

RESUMEN EJECUTIVO

Framing Emocional del Feminismo: ¿Impulsa el Apoyo a Vox?

El presente Trabajo de Fin de Grado (TFG) investiga cómo los medios de comunicación de derechas en España utilizan estrategias de framing emocional negativo para influir en la percepción pública del feminismo y su impacto en el apoyo electoral a Vox. La relevancia de este estudio radica en la comprensión de cómo el discurso mediático puede moldear las percepciones y comportamientos electorales en un contexto de creciente polarización política y social. La hipótesis central plantea que un incremento en el uso de emociones negativas en la cobertura mediática del feminismo puede correlacionar con un aumento en el apoyo a Vox, especialmente en periodos cercanos al 8 de marzo, Día Internacional de la Mujer.

Para abordar esta cuestión, se emplean conceptos clave del marco teórico, como el framing emocional, el "pinkwashing", el "backlash" y el "sexismo benevolente". El framing emocional se refiere a cómo los medios presentan noticias para provocar emociones específicas que influyen en la opinión pública y el comportamiento electoral (Ekman, 1993; Kühn & Schemer, 2015). El "pinkwashing" describe la práctica de mostrar un apoyo superficial a los derechos de las mujeres para mejorar la imagen pública o desviar la atención de políticas regresivas (Puar, J., 2007; Martínez, Amelia., 2021). El "backlash" se refiere a la reacción negativa a los avances feministas (Norris e Inglehart, 2019), y el "sexismo benevolente" implica la división entre un feminismo "bueno y tradicional" y un feminismo "malo y radical" (Glick y Fiske, 1996).

La metodología del estudio incluye un análisis cuantitativo y cualitativo de 792 portadas de cuatro principales periódicos de derechas (ABC, El Mundo, La Razón y Okdiario) durante los primeros cinco meses de 2021, 2022 y 2023, focalizando la atención en las semanas previas y posteriores al 8M. Se codificaron y contabilizaron las emociones de 'ira', 'asco' y 'miedo' asociadas con el feminismo, utilizando las definiciones operacionales de Paul Ekman (1993). Además, se utilizó el coeficiente de correlación de Pearson para estudiar la relación entre el framing emocional hacia el feminismo y el apoyo electoral a Vox, basado en datos de sondeos electorales diarios obtenidos de 'electocracia.com'.

Los resultados indican que, aunque los medios de derechas intensifican el uso de framing emocional negativo en torno al 8 de marzo, esto no se traduce necesariamente en un

incremento del apoyo a Vox. En 2022, cuando Vox alcanzó su pico más alto de apoyo, se registró el menor uso de framing emocional negativo, sugiriendo una posible saturación o rechazo del electorado hacia estas tácticas. El coeficiente de correlación entre el uso de adjetivos negativos y el apoyo a Vox fue de -0,166360625 en 2023, 0,09931321606 en 2022 y 0,2566118694 en 2021, lo que sugiere una relación débil o incluso inversa. Estos hallazgos implican que los votantes pueden estar desarrollando una actitud crítica hacia las tácticas manipulativas de estos medios.

Sin embargo, sí se puede establecer una correlación significativa entre el uso mediático de framing emocional por parte de los medios de derechas y los contextos de mayor movilización feminista, como se evidencia en el análisis de los adjetivos negativos en las semanas previas y posteriores al 8M. Hay un patrón consistente en los tres años analizados donde el uso de framing emocional aumenta significativamente cerca del 8M. Además, cabe resaltar que también llevan a cabo estrategias mediáticas como “armas arrojadizas” en momentos críticos: el 8M de 2021 durante la pandemia de COVID-19 y las controversias sobre la ley del "solo sí es sí" en 2023. En ambos casos, el framing emocional se utilizó para suscitar "ira", "miedo" y "asco" con el objetivo de influir en la percepción pública y presentar a Vox y sus líderes como víctimas de políticas feministas “extremas” y “totalitarias”.

La investigación también revela cómo los medios de comunicación de derechas utilizan el "pinkwashing" para proyectar una fachada de apoyo a los derechos de las mujeres por parte de partidos conservadores mientras promueven agendas que socavan esos mismos derechos (Martínez, 2021). Este, junto con el "backlash" y el "sexismo benevolente", permite a estos medios enmascarar su sexismo hostil y dividir la opinión pública, evocando emociones negativas y polarizando aún más el debate sobre el género y el feminismo.

En conclusión, este estudio aporta a la comprensión de cómo la manipulación mediática puede influir en las percepciones públicas y los comportamientos electorales en democracias contemporáneas. Aunque los medios de derechas han intentado usar el framing emocional para influir en las elecciones, estos esfuerzos no garantizan un incremento en el apoyo electoral a Vox. Esto subraya la importancia de un electorado crítico y la necesidad de un análisis mediático continuo para evaluar cómo la representación en los medios puede afectar tanto la percepción pública como los resultados electorales.