment provides ample illustrations. To counteract assertions that supporters of the amendment were all radical harpies rather than “normal” homemakers, pro-ERA groups planned a series of culinary gestures. (versión original)

⁸ A different image but a different debate, which focused less on personal style’ and more on political substance (versión original)

⁹ Reporters commonly offer a sampling of the most radical comments and then make special efforts to alienated from such rhetoric. (versión original).

Si bien se ha mostrado esta perspectiva negativa del feminismo en la prensa, De Benedictis et al, han observado un cambio de paradigma en la actualidad en comparación al siglo pasado. “De hecho, luchar por la igualdad de género e identificarse como feminista se ha vuelto una marca de orgullo y un recurso de capital cultural para muchas mujeres con una posición social buena.”¹⁰ (2012, p.720). La prensa inglesa ha tenido un rol importante “donde este tipo de discurso feminista ‘popular’ (Banet-Weiser, 2018) o ‘neoliberal’ (Rottenberg, 2018) tiende a oscurecer las críticas estructurales de la desigualdad de género, siendo difundidas y, así, ganando importancia¹¹” (2012, p. 720). Además, la prensa juega un papel importante en divulgar este feminismo liberal o popular que llega a la población. Así mismo, De Benedictis et al (2012) dicen que, en paralelo a este resurgimiento del feminismo popular, ha ganado de nuevo fuerza las protestas feministas en muchos países. Para ello, las redes sociales han tenido un papel importante. “Los escolares han demostrado como la escala y la naturaleza transnacional de este activismo ha sido permitido gracias a las redes sociales”¹² (Mendes et al., 2018, citado por De Benedictis et al, 2012, p.720). Alguno de estos proyectos, dice, son el MeToo o BeenRapedNeverReported.

Otra autora que ha analizado este movimiento social en la prensa es Mendes (2012), la cual ha visto como el feminismo de los años 70/80 se mostraba en la prensa como un conflicto entre feministas radicales y no radicales, mientras que en el año 2008 el énfasis estaba en diferenciar entre el feminismo de la segunda ola del feminismo de la tercera ola, siendo este visto en este último periodo como algo positivo, alegre, moderno y sexy. Se compara un feminismo del pasado que decía como una mujer debía vestir, que debía hacer, que una no debe tener el apellido de su esposo, entre otras ideas, a un feminismo donde una puede decidir, individualizado. “Mientras que la actitud individualizada del ‘es posible o se puede’ cada vez se comprende mejor, lo que ‘uno puede hacer’ en estos artículos está frecuentemente restringido a demostrar la feminidad de una misma, haciendo ostentación del poder sexual de uno mismo, o comprando bienes que pueden

¹⁰ Indeed, championing gender equality and identifying as feminist have become a mark of pride and source of cultural capital for many high-profile women. (versión original)

¹¹ in which this type of ‘popular’ (Banet-Weiser, 2018) or ‘neoliberal’ (Rottenberg, 2018) feminist discourse, which tends to obscure structural critiques of gender inequality, has been disseminated and, thus, gained prominence. (versión original)

¹² Scholars have demonstrated how the scale and transnational nature of this activism are enabled by the affordances of digital media. (versión original)

llevar al empoderamiento o a signos de éxito”¹³” (2012, p.562). En el estudio de Mendes (2012), otra diferencia que se da entre 1968-1982 y el año 2008 es que para este ultimo año el empoderamiento gana mayor importancia en los artículos. “Mientras los datos del análisis de contenido revelan que las nociones del feminismo liberal eran dominantes entre 1968 y 1982 (41% de los artículos) se ha dado un cambio de perspectiva en 2008 hacia valores y creencias neoliberales. Donde los artículos un momento daban importancia a los derechos de la mujer a la igualdad social, política, legal, sexual y económica, en 2008 era frecuentemente asumida la igualdad de la mujer con el hombre, y el foco se daba en los límites de las mujeres en las oportunidades personales”¹⁴ (2012, p.563) “Igual que entre 1968 y 1982, y de nuevo en 2008 el feminismo ha sido noticiable, una preocupación mediática, tanto en la muestra de la prensa Británica como la Estadounidense reflejan generalmente la eliminación de conceptos relacionado al feminismo como radical, un lenguaje negativo al movimiento, críticas y noticias de su activismo.¹⁵” (2012, p.564). Además, según la autora el feminismo ha sido entendido desde una lógica (neo)liberal posfeminista.

En cuanto al framing, autoras como Mendes (2011) han utilizado para su estudio del feminismo en la prensa tres frames: “supportive frame”, “opposition to feminism”, y los artículos que son “contradictory or complex movement”. Este último frame engloba aquellos artículos que ni apoyan ni deslegitiman este movimiento social. Mendes tiene en consideración para este frame (ambiguo) lo siguiente. “El artículo aquí ha sido codificado con un frame como complejo por la disyunción entre el apoyo a los objetivos que las feministas quieren lograr y el rechazo del mismo feminismo, y es una posición identificada por otros como “Jekyll and Hyde”, donde los objetivos feministas están construidos como racionales pero las feministas no lo son”¹⁶ (Edley & Wetherell, 2001,

¹³ While this individualized ‘can do’ attitude is understandably appealing more often than not, what one can do in these articles is frequently restricted to demonstrating one’s femininity, flaunting one’s sexual power, or purchasing goods which will either lead to empowerment or are signs of its achievement

¹⁴ While data from the content analysis reveal that liberal notions of feminism were dominant between 1968 and 1982 (41 per cent of articles) there is a marked change in focus in 2008 towards neoliberal beliefs and values. Where articles once stressed women’s right to be granted equal social, political, legal, sexual and economic rights, by 2008 it was frequently assumed women were already equal, and the focus was now moving towards women’s endless range of (personal) choices.(versión original)

¹⁵ Although feminism has remained a newsworthy topic between 1968 and 1982, and again in 2008, both my British and American news samples witnessed a general erasure of (radical) feminist concepts, language, critiques, and news of its activism. (versión original)

¹⁶ The article here was framed as complex because of the disjunction between its support for goals which feminists champion and the rejection of feminism itself, and is a position identified by others

p. 443 citado en Mendes 2011 p.92). En su estudio el frame dominante es el primero con un 50% de la muestra de los artículos; los artículos que se oponen al feminismo suponen un 32% y el que menciona el feminismo como complejo o contradictorio un 18%. La sorpresa para la autora “es la prevalencia de un frame que apoya al movimiento, y más aún, que los dos diarios conservadores – the Chicago Tribune y The Times – usan frecuentemente este frame.”¹⁷ (2011, p.93). Para su estudio, pues, el feminismo tiene bastantes connotaciones positivas incluso en la prensa conservadora. Para este estudio, se ha tenido en cuenta, en lo que refiere al framing, los mismos frames que usa Mendes.

2.OBJETIVOS E HIPOTESIS

El objetivo principal de este trabajo es conocer, con una mirada general, pero a la vez precisa, de como el movimiento feminista está concebido y es abordado en los principales medios de comunicación escritos de España. He partido de la idea que los medios de comunicación transmiten a los lectores un mensaje positivo sobre este movimiento, pero que una gran parte de los artículos aún siguen teniendo una connotación negativa, sobre todo en la prensa conservadora. La principal pregunta de este trabajo es la siguiente. ¿La prensa nacional española traslada a la ciudadanía un mensaje positivo del movimiento feminista, así legitimándolo, o bien se le da una imagen de carácter más negativo? El objetivo de este trabajo es, pues, saber si nos encontramos ante una legitimación del movimiento social feminista o si bien nos encontramos en una situación en que la agenda pública de la prensa deslegitima, en buena parte, el movimiento. Además, lo que se quiere conocer son los principales temas asociados a este movimiento social. Así pues, las hipótesis que siguen al siguiente trabajo son las siguientes.

1- PRIMERA HIPOTESIS

Según vio Mendes (2011) los diarios conservadores del Reino Unido y de Estados Unidos hacen un uso bastante positivo del movimiento feminista. A la autora le sorprendió

As ‘Jekyll and Hyde’, where feminist goals are constructed as rational, while feminists are not. (versión original)

¹⁷ Is the prevalence of supportive frames, and furthermore, that my two conservative publications – the Chicago Tribune and The Times – frequently employed this frame (versión original)

principalmente de los medios de comunicación más conservadores usar un frame bastante positivo. En este trabajo parto de la idea que la prensa conservadora del estado español hace un uso más negativo que positivo de este movimiento social en comparación a la prensa progresista.

H.1 Los diarios de izquierda (El País y eldiario.es) hacen un uso más positivo del feminismo que los diarios de derechas (El Español y El Mundo).

2- SEGUNDA HIPOTESIS

En relación con la hipótesis anterior, se quiere observar si se ha producido algún cambio en la connotación que se hace del movimiento feminista en el periodo de análisis seleccionado, es decir, el periodo de 2017 a 2019, para ver si este movimiento con el paso de los años ha ganado una mayor legitimación o se ha visto cada vez más deslegitimado. La hipótesis es la siguiente.

H.1. La prensa nacional española, tanto la conservadora como la progresista, hace un uso cada vez más negativo del movimiento feminista según pasa el tiempo, siendo los artículos del año 2019 los que tienen un frame más negativo.

3- TERCERA HIPÓTESIS

Según se ha leído más arriba varios autores como Sineau y Hedlund según cita Depuis-Déri (2013) constatan que los políticos suelen mostrar reticencias hacia el movimiento social feminista. Entendiendo la importancia que juegan los políticos en los movimientos sociales, pues su apoyo o no apoyo a un movimiento social puede hacer que éste gane más fuerza, planteo la siguiente hipótesis.

H.1 Los políticos hacen un uso negativo del movimiento feminista y los periodistas un uso más positivo del mismo del concepto.

3- CUARTA HIPOTESIS

Algunos autores como De Benedictis (2019) y McRobbie (2007) han apreciado que muchas personas, pero sorprende que también sean mujeres, no se identifican como feministas porque no están totalmente de acuerdo con los objetivos del movimiento por

varias razones. Algunas de estas razones se deben a que creen que se han logrado los objetivos del movimiento, o porque este movimiento ha sido estigmatizado y por eso no se reconocen como feministas. Partiendo de esta premisa, y constatación, planteo la siguiente hipótesis para ver si en la prensa española las mujeres tienen un tono más positivo sobre este movimiento social que los hombres, pues son ellas las que se ven beneficiadas en mayor grado por este movimiento social.

H.1 Las mujeres hacen un uso más positivo del feminismo que los hombres.

4- QUINTA HIPOTESIS

Según Rhode (1995) los diarios, tanto progresistas como conservadores hacen un uso mayor del feminismo como estilo que como sustancia

H.1 Los diarios de derechas asocian en mayor grado que los diarios de izquierda al feminismo como estilo que como sustancia.

5- SEXTA HIPOTESIS

Igual que observó Mendes (2011) y se ha anotado más arriba, aquellos que se refieren al feminis* como un estilo lo suelen hacer en un sentido más negativo que cuando se refieren a éste como una política o propuesta política o a los objetivos del movimiento social en cuestión, es decir, se refieren al movimiento como sustancia. Por ello resulta de interés ver si la manera de ser feminista es visto con un frame negativo pero las políticas feministas son vistas con un carácter más positivo. La hipótesis es la siguiente.

H.1 Aquellos autores que utilizan el vocablo feminis* como estilo lo hacen en un grado más negativo que cuando se refieren a éste como sustancia

6- SÉPTIMA HIPÓTESIS

Entendiendo que en las entrevistas y en los artículos de opinión resulta más probable que se explice la opinión que se tiene acerca de un asunto, podemos conocer y resulta de gran interés saber cuales son las valoraciones que hacen cada uno de ellos según el tipo

de diario al que pertenecen estos artículos analizados, pues esto tiene, en mayor o menor grado, un impacto hacia los lectores.

H.1 Los artículos de opinión son el tipo de artículo que se usa una connotación más negativa de este concepto en comparación con los artículos de noticias ordinales.

METODOLOGÍA

En la selección de los diarios se ha tenido en consideración el número de lectores en cada uno de ellos. Por lo que se han seleccionado aquellos diarios con mayor número de lectores según distintos criterios que un poco más adelante concreto. Los diarios en papel de información general más leídos en miles de lectores en España según datos proporcionados por la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD), extraídos de Infolibre (2018), en el año 2018, son El País con 85.594 lectores y el Mundo con 56.091 lectores. Los datos de OJD son bastante parecidos a los del Estudio General de Medios (EGM) y a los de Statista, siendo los resultados para estos dos últimos idénticos en los diarios citados. Según datos de EGM (2019) y Statista (2019) los tres diarios más leídos a nivel nacional son El País, El Mundo y La Vanguardia, seguido de La Voz de Galicia y el ABC. Los diarios digitales con más lectores (millones de lectores), según datos de Comscore publicados en diciembre de 2019 y recuperados de dircomfidential (2019), son La Vanguardia (21,7), El País (20,9), ABC (19,8), El Mundo (19,0), El Español (19,0), y cinco posiciones más abajo eldiario.es (9,8). Así pues, he elegido los siguientes diarios nacionales con mayor influencia, combinando unos progresistas con otros de conservadores, y unos digitales con otros de papel: El País, El Mundo, El Español y eldiario.es. El País y eldiario.es son diarios progresistas, siendo el primero un diario en papel y el segundo digital; y el El Español y El Mundo conservadores, siendo el primero digital y el segundo en papel.

La ideología propia de estos diarios es la siguiente según se ha visto en un estudio de Natalia García (2015). El País es un diario de centroizquierda favorable al PSOE pero que a la vez es crítico con él, marcando así su agenda política y El Mundo un diario centro-liberal. En lo que refiere al Español, este es un diario de derechas, y eldiario.es un diario de izquierdas. Por otro lado, algunos datos sobre la relación entre votantes de un partido político y los lectores de un diario pueden resultar de utilidad para ver la afinidad

entre ambas variables, aunque eso no explique la ideología del diario. Según una encuesta del CIS realizada en mayo del 2016, los lectores de *El País* y *eldiario.es* son mayoritariamente votantes de partidos de izquierdas, entre ellos, PSOE, Podemos, IU y destaca también Cs, mientras que los lectores de *El Mundo* y *el Español* son la mayoría de ellos votantes de partidos de centroderechas: PP y Cs.

4.1. SELECCIÓN DE ARTÍCULOS

Los criterios la muestra de artículos son los siguientes. En primer lugar, voy a buscar todos aquellos artículos que se ajusten en Factiva – plataforma utilizada para obtener los artículos – a la palabra “feminis*” Al introducir el asterisco en la raíz de la palabra “feminis” nos aseguramos que el programa nos busque todos aquellos artículos en los que aparecen las diferentes variantes de la misma. Principalmente aparecen la palabra feminismo, feminista, feministas, aunque pueden aparecer otras, si bien con menor recurrencia. El segundo criterio es que la muestra total de artículos es de 360, es decir, que voy a analizar 90 artículos por diario, muestra suficientemente grande para llegar a conclusiones. En tercer lugar, voy a recoger todos los artículos publicados entre el 1 de enero de 2017 y 31 de diciembre de 2019. El motivo de iniciar la muestra el año 2017 es porque en el año 2018 el movimiento feminista gana bastante fuerza a nivel nacional, por lo que la variable año será imprescindible para el análisis de prensa como variable independiente. Precisamente para el año 2017 en Factiva , para los diarios seleccionados, hay 1498 artículos donde aparece feminis* (151 artículos donde feminis* está en el titular), 3906 artículos el año 2018 (551 artículos donde feminis* está en el titular) y 3902 artículos con el concepto feminis* para el año 2019 (509 artículos donde feminis* aparece en el titular). En cuarto lugar, solo elegiré aquellos artículos en los que el concepto feminis* aparezca en el titular. El motivo de solo centrarme en aquellos artículos que aparezca la palabra feminis* en el titular del artículo es para asegurarnos que el artículo aborda este tema como tema principal. Es lo mismo que Jaworska y Krishnamurthy (2012) hicieron al solo elegir aquellos artículos en los que el concepto feminis* aparece en el titular y subtítulo del artículo para así poderse asegurar que el asunto del feminismo (feminis*) es el tema principal abordado. En quinto lugar, la muestra será aleatoria sistemática para el periodo en cuestión, habiendo sido previamente ordenada desde los artículos más antiguos hasta los más recientes. Es decir, que para elegir los artículos se seguirá la siguiente formula operacional.

Elección aleatoria de artículos = nº total artículos por diario en Factiva/ nº total artículos a analizar

Así pues, para ese intervalo entre enero del 2017 y diciembre del 2019, eligiendo los artículos donde feminis* aparezca en el titular. La muestra para cada diario es la que aparece en la siguiente tabla. (véase tabla 1). Aplicando la fórmula que he mencionado, la muestra aleatoria sistemática para cada diario es la siguiente. Para El País, El Mundo y eldiario.es elegiré un artículo por cada 3 artículos que aparezcan en Factiva, y para El Español será cada una selección por cada 4 artículos que aparezcan. Esto para con la finalidad de así poder analizar 90 artículos por diario de manera aleatoria durante este periodo temporal seleccionado entre 2017 y 2019.

Diario	Muestra artículos para el periodo seleccionado de 2017 a 2019
El Español	354
El País	306
Eldiario.es	270
El Mundo	274

Tabla 1. La muestra de artículos para cada diario en Factiva según el siguiente criterio: los artículos en los que la palabra feminis aparezca en el título del artículo.*

Por último, se ha podido ver que el número de artículos que se han publicado en la prensa nacional estos años se ha visto incrementada. Esto refleja la cada vez mayor importancia de este movimiento social en nuestra sociedad como bien dice Mendes. En Factiva se puede ver como el número de artículos que aparecen al ser buscada la palabra feminis* ha ido subiendo estos años. En 2017 para los diarios elegidos el total de artículos publicados era de 1498, en 2018 de 3906 y en 2019 de 3902. Esto evidencia que, a nivel nacional de España, la prensa ha dedicado cada vez más importancia al movimiento feminista, lo cual quiere decir que el movimiento feminista está a la orden del día, sobre todo desde 2018 cuando las calles de las ciudades españolas se llenan de manifestantes reivindicando ciertas demandas para las mujeres. En otras palabras, el movimiento feminista, pero en gran modo, la prensa nacional, están estableciendo la agenda política de los partidos a una velocidad u otra. Eso se refleja muy bien en los artículos analizados donde se ha podido observar que muchos partidos políticos y gobiernos ya han establecido en su agenda política políticas de carácter “feminista”.

VARIABLES EMPLEADAS PARA EL ANÁLISIS ESTADÍSTICO

Las variables que se han utilizado para este estudio son todas ellas cualitativas nominales porque la única finalidad ha sido la de clasificar las observaciones en los artículos analizados. Por ello, en este trabajo lo que se ha hecho para cada variable es asociar un valor numérico preestablecido para cada categoría en cuestión. Estos valores numéricos han sido después, en el programa estadístico usado, RStudio, recodificados como categorías cualitativas según estaba establecido en el libro de códigos con el cual he trabajado. No he usado ninguna variable de tipo cuantitativo porque el único objetivo de este trabajo es conocer cuales son los atributos ligados a este movimiento social. En el siguiente apartado explico con más detalle como he trabajado con cada una de estas variables a la hora de decidir que valor era el adecuado de elegir.

TÉCNICA INVESTIGACIÓN

Para este trabajo voy a realizar un análisis de contenido de prensa. “El análisis de contenido es un método documental el cual realiza un análisis cuantitativo y/o cualitativo del contexto de los textos, imágenes, películas y otras formas verbales, visuales o escritas de comunicación”¹⁸ (Krippendorff, and Bock, 2008, Franzosi, 2008; Hisich and Schanon, 2007, citado en Sarantakos 2012, p.314) “Este análisis puede estar relacionado a las formas de comunicación, las intenciones de comunicación del comunicador, las técnicas de persuasión, el estilo de texto, la audiencia y motivos, actitudes o valores”¹⁹ (ibid 2012,p.314). El uso de esta técnica para este estudio es de gran utilidad porque permite analizar en un programa estadístico, en este caso RStudio, una gran cantidad de artículos. La codificación se ha apoyado a través de un libro de códigos en el que se establecen las variables y las categorías correspondientes a éstas y que son importantes para nuestro

¹⁸ Content analysis is a documentary method that aims at a quantitative and/or qualitative analysis of the context of texts, pictures, films and other forms of verbal, visual or written communication” (versión original)

¹⁹ This analysis may be related to forms of communication, intentions of the communicator, techniques of persuasion, text style, the audience and motives, attitudes or values. (versión original)

objeto de estudio. Las variables que se han usado para este trabajo son principalmente las siguientes: DIARIO, AÑO, USO, TERM, ASOCIADO y SEXO.

- DIARIO: Se codifica el diario al que se analiza el artículo: El País (1), Eldiario.es(2), El Español (3) El Mundo (4). Esta variable ha sido usada como variable independiente.
- AÑO. Se introduce la fecha en la que se ha publicado el artículo de la siguiente manera: dd/mm/aaaa. Además, se ha creado una nueva variable en la que estas fechas han sido recodificadas con su respectivo año correspondiente, eliminando así el día y mes de la variable original. Esta variable ha sido empleada como variable independiente.
- USO: Se tiene en cuenta la manera de comprender el movimiento feminista. Como sustancia (1), es decir, asociando el feminismo con una política o propuesta política; estilo (2) entendiendo al movimiento feminista como una manera de ser; ambiguo (3) aquellos artículos en los que no queda claro a que se refiere el autor; o bien ninguno. Esta variable ha sido empleada como variable independiente
- TERM: la manera en que el autor que hace uso del concepto feminis* concibe este movimiento. Puede ser entendido de manera positiva (1), negativa implícita (2), negativo explícito (3), neutral (4), ninguno (5) ambiguo (6). Para considerar si un artículo es positivo, negativo, neutral o ambiguo he seguido el siguiente planteamiento apoyado en parte por la misma metodología de Mendes (2011). He considerado como positivo aquellos artículos que conciben al movimiento como “liberador”, “necesario” para las mujeres, hombres y la sociedad en general, o aquellos que tienen una vinculación estrecha con el concepto. “Tener una persona poderosa permite y facilita que la etiqueta feminista sea un buen ejemplo para la comunidad, e indica que es una fuerza positiva para la vida de las mujeres” (2011 p.87)²⁰ . Para la categoría “negativo” he tenido en cuenta aquellos artículos que asocien este movimiento social como algo negativo para la sociedad, para aquellos que participan en la sociedad. Aquellos artículos en los que se entiende este movimiento como algo que retrocede en los derechos y la igualdad alcanzada entre hombres y mujeres, que quiere imponer unos esquemas rígidos a las personas, y en los que se consideran a las personas -mujeres sobre todo- feministas

²⁰ Having a powerful person embrace the feminist label sets a good example to the community, and indicates that it is a positive force in women's lives. (versión original)

como agresivas, que odian a los hombres, han sido codificados como negativos. Los artículos en los cuales el autor tiene una postura próxima al feminismo, pero es crítico a la vez con el mismo movimiento, los he categorizado como ambiguos. En cuanto a los artículos ambiguos se ha tenido en cuenta el mismo criterio que Mendes. “El artículo aquí ha sido codificado con un frame como complejo por la disjunción entre el apoyo a los objetivos que las feministas quieren lograr y el rechazo del mismo feminismo, y es una posición identificada por otros como “Jekyll and Hyde”, donde los objetivos feministas están construidos como racionales pero las feministas no lo son”²¹ (Edley & Wetherell, 2001, p. 443 citado Mendes 2011 p.92) Por tanto, la categoría “ambiguo” se ha utilizado en aquellos artículos en los que los autores usan este vocablo por un lado a favor del movimiento feminista y, por el otro lado en contra del mismo. Por último, aquellos artículos que no se da a entender ninguna postura entorno a este movimiento han sido codificados como neutrales. Esta variable ha sido empleada como variable dependiente.

- ASOCIADO: las categorías usadas son aquellas que representan algún tema del movimiento feminista: violencia de género, (des)igualdad, discriminación, empoderamiento, acoso, urbanismo y otros temas codificados como “otros”. Se ha utilizado dos las variables “asociado” con el objetivo de tener en cuenta los dos temas principales de la noticia. En el primer asociado se pone el tema principal del artículo, y en el segundo asociado el segundo tema principal de la noticia si lo hay. Los datos obtenidos para estas dos variables han sido, después unidos en la tabla de frecuencias.
- SEXO: hace referencia al sexo de los autores, hombre o mujer. Si bien en algunos casos se codifica como “No sexo” si no se menciona éste en el artículo, o bien “Ambos” si son dos autores donde cada uno de ellos pertenece a uno de los dos sexos. Esta variable ha sido usada como variable independiente.

Todas estas variables, a excepción de la variable AÑO, se han codificado mediante categorías numéricas, es decir, que se ha asociado a cada categoría un valor siendo el

²¹ The article here was framed as complex because of the disjunction between its support for goals which feminists champion and the rejection of feminism itself, and is a position identified by others as 'Jekyll and Hyde', where feminist goals are constructed as rational, while feminists are not. (versión original).

valor más bajo el 1. En el programa utilizado estos valores han sido pasados a categorías cualitativas Character según estaba establecido en el libro de códigos de mi estudio. Por último, en este trabajo voy a utilizar el programa estadístico RStudio, realizando así un análisis de tabla de contingencia para obtener los resultados deseados.

RESULTADOS

Los resultados obtenidos en este análisis de contenido muestran que el feminismo claramente es mostrado mayoritariamente de manera positiva en la prensa española con un 49% del total de los artículos. Resultados parecidos al estudio de Mendes (2011) donde el 50% de los artículos que analiza son de carácter positivo para la prensa británica y estadounidense. Los artículos con connotación negativa suman en total un 11% del total de los artículos (3% artículos con connotación negativa implícita y 8% artículos con connotación negativa explícita), un 13% de los artículos son de carácter ambiguo, es decir, aquellos que su mensaje está entre una aproximación a favor del feminismo, pero a la vez está en contra de este por diversas razones; y un 27% del total de los artículos se muestra de manera neutral. De este conjunto de artículos, una gran parte hacen referencia al feminismo o a ser feminista a un movimiento social (35.6%), en segundo lugar, a actores culturales importantes (8.2%), es decir, a pintores, músicos, actores del arte cinematográfico, entre otros actores; seguido por políticos (6.5%), propuestas políticas o políticas (4.7%), y “otros” (40.3%).

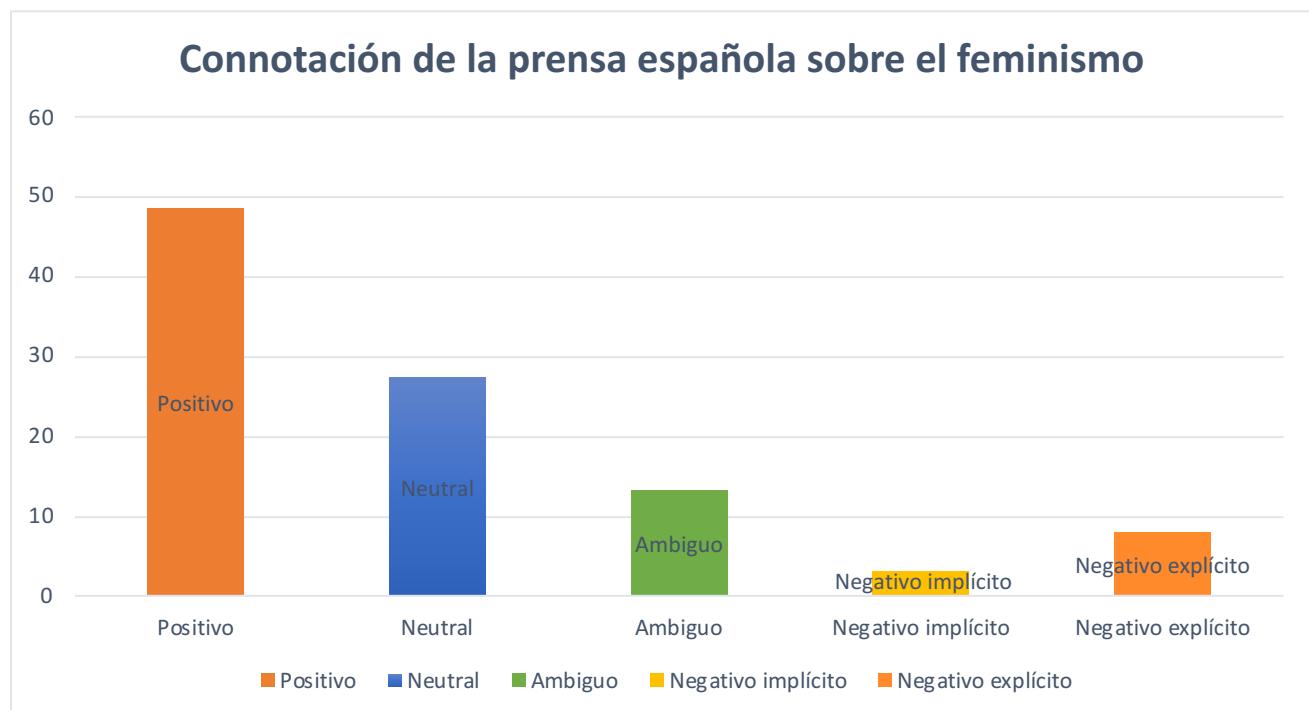


Figura 1 Connotación de la prensa española sobre el feminismo. En el gráfico puede verse los frames con que la prensa española muestra el feminismo – positivo, negativo (explícito e implícito), neutral y ambiguo. Gráfico de elaboración propia con datos obtenidos mediante el análisis de contenido.

Volviendo a los datos obtenidos sobre la valoración hacia este movimiento si los miramos según diario podemos ver reflejadas las diferencias que se dan. Aproximadamente todas las líneas editoriales tienen una imagen positiva hacia el feminismo. La mayoría de ellos hablan de feminismo como un movimiento social positivo - alrededor del 50% - si bien El País (53,48%) es el diario que más positivamente habla del feminismo y El Mundo (40,46%) es el diario que, de entre todos ellos, habla menos favorablemente sobre feminismo. En cuanto al uso neutral del feminismo en estos diarios, El Mundo (33,33%) es el diario que, hacia un uso mayor de éste, seguido por Eldiario.es (30,68%), El País (27,90%) y el que menos El Español (17,281). Si miramos las connotaciones negativas, el diario con un número mayor de artículos con connotación negativa se encuentra El Español (15,21%), seguido por El Mundo (10,71%), El País (9,30%) y de Eldiario.es (7,95%). Lo curioso de estos resultados es que el diario El Español destaca por ser uno de los diarios que habla más positivamente del feminismo, pero a la vez es el diario con mayor número de artículos con connotaciones negativas, no siendo El Mundo que es, precisamente, el diario con menor número de artículos cuyas connotaciones sean positivas. Aún así, el diario El Mundo sigue destacando por tener un número alto de artículos con connotación negativa. Por lo que refiere a artículos con connotaciones ambigias, aquellos diarios que más hacen uso de este frame son El Español (17,39%), seguido por El Mundo (15,47%), eldiario.es (10,22%) y El País (9,30%). Estos datos reflejan que se dan ciertas diferencias en cuanto a la imagen que se tiene sobre el feminismo, habiendo artículos cuyo discurso llega a ser crítico con el feminismo en tanto tiene una imagen negativa sobre éste, pero a la vez una imagen positiva del mismo.

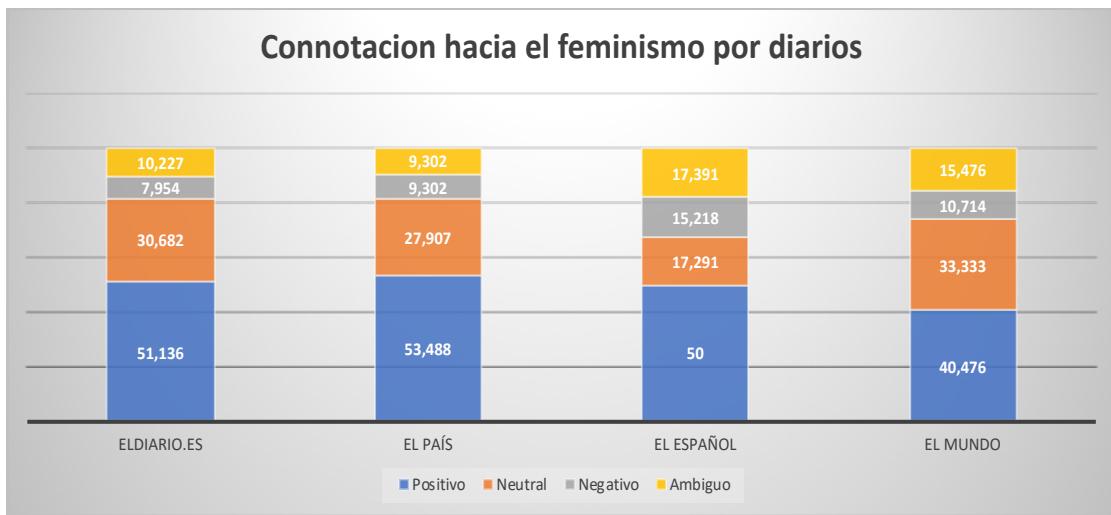


Figura 2 Connotación hacia el feminismo según diario. En el gráfico se muestra que tienen los diarios hacia el feminismo. Gráfico de elaboración propia con datos obtenidos mediante el análisis de contenido.

Si bien he comentado que se dan estas diferencias entre los diferentes diarios nacionales, estas diferencias sin embargo no podemos asegurar que se deban a la editorial porque los resultados obtenidos en el análisis estadístico muestran un Chi Cuadrado de un 12.17 con un p-valor de 0.204. Siendo 0.204 mayor que el valor de significación de 0.005, no podemos asegurar, con seguridad, que se de una asociación entre las variables, por lo que debe aceptarse la hipótesis nula de independencia. Por otro lado, en cuanto a la segunda hipótesis respecta, debemos aceptar la hipótesis nula de independencia con un valor de significancia de 0.676, por lo que no podemos asegurar que la prensa nacional, ni progresista ni conservadora, haya hecho con el paso de los años un uso cada vez más negativo o positivo.

Connotación de los diarios nacionales españoles hacia el movimiento social feminista entre los años 2017 y 2019.

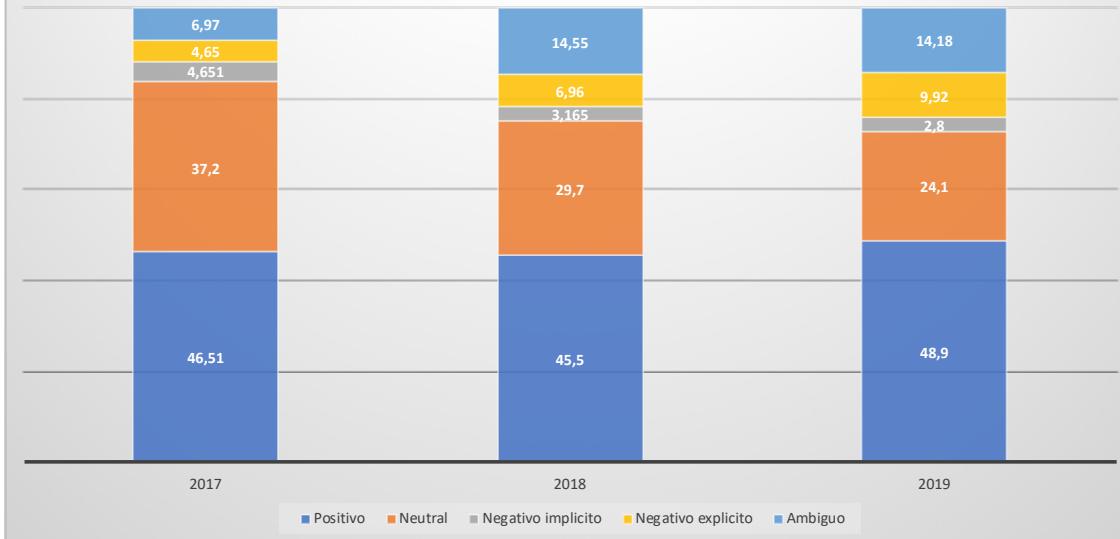


Figura 3. Connotación hacia el movimiento feminista entre los años 2017 y 2019 en un gráfico de barras. Como se puede apreciar en el gráfico no se dan grandes diferencias en estos años.

En cuanto a las connotaciones hacia el feminismo según quienes son aquellos que utilizan este concepto, es decir, si son periodistas, especialistas, políticos u otros actores sociales, podemos apreciar diferencias significativas, destacando los políticos como aquellos que hacen un uso más negativo del feminismo. Los resultados obtenidos del análisis estadístico dan con un p-valor de 0.001, menor al nivel de significancia, lo que permite rechazar la hipótesis nula de independencia. Además, la asociación entre ambas variables es alta con un valor de Crammer del 0.293 que es cercano a 0.300. Lo que quiere decir que la opinión que se tiene sobre el movimiento feminista depende del tipo de autor que se es. Si miramos las diferencias que se producen entre los diferentes autores podemos apreciar lo siguiente. Los políticos hacen un uso poco habitual del concepto feminismo de manera positiva (35.71%), un uso ambivalente bastante destacado (26.190%) y son quienes hacen un uso más negativo de este movimiento social (38.0%). Los periodistas tienen un tono más positivo (50.00%) hacia el feminismo en comparación a otros actores, y son de los que más utilizan este concepto de manera neutral (36.97%) y a la vez un uso muy reducido del concepto feminismo con tono negativo (2.94%), si bien una parte de los artículos tienen cierta connotación ambivalente (10.08%), lo que puede reflejar cierta discrepancia hacia el movimiento. Los especialistas mantienen un tono bastante variable en el uso del concepto feminismo. Los artículos positivos son los más destacados

(38.46%) pero en comparación a otros autores, este valor es bastante más bajo. Además, de manera similar se hace un uso ambiguo sobre el movimiento feminista (30.76%) lo que parecería ser que los especialistas tienen un discurso más crítico hacia este movimiento social, es decir, que son aquellos que tienen un discurso a la vez favorable y desfavorable hacia el movimiento en cuestión, seguramente debido a su posición de especialistas. Así mismo, el uso negativo hacia el feminismo (23.08%) por su parte es bastante considerable y el uso neutral es bastante bajo (7.70%). Por último, al grupo “Otro” destaca un gran número de artículos con carácter positivo hacia el movimiento social (56.14%) seguido por un uso negativo del mismo (21.05%), y un uso negativo bastante bajo (10.52%). Parece, pues, que “otros”, que son la mayoría de las veces actores sociales y culturales importantes, valoran bastante bien este movimiento. De modo que parece ser que entre los periodistas se hace un uso bastante positivo hacia el feminismo mientras que por el lado de los políticos se da un uso bastante negativo de este movimiento social, lo que evidencia que es el sector que toma más distancia de este movimiento en comparación a los otros autores y los especialistas son aquellos que, posiblemente debido a su especialidad en el tema en cuestión, pueden tener un discurso más crítico sobre el movimiento.

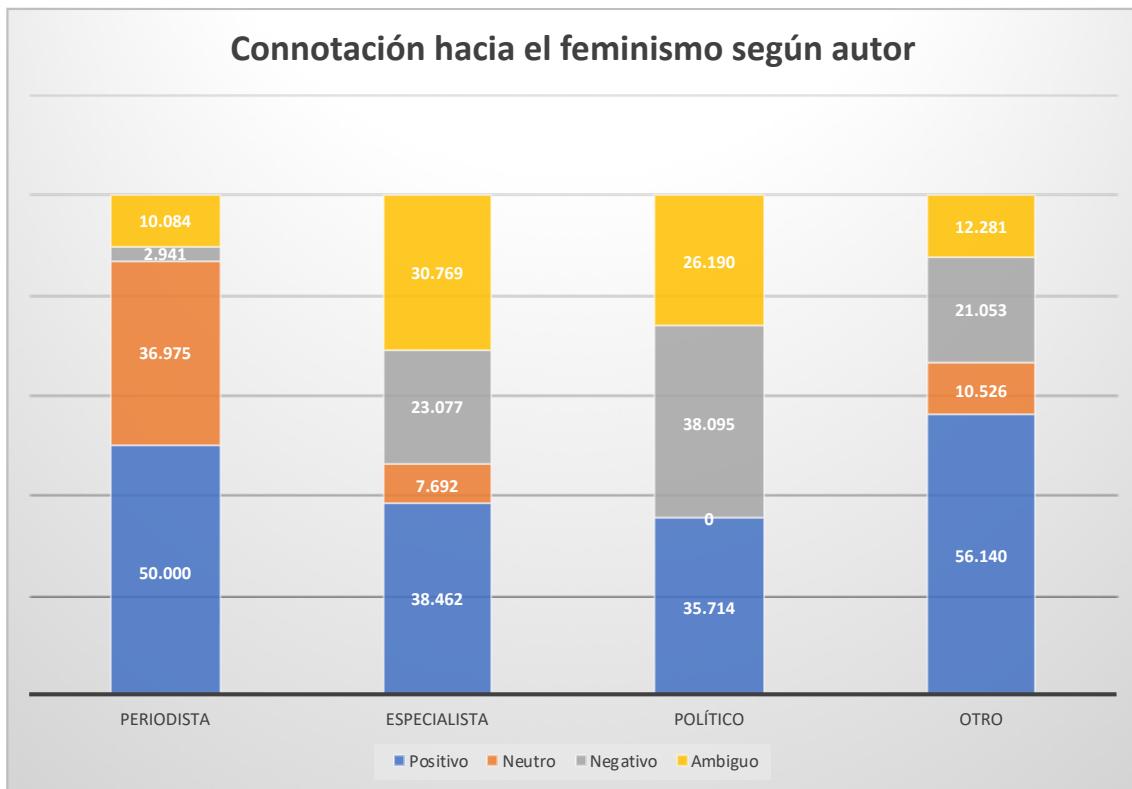


Figura 4. Connotación hacia el feminismo según tipo de autor. Gráfico de barras sobre la valoración que hacia los distintos autores sobre el movimiento feminista. Gráfico de barras de elaboración propia con datos obtenidos mediante el análisis de contenido.

En cuanto al sexo de los que hacen mención del concepto feminismo/feminista se pueden apreciar diferencias significativas. En primer lugar, si tenemos en cuenta el número de personas que hacen mención del concepto feminismo/feminista, son muchas más mujeres que hombres [171 (33,33%) y 116 (49,13%) respectivamente]. Para el resto de los artículos un 14,38% de ellos (50 artículos) no es mencionado el sexo del autor - principalmente las editoriales – y un 3,16% (11 artículos) son artículos en el que tanto un hombre como una mujer han participado en su redacción. Por tanto, parece ser que son muchas más mujeres interesadas en el asunto sobre del feminismo – sea de manera, positiva o neutral o ambigua – que los hombres. Si miramos los datos con más precisión, podemos observar que las mujeres hacen un uso del concepto feminismo/feministas más positivo que el de los hombres (54,38% y 45,69 respectivamente). Además, las mujeres no hacen uso negativo del feminismo, pero si un uso neutral (25,73%) y ambiguo (14.03%) del mismo. Así pues, una pequeña parte de las mujeres su postura hacia el feminismo es ambivalente, lo que nos hace pensar que tienen cierta postura crítica hacia el movimiento social, pero no tienen per se, una imagen negativa del mismo, por lo que parece ser que consideran que es un movimiento necesario para la mujer. Por tanto, las

mujeres son, en comparación a los hombres, más cercanas a una postura positiva hacia el feminismo, y no contrarias a esta lucha por los derechos de las mujeres. Aquellos artículos redactados por un hombre y una mujer se ve que tienen una connotación principalmente de carácter positivo (63.63%) y neutral (36.34%) pero no negativo. En aquellos artículos donde no aparece el nombre del autor – las editoriales – se suele hacer un uso neutral de este movimiento (46.00%), seguido por un uso positivo (32%), negativo (12%) y ambiguo (10%).

Los resultados estadísticos obtenidos nos permiten, con un nivel de significancia menor a 0.001, rechazar la hipótesis nula de independencia, aceptando la hipótesis alternativa.

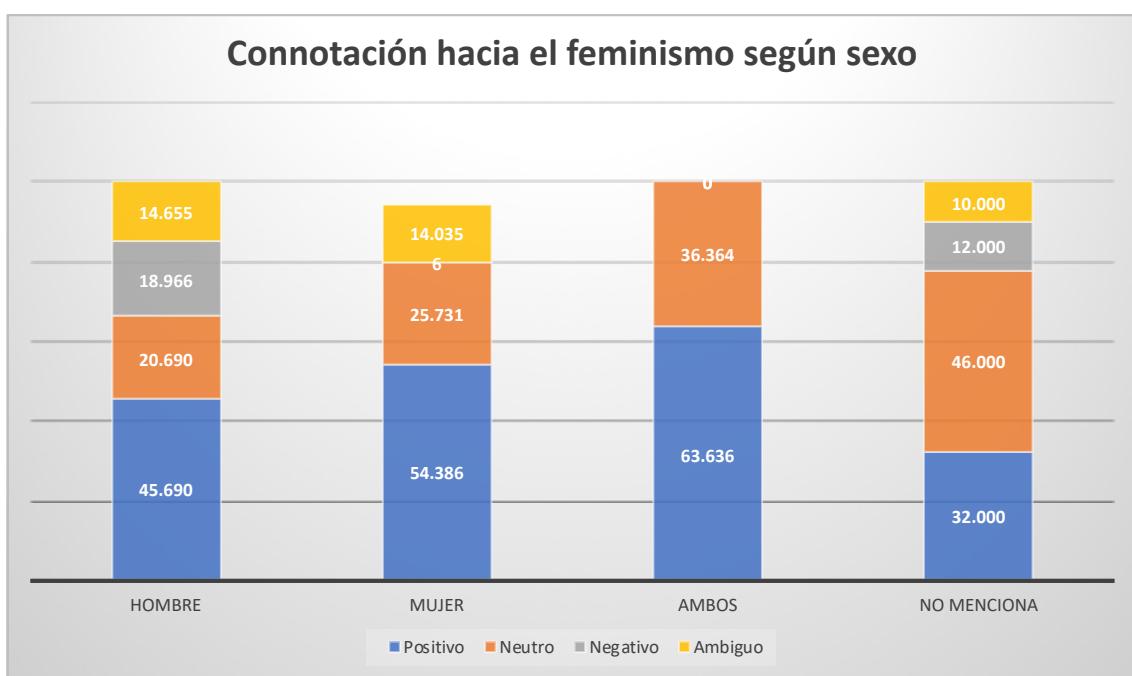


Figura 5 Connotación hacia el feminismo según el sexo de la persona que utiliza el concepto. En el gráfico se muestra las variaciones de valoración sobre el movimiento feminista según sexo. Gráfico de elaboración propia con datos obtenidos por el análisis de contenido.

Por otra parte, el feminismo puede ser abordado en la prensa de varias maneras, como substancia, como estilo, ambos o ninguno. En el primer caso, en un artículo de *El Español* escrito por Marina Inglés dice que Pipi Calzaslargas enseñó más feminismo que las princesas Disney, dando a entender que ser feminista implica unos atributos (estilo) concretos como los que menciona en el artículo en cuestión. Una cita del artículo es la siguiente.

“Lindgren -quizás sin saberlo- la que parió uno de los iconos feministas más importantes de todos los tiempos. Ella fue el ejemplo de independencia y soberanía. Ella se encargó de pulverizar el machismo Su figura fue importante y diferente. [...] Una joven soñadora, resulta, feliz, pizpireta, rodeada de animales y teniendo como última preocupación su apariencia. Ella consiguió una felicidad exterior, pero sobre todo era plenamente feliz. Tenía ganas de vivir y ser libre, y a ese son pasaba los días- [...] Su lema nunca fue “soy la más bonita” o “soy la princesa más dulce”, no. Ella quería ser fuerte, capaz, valiente y aventurera. Y lo consiguió”

El Español, 25 de Julio de 2018, por Marina Inglés

En un segundo artículo, del eldiario.es, donde se aborda al feminismo como sustancia, María Eugenia Galop hace referencia al feminismo relacional en el cual destaca la importancia hacia políticas como son las de permisos de paternidad y de maternidad para la sociedad.

En este sentido, el feminismo relacional apela a una ética del cuidado y tiene que ver con la responsabilidad derivada del consentimiento y la reciprocidad, y se extiende a las deudas de vínculos derivada de nuestros bienes relacionales. Por eso es importante la justicia generacional: lo que le debemos a otras en un deber de memoria, y lo que debemos a nuestros hijos, y tiene su traslación práctica en permisos de paternidad y maternidad. El feminismo entiende también de deudas contraídas con la naturaleza, porque la civilización no es la dominación de la naturaleza. Además, no plantea la comunidad nacional como refugio, sino la vivencia de la interacción, las prácticas relacionales.

Eldiario.es, 20 de mayo de 2019, por María Eugenia Galop, filósofa del derecho

Un ejemplo de algún artículo que recoge ambas categorías es el siguiente en el que Inés Arrimadas dice en una entrevista que el feminismo (liberal) es vestir como uno quiere, además de hablar de ciertas políticas como la gestación subrogada

Mi feminismo es que nadie me diga cómo vestir, hablar o a quién votar. Ese es el feminismo liberal que nosotros representamos ... No tengo ni idea, pero a mí me importan las políticas, la eliminación de la brecha salarial, que las mujeres no se

vean obligadas a renunciar a la maternidad ... Todo lo que sea luchar contra el injusto trato laboral de las mujeres embarazadas mejorará la situación. Conviene estudiar los sueldos. Proponemos el contrato único y el complemento salarial para que los ciudadanos puedan ser padres. Las dos principales causas de la baja natalidad son precisamente la falta de ingresos y la brecha salarial.

El Español 7 de marzo de 2017, por Inés Arrimadas,
diputada en el Congreso de los Diputados

Como bien dice Rhode (1995) el feminismo/ser feminista suele ser abordado más como estilo que como substancia. En mi caso, después de haber analizado la prensa y realizado el estudio estadístico, es cierto que hay más casos en los que la prensa menciona al feminismo como estilo (24% de los artículos) que como sustancia (17,14%) pero la categoría que ha sido mencionada más es “ninguno”, pues como se ha podido ver, en muchos artículos se hace referencia al feminismo/feminista sin asociarlo a una manera de ser ni a una propuesta política concreta (véase figura 7 en Anexos).

En el análisis estadístico se puede apreciar un Chi cuadrado menor al valor nivel de significancia (<0.001). Por lo que podemos aceptar la hipótesis alternativa sobre la dependencia entre variables asegurando que se da una asociación entre la variable editorial con la variable USO. La asociación entre estas variables es moderada ya que el valor obtenido en la V de Crammer es de 0.216. Por tanto, si bien se debe aceptar la hipótesis de dependencia entre variables, viendo diferencias en el USO del movimiento según diario, debo decir que he apreciado la misma tendencia que Rhode (1995) según la cual los diarios, tanto progresistas como conservadores, abordan este movimiento más como estilo que como sustancia, aunque en las casillas el orden de los datos observados y los esperados varían según las casillas. La hipótesis alternativa en este caso se vería modificada por la siguiente razón. Si bien es cierto que debemos aceptar la hipótesis alternativa de dependencia entre las variables, debido a que la variable “diario” influye en la variable “USO”, para las casillas “estilo” y “sustancia” no se aprecian diferencias claras sino que más bien las diferencias se dan en las otras casillas. Es por esta razón que se puede decir que tanto los diarios progresistas como los conservadores abordan este movimiento social más como estilo que como sustancia.

Si cruzamos la variable USO, que acabamos de ver arriba con la variable TERM podemos ver si ambas son independientes o si bien se da cierta asociación. La variable USO es en este caso la variable independiente. Con un valor de significancia menor a 0.001 podemos asegurar que se da asociación entre ambas variables. La V de Cramer da un valor de 0.19, de modo que no podemos decir que sea una asociación fuerte sino más bien una asociación baja. En el caso de la categoría Estilo y Sustancia, que son las dos que interesan, podemos apreciar ciertas diferencias entre ambas. Para la categoría estilo, una gran parte de los artículos tienen una connotación negativa del 17.647% mientras que la categoría sustancia tiene una connotación negativa menor, del 6.912%. Por lo que se evidencia que aquellos artículos en los que se aborda al movimiento feminista como una manera de ser, se suele ver este, en mayor medida, como algo negativo. Por el contrario, la categoría sustancia (políticas o propuestas políticas) se ve con un carácter menos negativo. Lo mismo que Edley y Wetherhell (2001, p.443 citado en Mendes 2011 p. 81) comentan, pues observaron que el feminismo suele ser visto como algo más racional mientras las feministas como más irracionales. Así mismo, si nos fijamos en la categoría positivo, podemos ver que los artículos “estilo” se sitúan en dicha categoría en un grado algo superior al de los artículos de “sustancia”, con un 61.17% y 56,25% respectivamente. Para los artículos de “sustancia” una gran parte se sitúan en la categoría “ambiguo” con un 14,06% mientras que para “estilo” solo hay un 5,88% para la misma categoría. Por último, si nos centramos en la categoría “neutro”, el número de artículos con connotación positiva no es muy alto, con un 38,7% de los artículos. Una gran parte de los artículos están situados en la categoría “neutro” con un 35,9% de los artículos, un 15,7% en la categoría ambiguo, y un 9,9% en negativo. Así pues, los artículos donde el uso es “ninguno” las connotaciones están distribuidas en mayor grado por las diferentes categorías de la variable TERM. Por tanto, vemos que la categoría “estilo”, en comparación, está mayormente vista como algo negativo, pero a la vez, hay un mayor grado de estos artículos en los que estilo es visto como algo positivo. De modo que la manera de ser vista la actitud de ser feminista en nuestra sociedad no es tan bien visto como una política de carácter feminista

La última hipótesis por analizar es aquella en que se tiene en cuenta el tipo de artículo. Si observamos las connotaciones que recibe el feminismo según el tipo de artículo, aquellos que hacen un uso más positivo de este movimiento social son los artículos de opinión (71.42% de los artículos), seguido por las noticias (50.45% de los artículos) y de las

entrevistas (49.02% de las entrevistas). Los artículos de opinión parecen reflejar que los diarios muestran a los lectores una imagen bastante positiva de este movimiento social. Ello resulta bastante positivo en cuanto a la recepción que pueden hacer los lectores fidelizados a ese diario. En el caso de los artículos que son una editorial, parece ser que estas hacen un uso más neutral sobre este tema, y los artículos positivos y negativos están prácticamente igualados (23.68% y 28.94% de los artículos negativos y positivos respectivamente). Así mismo, ‘noticias’ y ‘otros’ son también los artículos donde el uso de este concepto como neutral es bastante alto. Si miramos los artículos donde el feminismo es mostrado de manera negativa, como decía antes las editoriales son las que más lo hacen con un 23.68%, seguido de las entrevistas. Los artículos con connotaciones ambiguas se dan mayoritariamente entre los artículos de ‘Otros’, en las entrevistas y en opinión. En los resultados obtenidos en el análisis estadístico, se obtiene un Chi cuadrado con un p-valor menor a 0.001 por lo que, siendo menor al valor de significancia, se permite rechazar la hipótesis nula de independencia. Así mismo, la V de Crammer obtenida para estas dos variables resulta de 0.193, por lo que la asociación entre ambas variables es moderada. Por tanto, si bien en un principio pensé que los artículos de opinión y las entrevistas hablarían de este movimiento social de manera más negativa que los otros tipos de artículos parece ser que son los artículos de opinión los que lo hacen con un tono más positivo que las noticias ordinarias de un diario. Igualmente, se acepta la variable de dependencia entre variables.

Connotación hacia el feminismo según tipo de artículo

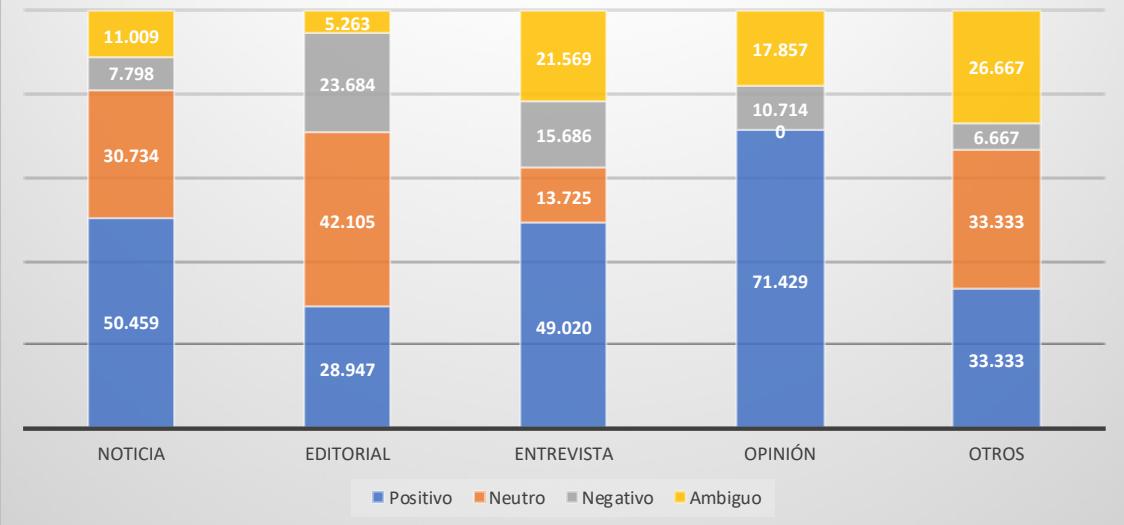


Figura 6 Connotación hacia el feminismo según tipo de artículo. En el gráfico se muestra la variedad de valoraciones hacia el movimiento feminista según que tipo de artículo es. Gráfico de barras elaboración propia mediante el análisis de contenido.

Por último, en cuanto a los temas que más habitualmente aparecen en los artículos al hablar del movimiento feminista o de las feministas son principalmente la igualdad (29%) que es el más destacado de todos ellos, seguido por la violencia de género (17%), machismo (12%), seguido por el empoderamiento (8%) y discriminación (6%). La categoría “otros” (22%) supone una gran parte de los artículos y hace referencia a otros temas de interés varios (véase figura 7 y tabla 8). Según Mendes (2012) como la igualdad ha sido en la actualidad alcanzada a nivel social, la sociedad ha puesto el foco actualmente en la limitación hacia las oportunidades por razón de género. Si bien eso es cierto, en los resultados obtenidos para mi análisis, se ha podido observar que el tema al que con más regularidad se hace mención al hablar de este movimiento social es a la igualdad real. Eso quiere decir que, a nivel español, la igualdad real entre hombres y mujeres sigue siendo una prioridad cuando se habla de feminismo o de ser feminista, seguido por los otros temas antes mencionados. Además, como se decía, se hace mención habitual a que la mujer debe empoderarse además de que debe poder acceder a lugares de poder a nivel laboral; y a la violencia de género, tema muy habitual en los artículos de las distintas editoriales, que se puede explicar por la movilización social que se ha producido estos años en nuestro país a raíz de las violaciones en grupo que se han producido y la

sentencias dictadas en los tribunales como se ha podido, claramente, ver en estos artículos analizados.

CONCLUSION

Después de haber realizado un análisis de contenido de prensa, técnica que permite analizar gran cantidad de artículos y llegar a conclusiones bastante fiables, se ha podido ver que la prensa nacional española, refleja una imagen del movimiento feminista principalmente con carácter positivo como en el estudio de Mendes (2011) donde observó, en su comparación del feminismo entre los años 1968-1982 y 2008 como en ese último periodo el feminismo es mostrado en los diarios nacionales británicos y estadounidenses -incluidos los conservadores – haciendo uso de connotaciones positivas. Se ha visto, que para el análisis de contenido que he realizado, los datos obtenidos y sometidos a un análisis estadístico, no muestran diferencias significativas entre los diarios, por lo que no es posible asegurar que la imagen que se tienen sobre el movimiento feminista y las feministas dependa de la editorial. En cuanto al sexo de aquellos autores que hacen mención al concepto feminismo o feminista, se ha podido ver que aquellos quienes mejor hablan de dicho movimiento son las mujeres en comparación a los hombres. Además, ellas no hacen uso de connotaciones negativas acerca de este movimiento social. Así mismo, se ha podido ver que aquellos que tienen una imagen más negativa del movimiento son los políticos por contra de “Otros” y “Periodistas” cuya imagen hacia el movimiento es más favorable. Otro dato interesante que se ha observado en el análisis, igual que observó Edley y Wetherhell (2001, citado en Mendes 2011 p.81) es que la manera de ser feminista (estilo) está peor visto que las políticas o propuestas políticas feministas (sustancia). Por último, en cuanto refiere al tipo de artículos, los que tienen una opinión más favorable hacia el movimiento son los artículos de opinión mientras que las editoriales son las que utilizan en sus artículos un frame más negativo.

En pocas palabras, parece que nos encontramos ante un periodo social en el que este movimiento empieza a ser legitimado en la agenda pública de los medios de comunicación, con connotaciones (frame) hacia el movimiento social feminista bastante positivas, si bien una parte de los artículos (13% del total de los artículos) tienen un frame ambiguo/ complejo, lo que evidencia que hay un sector de la población cuyo discurso sobre el feminismo es de carácter crítico puesto que su postura no es ni contraria ni

favorable al feminismo. Así pues, esta agenda mediática de los medios de comunicación hacia el movimiento feminista se refleja en la actualidad en la cada vez mayor preocupación de los españoles por asuntos de carácter feminista como son la violencia de género y otros temas vinculados a la mujer.

BIBLIOGRAFÍA

- CIS 1985-2020. Tres problemas principales que existen actualmente en España. Extraído en mayo, 13, 2020 (http://www.cis.es/cis/export/sites/default/_Archivos/Indicadores/documentos_html/TresProblemas.html)
- De Benedictis, S., Orgad, S., & Rottenberg, C. 2019. *# MeToo, popular feminism and the news: A content analysis of UK newspaper coverage*. European Journal of Cultural Studies, 22(5-6): 718-738.
- De Chavero, Palmiro. 2015. *Prensa y política en tiempos de crisis: estudio de la legislatura 2008-2011*. Madrid. CIS
- DE MEDIOS, EGM. 2019. Marco General de los Medios en España. AIMC
- García, N. (2015) Prensa e ideología: la connotación en el discurso periodístico La prensa digital se despide del ‘gratis total’ con La Vanguardia como líder (20 diciembre 2019). *Dir Confidencial*. Extraído de <https://dirconfidencial.com/medios/el-ranking-20191220-0404/>
- utm_medium=social&utm_source=twitter&utm_campaign=shareweb&utm_content=fo
oter&utm_ or
igin=footer
- Jaworska, S., & Krishnamurthy, R. 2012. *On the F word: A corpus-based analysis of the media representation of feminism in British and German press discourse, 1990–2009*. Discourse & Society, 23(4): 401-431
- POSTELECTORAL ELECCIONALES GENERALES 2016. (2016).Centro Investigaciones Sociológicas. Extraído de: http://www.cis.es/cis/opencm/ES/2_bancodatos/estudios/ver.jsp?estudio=14291
- Soteras,J. (30, enero 2019). Los 10 principales periódicos españoles bajaron en 2018 sus ventas en el quiosco. Infolibre. Extraído de: https://www.infolibre.es/noticias/medios/2019/01/30/ninguno_los_principales_periodicos_espanoles_vende_quiosco_mas_000_ejemplares_mes_91317_1027.html
- Dearing, J. W., Rogers, E. M., & Rogers, E. 1996. *Agenda-setting* (Vol. 6): 555-586

- Dupuis-Déri, F. (2013). L'antiféminisme d'État. *Lien social et Politiques*, (69), 163-180.
- Inglés, M. (25 julio de 2018). Pipi Calzaslargas enseñó más de feminismo que todas las princesas Disney juntas. *El Español*. Recuperado de: https://www.elespanol.com/cultura/20180725/pipi-calzaslargas-ensenó-feminismo-princesas-disney-juntas/322218645_0.html
- McCombs, M. 2004. *Estableciendo la agenda setting*. Barcelona. Paidós
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. 1972. *The agenda-setting function of mass media*. *Public opinion quarterly*, 36(2): 176-187.
- McRobbie, A. 2007. *Post feminism and popular culture: Bridget Jones and the new gender regime* 8(2): 27-39. Duke University Press.
- Mendes, K. 2011. *Framing feminism: News coverage of the women's movement in British and American newspapers, 1968–1982*. *Social movement studies*, 10(01): 81-98.
- Mendes, K. 2012. 'Feminism rules! Now, where's my swimsuit?' *Re-evaluating feminist discourse in print media 1968–2008*. *Media, Culture & Society*, 34(5): 554-570.
- Rhode, D. L. 1995. *Media images, feminist issues*. *Signs: Journal of Women in Culture and Society*, 20(3):685-710.
- Sarantakos, S. (2012). *Social research*. Macmillan International Higher Education
- Statista. 2019.s Número de lectores diarios de los principales periódicos españoles en 2019. In statista. Statista. Recuperado de: <https://es.statista.com/estadisticas/476795/periodicos-diarios-mas-leidos-en-espana/>
- Swirsky, Jill & Angelone, David. 201parren. Femi-Nazis and Bra Burning Crazies: A Qualitative Evaluation of Contemporary Beliefs about Feminism. *Current Psychology*. 33. 229-245. 10.1007/s12144-014-9208-7
- Szurgyi, M. 2018. Feminism: Failed or Functioning? A Study of Women's Views on the Movement.

ANNEXOS

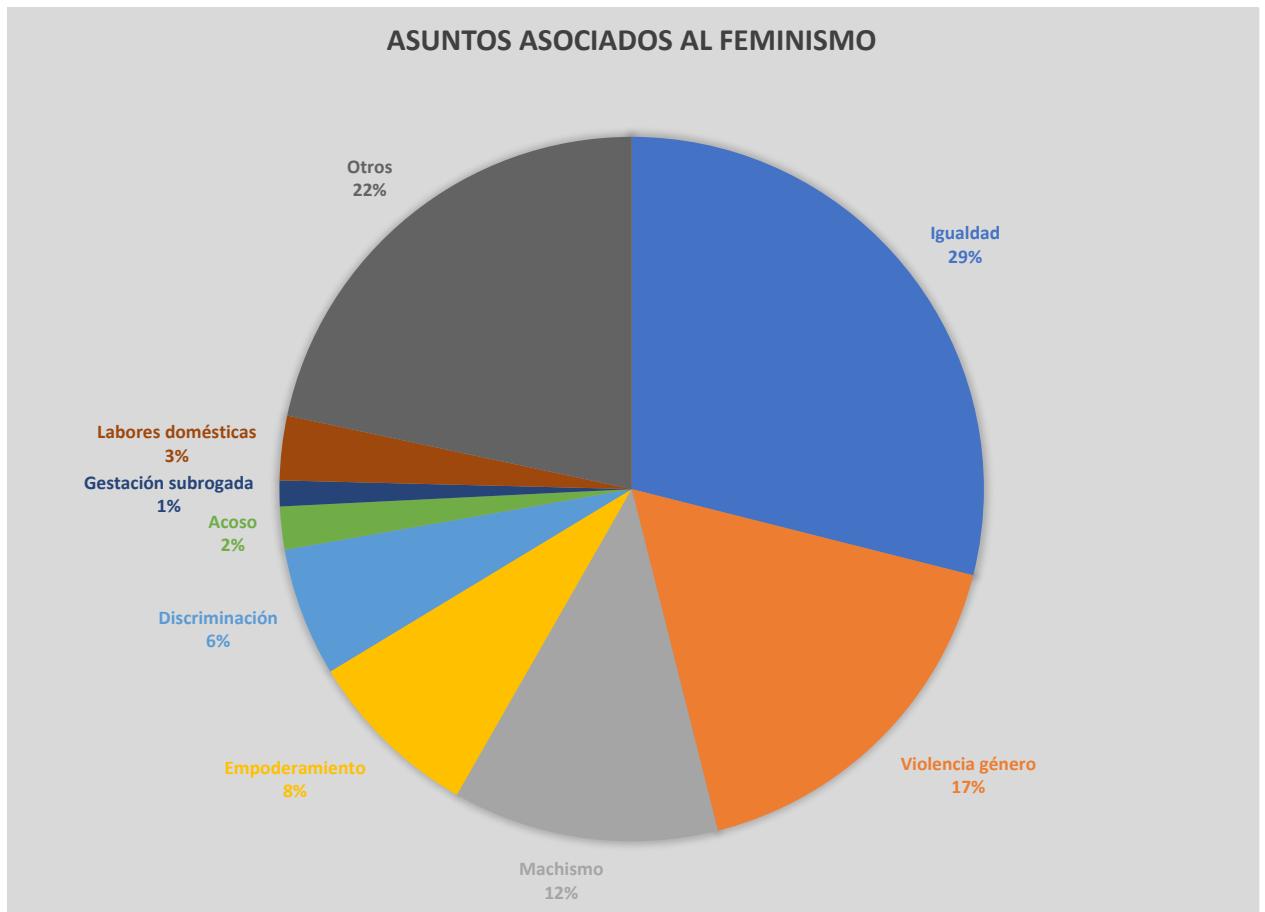


Figura 7 Asuntos asociados al feminismo. El gráfico circular representando los asuntos más mencionados en la prensa nacional al hacer referencia al feminis*. Gráfico de elaboración propia mediante los datos obtenidos por el análisis de contenido.

Uso del concepto feminismo según tipo de diario

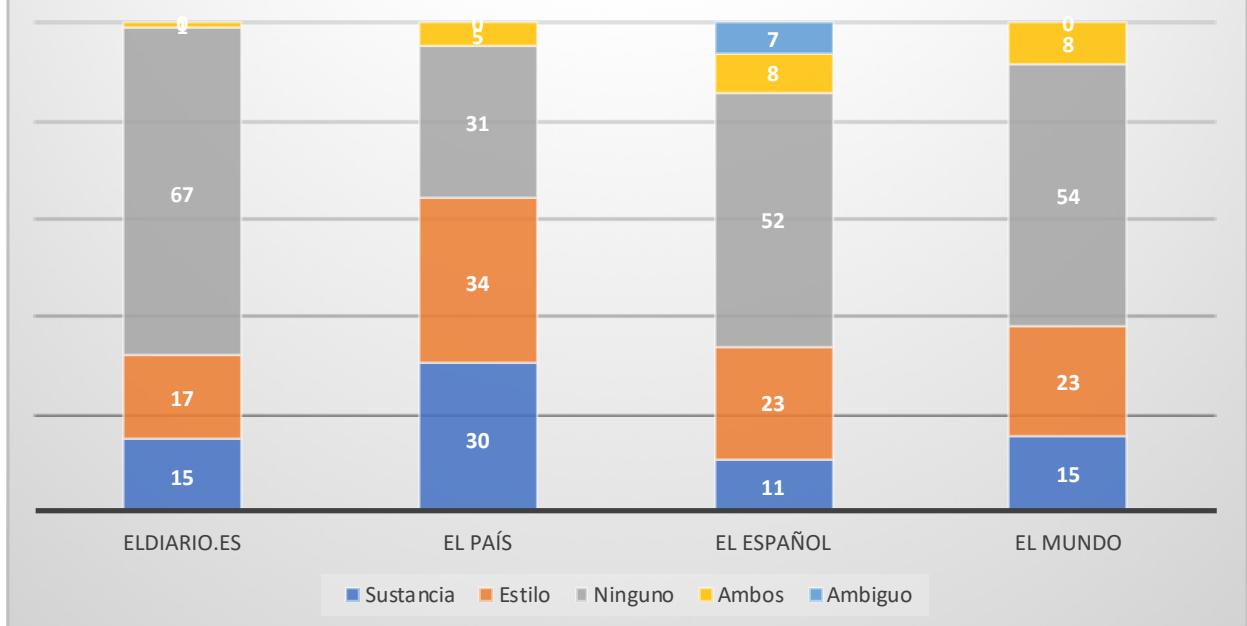


Figura 8. Uso del concepto feminismo según tipo de diario. En el gráfico de barras se muestra el uso que se hace del movimiento feminista – sustancia, ambos, estilo o ninguno – según el tipo de diario. Gráfico de elaboración propia mediante los datos obtenidos por el análisis de contenido de prensa.

EDITORIAL/TERMCUA LI	Positivo	Neutral	Negativo implícito	Negativo explícito	Ambiguo	Row total	
Eldiario.es	Count	45	27	1	6	9	88
	Row%	51.136	30.682	1.136	6.818	10.227	25.14
	Column%	26.316	28.421	9.091	22.222	19.565	3
	Expected	42.994	23.886	2.766	6.789	11.566	
	Residuo Ajus	0.494	0.863	-1.247	-0.364	-0.936	
El País	Count	46	24	3	5	8	86
	Row%	53.488	27.907	3.488	5.814	9.302	24.57
	Column%	26.901	25.263	27.273	18.519	17.391	1
	Expected	42.017	23.343	2.703	6.634	11.303	
	Residuo Ajus	0.989	0.183	0.211	-0.760	-1.214	
El Español	Count	45	15	4	10	16	90
	Row%	50.000	17.291	4.348	10.870	17.391	26.28
	Column%	26.901	16.842	36.364	37.037	34.783	6
	Expected	44.949	24.971	2.891	7.097	12.091	
	Residuo Ajus	0.255	-2.450	0.772	1.321	1.405	
El Mundo	Count	35	29	3	6	13	86
	Row%	40.476	33.333	3.571	7.143	15.476	24.00
	Column%	19.883	29.474	27.273	22.222	28.261	0
	Expected	41.040	22.800	2.640	6.480	11.040	
	Residuo Ajus	-1.763	1.464	0.258	-0.225	0.726	
Column total		171	95	46	27	11	350
Column%		48.857	27.143	13.143	7.714	3.143	
Chi square		Test statistic 13.034	Df 12	P-value 0.367			
		X^2	Df	P(> X^2)			
Likelihood ratio		13.723	12	0.31873			

Pearson	13.034	12	0.36658			
Contingency coeff	0.189					
Crammer's V	0.111					

Tabla 2 *Valoración del movimiento feminista según editorial. Datos de elaboración propia mediante análisis de contenido*

EDITORIAL/TERMCUALI		Positivo	Neutral	Negativo	Ambiguo	Row total
Eldiario.es	Count	45	27	7	9	88
	Row%	51.136	30.682	7.955	10.227	25.143
	Column%	26.316	28.421	18.421	19.565	
	Expected	42.994	23.886	9.554	11.566	
	Residuo Ajus	0.494	0.863	-1.012	-0.936	
El País	Count	46	24	8	8	86
	Row%	53.488	27.907	9.302	9.302	24.571
	Column%	26.901	25.263	21.053	17.391	
	Expected	42.017	23.343	9.337	11.303	
	Residuo Ajus	0.989	0.183	-0.534	-1.214	
El Español	Count	45	15	14	16	90
	Row%	50.000	17.291	15.217	17.391	26.286
	Column%	26.901	16.842	36.842	34.783	
	Expected	44.949	24.971	9.989	12.091	
	Residuo Ajus	0.255	-2.450	1.566	1.405	
El Mundo	Count	35	29	9	13	86
	Row%	40.476	33.333	10.714	15.476	24.000
	Column%	19.883	29.474	23.684	28.261	
	Expected	41.040	22.800	9.120	11.040	
	Residuo Ajus	-1.763	1.464	-0.048	0.726	
Column total		171	95	38	46	350
Column%		48.857	27.143	10.857	13.143	
Chi square		Test statistic	Df	P-value		
		12.17	9	0.204		
		X ²	Df	P(> X ²)		
Likelihood ratio		12.531	9	0.18500		
Pearson		12.170	9	0.20391		
Contingency coeff		0.183				
Crammer's V		0.108				

Tabla 3 Valoración hacia el movimiento feminista según editorial agrupando las categorías negativo explícito e implícito en una sola categoría. Tabla de elaboración propia mediante datos propios obtenidos por el análisis de contenido.

IDEOLOGIA/TERMCU ALI	Positivo	Neutra	Negativo explícito	Negativo impícito	Ambiguo	Row total
Izquierda	Count	91	51	11	4	174
	Row%	52.299	29.31	6.322	2.229	9.770
	Column%	53.216	0	40.741	36.364	36.957
	Expected	85.011	53.68	13.423	5.469	22.869
	Residuo Ajus	1.281	4	-0.971	-0.900	-1.857
			47.77			
Derecha	Count	80	44	16	7	176
	Row%	45.455	25.00	9.091	3.977	16.477
	Column%	46.784	0	59.259	63.636	63.043
	Expected	85.989	46.31	13.577	5.531	23.131
	Residuo Ajus	-1.821	6	0.971	0.900	1.857
			47.77			
Column total		171	95	27	11	350
Column%		48.857	27.14	7.714	3.143	13.143
3						
Chi square		Test statisti c 6.087	Df 4	P-value 0.193		
X^2		Df	P(> X^2)			
Likelihood ratio		6.1398	4	0.18895		
Pearson		6.0867	4	0.19277		
Contingency coeff		0.13				
Crammer's V		0.13				

Tabla 4: Valoración hacia el movimiento feminista según la ideología de los diarios. Siendo los diarios de izquierda eldiario.es y El País y los diarios de derechas El Español y El Mundo. Tabla de elaboración propia mediante los resultados obtenidos en el análisis estadístico.

IDEOLOGIA/TERMCUALI		Positivo	Neutral	Negativo	Ambiguo	Row total
Izquierda	Count	91	51	15	17	174
	Row%	52.299	29.310	8.621	9.770	49.714
	Column%	53.216	53.684	39.474	36.957	
	Expected	85.011	47.770	18.891	22.869	
	Residuo Ajus	1.281	0.907	-1.337	-1.857	
Derecha	Count	80	44	23	29	176
	Row%	45.455	25.000	13.068	16.477	50.286
	Column%	46.784	46.316	60.526	63.043	
	Expected	85.989	47.771	19.109	23.131	
	Residuo Ajus	-1.821	-0.907	1.337	1.857	
Column total		171	95	38	46	350
Column%		48.857	27.143	10.857	13.143	
Chi square		Test statistic	Df	P-value		
		6.027	3	0.11		
		X^2	Df	P(> X^2)		
Likelihood ratio		6.0767	3	0.10794		
Pearson		6.0268	3	0.11031		
Contingency coeff		0.13				
Crammer's V		0.131				

Tabla 5: Valoración hacia el movimiento social feminista según la ideología del diario. Siendo los diarios de izquierda *eldiario.es* y *El País*, y los de derechas *El Español* y *El Mundo*. En esta tabla las categorías negativo explícito e implícito han sido unidas en una nueva categoría llamada negativo. Tabla de elaboración propia con datos obtenidos en el análisis estadístico.

SEAUTOR/TERMCUA LIO		Positivo	Neutro	Negativo explícito	Negativo implícito	Ambiguo	Row total
Hombre	Count	53	24	19	4	18	117
	Row%	45.690	20.69	16.379	2.587	14.655	33.33
	Column%	31.361	0	70.370	27.273	36.957	3
	Expected	56.333	25.26	9.000	3.667	15.333	
	Residuo Ajus	-0.758	3	4.251	-0.433	0.560	
Mujer	Count	93	44	6	4	24	172
	Row%	54.386	25.73	3.509	2.339	14.035	49.13
	Column%	55.030	1	22.222	36.364	52.174	8
	Expected	83.043	46.31	13.267	5.405-	22.603	
	Residuo Ajus	2.136	7	-2.913	0.861	0.442	
Ambos	Count	7	4	0	0	0	11
	Row%	63.636	36.36	0.000	0.000	0.000	3.161
	Column%	4.142	4	0.000	0.000	0.000	
	Expected	5.342	4.211	0.853	0.348	1.454	
	Residuo Ajus	1.016	3.003	-0.977	-0.609	-1.315	
No menciona	Count	16	23	2	4	5	50

Row%	32.000	46.00	4.000	8.000	10.000	14.36
Column%	9.467	0	7.407	36.364	10.870	8
Expected	24.282	24.21	3.879	1.580	6.609	
Residuo Ajus	-2.532	1	-1.074	2.113	0.726	
		13.64				
		9				
		3.208				
Column total	169	96	27	11	47	350
Column%	48.563	27.29	7.759	3.161	13.218	
9						
Chi square	Test statistic	Df	P-value			
	36.985	12	0.001			
	X ²	Df	P(> X ²)			
Likelihood ratio	36.452	12	0.0002739			
		8				
Pearson	26.984	12	0.0002247			
		1				
Contingency coeff	0.31					
Crammer's V	0.188					

Tabla 6: Valoración hacia el movimiento social feminista según el sexo del autor. Tabla de elaboración propia mediante análisis estadístico.

EDITORIAL/USOCUALI O	Sustanci a	Estilo	Ningun o	Ambo s	Ambigu o	Row total	
Eldiario.es	Count	13	15	59	1	0	88
	Row%	14.773	17.04	67.045	1.136	0.000	25.14
	Column%	20.968	5	32.961	5.263	0.000	3
	Expected	15.589	17.85	45.006	4.777	0.503	
	Residuo Ajus	-0.835	7	3.449	-2.054	-1.432	
			21.12				
			0				
			-1.766				
El País	Count	26	29	27	4	0	86
	Row%	30.233	33.72	31.395	4.651	0.000	24.57
	Column%	41.935	1	15.084	21.05	0.000	1
	Expected	15.234	34.52	43.983	3	0.491	
	Residuo Ajus	3.501	4	-4.218	4.669	-1.410	
			20.64				
			0				
			2.430				
El Español	Count	12	23	49	6	0	90
	Row%	10.870	23.92	53.261	8.334	6.522	26.28
	Column%	16.129	6	27.826	38.84	100.000	6
	Expected	16.297	25.88	47.051	2	0.526	
	Residuo Ajus	-2.003	0	0.230	4.994	4.138	
			22.08				
			0				
			-0.307				
El Mundo	Count	13	19	46	8	0	86
	Row%	15.476	22.61	53.571	8.333	0.000	24.00
	Column%	20.968	9	25.140	36.84	0.000	0
	Expected	14.880	22.61	42.960	2	0.480	
	Residuo Ajus	-0.616	9	0.511	4.560	-1.338	
			20.16				
			0				

		-0.340				
Column total	64	86	179	21	0	350
Column%	17.814	24.98	51.143	5.429	0.000	6
Chi square	Test statistic 49.032	Df 12	P-value 0.001			
	X ²	Df	P(> X ²)			
Likelihood ratio	48.982	12	2.1073-06			
Pearson	49.032	12	2.065e-06			
Contingency coeff	0.351					
Crammer's V	0.216					

Tabla 7: En esta tabla se observa la manera en la que se apunta al feminismo (USO) según el diario. Datos obtenidos mediante análisis estadístico.

AÑO/TERMCUALIO		Positivo	Neutro	Negativo explícito	Negativo implícito	Ambiguo	Row total
2017	Count	20	17	2	2	4	45
	Row%	46.512	37.209	4.651	4.651	6.977	12.573
	Column%	12.422	16.495	7.407	18.182	6.522	
	Expected	20.243	12.196	3.395	1.383	5.784	
	Residuo Ajus	-0.079	1.376	-0.844	0.570	-1.331	
2018	Count	72	48	11	6	24	161
	Row%	45.570	29.747	6.962	3.165	14.557	46.199
	Column%	44.720	48.454	40.741	45.455	50.000	
	Expected	74.380	44.813	12.474	5.082	21.251	
	Residuo Ajus	-0.517	0.526	-0.593	-0.050	0.566	
2019	Count	69	35	16	4	20	144
	Row%	24.113	48.936	9.929	2.837	14.184	41.228
	Column%	35.052	42.855	51.852	36.364	43.478	
	Expected	39.991	66.377	11.132	4.535	18.965	
	Residuo Ajus	-1.460	0.577	1.169	-0.333	0.333	
Column total		161	136	29	12	48	350
Column%		28.363	47.076	7.895	3.216	13.450	
Chi squared		Test statistic	Df	p-value			
		5.74	8	0.676			
		X^2	Df	P(>X^2)			
Likelihood ratio		5.9830	8	0.64913			
Pearson		5.7396	8	0.67637			
Contingency coeff		0.128					
Crammer's V		0.092					

Tabla 8: Valoración hacia el movimiento feminista según el periodo de estudio seleccionado: de 2017 a 2019. Tabla de elaboración propia obtenida mediante el análisis estadístico.

	Porcentaje	Absolustos
Igualdad	29,7	147
Violencia género	13,6	87
Machismo	10,7	62
Empoderamiento	7,6	41
Discriminación	5,1	30
Acoso	2,0	11
Gestación subrogada	1,4	6
Labores domésticas	1,1	15
Otros	28,5	110

Tabla 9: Temas principales abordados en prensa asociados al feminismo. Tabla de elaboración propia con datos obtenidos a través del análisis estadístico.

TAUTOR/TERMCUALIO		Positivo	Neutro	Negativo	Ambiguo	Row total
Periodista	Count	119	88	7	24	238
	Row%	50.000	36.975	2.941	10.084	68.000
	Column%	69.591	92.632	18.421	52.174	
	Expected	116.280	64.600	25.840	31.280	
	Residuo Ajus	0.624	6.030	-6.939	-2.469	
Especialista	Count	5	1	3	4	13
	Row%	38.462	7.692	23.077	30.769	3.714
	Column%	2.924	1.053	7.895	8.696	
	Expected	6.351	3.529	1.411	1.709	
	Residuo Ajus	-0.764	-1.607	1.443	1.917	
Político	Count	15	0	16	11	42
	Row%	35.714	0.000	38.095	26.190	12.000
	Column%	8.772	0.000	42.105	29.913	
	Expected	20.520	11.400	4.560	5.520	
	Residuo Ajus	-1.816	-4.217	6.049	2.668	
Otro	Count	32	6	12	7	57
	Row%	56.140	10.526	21.053	12.281	16.286
	Column%	18.713	6.316	31.579	15.217	
	Expected	27.849	15.471	6.189	7.491	
	Residuo Ajus	1.202	-3.083	2.704	-0.211	
Column total		171	95	38	46	350
Column%		48.857	27.143	10.857	13.143	
Chi square		Test statistic 89.863	Df 9	P-value <0.001		
		X^2	df	P(>X^2)		
Likelihood ratio		93.730	9	3.3307e-16		
Pearson		89.863	9	1.7764e-15		

Contingency coeff	0.452				
Crammer's V	0.293				

Tabla 10 Valoración hacia el movimiento feminismo según el tipo de autor. Según si aquellos que hablan de este movimiento social son un político, un especialista, un periodista u otra persona. En la variable dependiente se ha juntado la categoría negativo explícito y negativo implícito en una nueva categoría “negativo”. Tabla con datos de elaboración propia mediante análisis estadístico.

USO/TERMCUALIO		Positivo	Neutral	Negativo implícito	Negativo explícito	Ambiguo	Row total
Ambiguo	Count	0	0	0	0	0	0
	Row%	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	Column%	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	Expected	0.389	0.288	0.031	0.077	0.131	
	Residuo	-0.979	0.641	0.180	-0.290	-0.390	
	Ajus						
Estilo	Count	53	14	1	14	5	87
	Row%	61.176	15.294	1.176	16.471	5.882	24.286
	Column%	30.409	13.684	9.091	51.852	10.870	
	Expected	41.529	23.071	2.671	6.577	11.171	
	Residuo	2.611	-2.823	-1.194	3.477	-2.277	
	Ajus						
Ninguno	Count	61	65	8	9	28	180
	Row%	38.764	35.955	4.494	5.056	15.730	50.187
	Column%	40.351	67.368	72.727	33.333	60.870	
	Expected	86.966	48.314	5.594	13.731	23.394	
	Residuo	-3.843	3.771	1.474	-1.896	1.458	
	Ajus						
Sustancia	Count	37	14	1	4	9	65
	Row%	56.250	21.875	1.562	6.250	14.062	18.286
	Column%	21.053	14.737	9.091	14.815	19.565	
	Expected	31.269	17.731	2.011	4.937	8.411	
	Residuo	1.309	-1.048	-0.802	-0.486	0.241	
	Ajus						
Ambos	Count	15	1	1	14	5	21
	Row%	70.000	5.000	5.000	16.471	5.882	5.714
	Column%	8.187	1.053	9.091	51.852	10.870	
	Expected	9.771	5.429	2.671	6.557	11.171	
	Adj Residuo	1.948	-2.293	-1.194	3.477	-2.277	
	Column total	171	95	11	27	46	350
Column%		48.857	27.143	2.143	7.714	13.143	

Chi square	Test statistic	Df	P-value			
	50.387	20	0.001			
	X^2	Df	P(> X^2)			
Likelihood ratio	52.977	20	8.1896e-05			
Pearson	50.387	20	1.9492e-04			
Contingency coeff	0.355					
Crammer's V	0.19					

Tabla 11: Valoración que se hace del movimiento feminista según la manera en la que se refieren al movimiento feminista (uso). Tabla de elaboración propia con datos obtenidos a través de un análisis estadístico.

Codebook para el análisis del contenido del uso del término “feminis*”

Elementos a codificar

fecha: dd/mm/yyyy

pagina: página en la que aparece el artículo

tipoart: Tipo de artículo

1. Artículo de opinión / Columna
2. Editorial
3. Noticia / Crónica / Reportaje
4. Entrevista
5. Otros

numpop: Número de veces que se utilizan palabras de la raíz feminis* en el artículo

titpop: ¿Aparece alguna palabra de la raíz feminis* en el titular?

1. No
2. Sí

autor: Nombre del autor que utiliza el término de la raíz feminis* en el artículo (por ejemplo: Felipe González, Salvador Sostres, nombre del periodista). *Observación: Si se trata de un editorial, indicar “editorial”.*

tautor: Tipo de autor que utiliza los términos de la raíz feminis* en el artículo

1. Periodista / Articulista
2. Político (por ejemplo: se citan o se hace referencia a sus declaraciones o palabras)
3. Especialista (académico, profesor de universidad, etc.)
4. Otro autor (se citan o se hace referencia a sus declaraciones o palabras).

i.

Observación: Esta categoría no se refiere al actor u objeto al que se refieren las palabras feminis sino al sujeto que hace uso de estas palabras en el artículo.*

Seautor: Es el sexo del autor que usa el concepto feminis*

1. Hombre
2. Mujer
3. Ambos
4. Ninguno

tautoro: Qué es el autor (ej., profesor de X de la universidad de Y...)

ref: Qué entiende el autor por feminismo? Cómo lo define, qué referentes utiliza, qué ejemplos da, actitud/comportamiento que motiva el uso del término

i.

Observación: Describir de forma sucinta (entre 1 y 4 frases y utilizando ejemplos del artículo si es posible) qué entiende el autor por feminismo.

Por ejemplo: el feminismo es un movimiento cuyo objetivo es lograr la igualdad entre hombres y mujeres para que haya una mejor sociedad.

uso: Uso del término feminis* como:

1. Sustancia
2. Estilo
3. Ambos
4. Ambiguo

i.

Observación: Debe codificarse como sustancia (=0) si las palabras de la raíz feminis se utilizan mayoritariamente para referirse al contenido de una política o propuesta de carácter sustantivo. Debe codificarse como estilo (=1) si las palabras de la raíz feminis* se utilizan mayoritariamente para referirse a una forma de comunicarse, un estilo de liderazgo o la forma de actuar de un actor.*

5.

Ninguno

term: Uso de las palabras feminis* en términos

1. Positivos
2. Negativos (implícito)
3. Negativos (explícito)
4. Neutral
5. Ambiguo

i. *Observación: Debe codificarse como **negativo (explicito)** (=2) cuando la palabra feminis* se utiliza de forma explícitamente peyorativa (por ejemplo, “todo feminismo acaba siendo un machismo con falda s”. Debe codificarse como **negativo (implícito)** (=1) cuando el termino se utiliza de forma peyorativa pero entender la connotación negativa del termino requiere una lectura entre líneas de todo o gran parte del articulo (por ejemplo, “el colectivo feminista, como el colectivo gay... son colectivos poderosos y presionan porque sienten que algo les falta. Pero tampoco pueden pasar por encima de los demás. Me resulta muy difícil entender que en la Bienal de Venecia se extienda el discurso de que faltan mujeres, por ejemplo. ¿Ponemos cuotas porque sí? ¿Inventamos la Historia del Arte a partir del sexo?”. Se debe codificar como **neutral** (=3) el uso de la palabra populis* para referirse a un actor, objeto o realidad con una finalidad meramente. La categoría **ambiguo/complejo** (=4) solo debe usarse con carácter residual.*

objeto1: Nombre del actor, objeto o realidad principal al que se refiere el término feminis*

i. *Observación: Escribir el nombre del actor, objeto o realidad al que hace referencia el autor cuando emplea el término populis*. Por ejemplo: Nicolas Maduro; el PSOE; Pablo Iglesias; la política presupuestaria. Si no especifica ningún actor y se refiere genéricamente a líderes o partidos populistas introducir “líderes feministas” o “partidos feministas”.*

ii. *Codificar como 9999 si no hay objeto.*

tobjeto1: Tipo de actor, objeto o realidad del objeto1

1. Político o líder político
2. Partido político

3. Gobierno en su conjunto
4. Movimiento social
5. Política o propuesta política
6. Organización
7. Actores culturales
8. Otros

- i. *Observación: Debe codificarse el actor, objeto o realidad que se describe como feminista mediante el uso de la palabra feminism*. En los casos en los que la palabra feminis* hace referencia a diversos actores, objetos o realidades (por ejemplo, se hace referencia al líder de un partido, al propio partido y a una política) debe codificarse el actor principal al que se refiere la palabra feminis*. Por ejemplo, “Podemos y su líder populista Pablo Iglesias” debería codificarse como 0. En los casos en los que la palabras feminis* no se utilice para hacer referencia a un actor, objeto o realidad se debe asignar el código 999999*
- ii. *Si hay diversos actores, objetos o realidades a los que se refieren los términos feminis* estos deben codificarse en las variables **objeto2** y **objeto3***
- organización

país1: País del actor, objeto o realidad codificado en objeto1

Observación: Si no menciona ningún país en concreto, tratar de especificar la región geográfica a la que se refiere (ej. Europa, América Latina) España.

objeto2: Nombre del segundo actor, objeto o realidad al que se refiere los términos feminis*

tobjeto2: Tipo de actor, objeto o realidad del objeto2

1. Político o líder político
2. Partido político
3. Gobierno en su conjunto
4. Movimiento social
5. Política o propuesta política

6. Organización
7. Actores culturales
8. Otros

país2: País del actor, objeto o realidad codificado en objeto2

tobjeto3: Tercer actor, objeto o realidad al que se refiere los términos feminis*

1. Político o líder político
2. Partido político
3. Gobierno en su conjunto
4. Movimiento social
5. Política o propuesta política
6. Organización
7. Actores culturales
8. Otros

objeto3: Nombre del tercer actor, objeto o realidad del objeto3

país3: País del actor, objeto o realidad codificado en objeto3

frase1: Copiar la primera frase en la que aparece la palabra con la raíz feminis*

frase2: Copiar la segunda frase en la que aparece la palabra con la raíz feminis*

frase3: Copiar la tercera frase en la que aparece la palabra con la raíz feminis*

asociado:

1. Violencia genero/machista
2. Gestacion subrogada
3. Machismo
4. Igualdad

5. Urbanismo

6. Acoso

7. Labores domesticas

8. Discriminacion

Asopo

1. Izquierda

2. Derecha

3. Neutral

4. No menciona

Asoway

1. Violento

2. Luchador (positivo)

3. Sectarios

4. No menciona

5. Ambiguo