

AGENDA MEDIÁTICA Y PÚBLICA EN LA AGRESIÓN DE IGUALADA (ESPAÑA). LOS MITOS DE LA VIOLACIÓN

MEDIA AND PUBLIC AGENDA IN THE AGGRESSION OF IGUALADA (SPAIN). MYTHS ABOUT RAPE

DRA. TANIA BRANDARIZ PORTELA
Universidad Antonio de Nebrija, España
tbrandariz@nebrija.es

DDO. JONATTAN RODRÍGUEZ HERNÁNDEZ
Investigador Predoctoral UCM-Banco Santander, España
jonrodri@ucm.es

DRA. EGLÉE ORTEGA FERNÁNDEZ
Universidad Antonio de Nebrija y Universidad Complutense, España
e-mail: eortegafe@nebrija.es

Resumen

La difusión que puede tener una noticia ha crecido sustancialmente debido a las redes sociales. De la misma manera, permiten que las personas puedan compartir y comentar las noticias, generando discusión y debate público. Esto puede tener un impacto significativo en la opinión pública y en la percepción de las noticias. Si se agrega que sea un hecho de violencia que afecte directamente a un grupo específico de la sociedad, la propagación de la información aumenta considerablemente y las redes sociales funcionan como un altavoz de los grupos que se organizan en torno a estos casos. En la presente investigación se analiza la cobertura que han realizado medios de comunicación tradicional y nativos digitales, a través de sus redes sociales (Twitter y Facebook) a través de una triangulación metodológica: investigación bibliográfica, cantidad de publicaciones y análisis de discurso. Los resultados demuestran que los medios de comunicación han vertebrado su relato mediático en torno a tres ejes: el lugar del acontecimiento, que la víctima era menor de edad y las críticas de la madre de la víctima al presidente del Gobierno, Pedro Sánchez, y a la ministra de Igualdad, Irene Montero. El caso ha estado caracterizado, por tanto, por su politización. Como conclusión, se señala que los sujetos de la información en los titulares de las noticias fueron, en la mayor parte de las ocasiones, la madre y la víctima.

Palabras clave: Medios de comunicación; agenda pública; redes sociales; violación; agresión.



Abstract

The diffusion that a piece of news can have has grown substantially due to social networks. In the same way, they allow people to share and comment on the news, generating discussion and public debate. This can have a significant impact on public opinion and the perception of the news. If we add that it is an act of violence that directly affects a specific group in society, the spread of information increases considerably and social networks function as a loudspeaker for the groups that organize around these cases. In the present investigation, the coverage that traditional media and digital natives have carried out through their social networks (Twitter and Facebook) is analyzed through a methodological triangulation: bibliographical research, number of publications and analysis of speech. The results show that the media have structured their media narrative around three axes: the place of the event, that the victim was a minor and the criticism of the victim's mother to the President of the Government, Pedro Sánchez, and the Minister of Equality, Irene Montero. The case has been characterized, therefore, by its politicization. In conclusion, it is pointed out that the subjects of the information in the news headlines were, in most cases, the mother and the victim.

Keywords: Media; public agenda; social networks, public agenda, rape, aggression.

RECIBIDO: 09-07-2024 / ACEPTADO: 13-09-2024 / PUBLICADO: 22-12-2024

Cómo citar: Brandariz Portela et al. (2024). Agenda mediática y pública en la agresión de Igualada (España). Los mitos de la violación. *Almanaque*, 44, 31 - 58.
<https://doi.org/10.58479/almanaque.2024.121>

CONTENIDO

Resumen	31
Abstract	32
Introducción	35
2. Objetivos	36
3. Estado de la cuestión	36
3.1. Las víctimas de la violencia sexual	36
3.2. Activismo digital antiviolación y mitos	37
3.3. El relato de la violación	38
3.4. Difusión en redes sociales	39
4. Metodología	40
5. Resultados	43
5.1. Análisis cuantitativo	43
5.1.1. Análisis de Twitter	43
5.1.2. Análisis en Facebook	45
5.2. Análisis Cualitativo	47
6. Conclusiones	52
7. Bibliografía	53

Introducción

La madrugada del 1 de noviembre de 2021, violan a una niña de 16 años en Igualada, municipio ubicado en Cataluña, España. Unas horas más tarde, la encuentran inconsciente. Sumado al delito de violación, los agresores podrían haber cometido un homicidio en grado de tentativa, al golpear a la niña y abandonarla en un descampado a 3º de temperatura. En ese momento, y sin ningún detenido o acusado, un grupo de mujeres impulsa la campaña 'XTúXTotes' para exigir mayor seguridad y novedades sobre la investigación.

En más de 40 países, la violencia contra las mujeres no está penada (RTVE, 2018). El *Balance de Criminalidad* del Ministerio del Interior del año 2018 apunta que, en España, se denuncia una violación cada cinco horas y media (Borraz y Ordaz, 2018). El número de denuncias por abuso y agresión ha aumentado un 30,7% en seis años (López Trujillo, 2019). Esta realidad se produce por la ruptura del silencio propiciada por el movimiento feminista, que supone la materialización de la cuarta ola (Cobo, 2019). El cambio social comienza en el feminismo de la tercera ola, en los años 70, con la conceptualización de la violencia sexual, y vuelve a denunciarse en el contexto del ciberfeminismo, con el activismo antiviolación y el culmen en el #MeToo.

Las redes sociales cumplen una doble función. Por una parte, actúan como altavoz de un movimiento que desafía al sistema patriarcal, al permitir a las mujeres conjugarse como un 'nosotras'. Por otro lado, al hacer eco de la cultura patriarcal, se convierte en un canal para la reproducción de los mitos de la violación, que favorece el discurso reactivo (Castrillo, 2018). Sin embargo, en España, el 8 de marzo de 2018 y el caso de 'La Manada' suponen el punto de inflexión que propicia la cuarta ola feminista. Las protestas son la rebelión ante el silencio, que ha mantenido a los agresores libres de culpa (Abdulali, 2020).

Entre las demandas, se pone en el foco la crítica de que, con frecuencia, se cuestiona la declaración de las supervivientes de violación. Es así cómo se produce la victimización secundaria: el proceso por el que las víctimas no presentan la denuncia por miedo a que no las crean o a que en los Tribunales las culpen por el delito que han cometido sobre ellas (Bernal, 2019; Canto, Perles y San Martín, 2017; Doherty & Anderson, 1998). Se trata de una construcción del delito de violación que responde a una constante: culpar a las víctimas y eximir de responsabilidad a los agresores.

2. Objetivos

Desde el punto de vista metodológico, esta investigación tiene como objetivo general de investigación analizar la agenda mediática que propusieron los medios de comunicación. Para ello se ha medido la repercusión de las publicaciones relacionadas con el objeto de estudio que han tenido las cuentas oficiales de los medios en las redes sociales de Twitter y Facebook. Para dar contenido a este objetivo se plantean los siguientes objetivos específicos:

OE1. Establecer un diagnóstico de las palabras y expresiones utilizadas por los medios de comunicación en los titulares de las publicaciones que incluye el término “Igalada” en referencia al municipio de Cataluña y el objeto de estudio analizado.

OE2. Identificar los marcos de referencia que han generado los medios de comunicación en las publicaciones, así como su evolución.

OE3. Determinar los elementos simbólicos y mitos sobre la violación que se presentan en las publicaciones.

3. Estado de la cuestión

3.1. Las víctimas de la violencia sexual

Hasta los años 70 del siglo XX, las mujeres no denunciaban las violaciones por miedo a que no se creyese su relato, por vergüenza y también por culpa (Martínez Delgado, 2019). No se daba el contexto social, político y cultural para que la reacción a una denuncia fuese un ‘yo sí te creo’.

El activismo antiviolación del movimiento feminista de la tercera ola, así como las campañas mediáticas que favorecen una mayor conciencia social, suponen el origen de la denuncia, pero no han acabado con la cifra negra (*La Vanguardia*, 2019). La violencia sexual es un delito difícil de precisar, asumido y legitimado. Por este motivo, la mayor parte de los casos de violencia sexual no se llegan a denunciar.

Las mujeres supervivientes de violencia sexual son víctimas de la agresión y lo son de nuevo del sistema al buscar justicia. El poder judicial no está al margen de la opinión pública: la jurisprudencia contribuye al proceso de producción cultural (Andersson & Edgren, 2018).

Atendiendo a los datos del Ministerio del Interior (2019) se puede concluir que los delitos de abuso sexual y agresión sexual o violación son, dentro de la tipología de los delitos contra la libertad sexual, los más frecuentes. Poniendo el foco en las víctimas, se percibe que son en la mayoría de las ocasiones mujeres, representando aproximadamente un 85% del total (Ministerio del Interior, 2019). Específicamente, la primera franja de edad en la que se producen los delitos contra la libertad sexual es entre 0 y 17 años. Es decir, las niñas son las más vulnerables ante la violencia sexual (Ministerio del Interior, 2019).

En lo que se refiere al espacio en el que se produce el delito, es preciso comenzar apuntando que la violencia contra las mujeres es una cuestión estructural. Esto significa que los actos no son esporádicos, sino que son sistémicos: responden al sistema patriarcal (Millett, 1995).

De esta forma, el acto delictivo no se restringe al espacio público, aunque el relato de la violación se configure sobre la peligrosidad de las calles (Leo, 2017). Sin embargo, los datos muestran que las viviendas, es decir, el espacio privado, son el primer lugar donde se cometen los delitos contra la libertad sexual (Ministerio del Interior, 2019).

Según apuntan Tajahuerce *et al.* (2018), existe una imperiosa necesidad de trabajar en la educación con perspectiva de género. Se debe formar para garantizar el derecho de las mujeres a ocupar todos los espacios, los físicos y los virtuales; que van más allá del colegio o la universidad, llegando a los medios de comunicación de masas fundamentales por su influencia en la construcción de marcos de referencia para la juventud.

Agrega el estudio de Parra-Martínez *et al.*, (2021) que esa necesidad puede partir de espacios universitarios de facultades específicas donde la evolución de la perspectiva de género y su introducción en la docencia parece haber quedado a merced del voluntarismo del profesorado.

3.2. Activismo digital antiviolaación y mitos

La movilización feminista no se puede comprender sin hacer alusión al contexto digital, que favorece el movimiento internacional e intergeneracional. Las redes sociales son centrales en la articulación de los relatos de denuncia y solidaridad con las mujeres (Aránguez, 2019). No obstante, al feminismo popular le contesta, en Estados Unidos a partir de 1990, la misoginia desde grupos antifeministas como *Men's Rights Activists* o *Pick-Up Artists*, impulsando la manosfera.

Asimismo, el feminismo y el antifeminismo conviven en las redes sociales, dando lugar a una polarización social y política en torno al feminismo (Villar y Pecourt, 2021).

La credibilidad de las supervivientes de violación se articula sobre la dicotomía de *víctima* y *no víctima* construida sobre los estereotipos de género. Si no se adecúa a los mitos de la violación, será una *no víctima*. El patriarcado articula así la idea de víctima ideal (Aguado, 2019). La construcción social y cultural de 'varón' y 'mujer', la herramienta de opresión patriarcal que hemos conceptualizado como 'género', tiene profundas consecuencias en nuestras pautas sociales y comportamientos.

El género no sólo nos oprime desde fuera y determina un espacio específico en la sociedad: también construye el 'yo'. Esto es lo que autoras como Millett (1995) han definido como colonización interior: la aceptación de estereotipos de género, que determinan la articulación de la subjetividad. Ser hombre significa ser fuerte, valiente, poderoso, cuestiones que se reproducen a través de la sexualidad (Triviño, 2016). Es así como en el imaginario

colectivo los varones son los sujetos de placer, mientras que las mujeres el objeto de deseo (Bernárdez y Padilla, 2018).

Los hombres deben ser sexualmente activos y las mujeres deben restringir su sexualidad y ser obedientes (Sanyal, 2019). Se erotiza la violencia y se deshumaniza a las mujeres, convirtiéndolas en cuerpos disociados de su subjetividad. Esta idea repercute en la conceptualización del consentimiento, partiendo de una idea de sexualidad que se remonta a la Antigüedad Clásica, en la que la mujer, aunque diga que 'No', siempre acabará diciendo que 'Sí' (Pateman, 2019; Sanyal, 2019).

3.3. El relato de la violación

Los medios de comunicación han favorecido que el sistema patriarcal otorgase a las mujeres un lugar en la sociedad: el espacio privado (Tajahuerce y Padilla, 2015). En el contexto de la cuarta ola del movimiento feminista, los medios de comunicación señalan, generalmente, que la violencia sexual es una injusticia social que atenta contra los Derechos Humanos (Convenio de Estambul, 2011). Aunque del mismo modo que el conjunto de la sociedad, continúan incurriendo en los mitos sobre ella (Bohmert *et al.*, 2019).

El estereotipo de monstruo es muy frecuente en el tratamiento mediático, así como la puesta del foco en el lugar inadecuado, al señalar cuestiones como la migración, la nacionalidad y las dificultades de los agresores para adaptarse a la cultura (Andersson y Edgren, 2018). Es frecuente que al enmarcar la violación poniendo el foco en los culpables, se defina al agresor como un enfermo mental, solitario o raro (Nilsson, 2019). El delito de violación no es un acto anecdótico cometido por un monstruo: la violación se encuentra en la vida cotidiana (Greer, 2019).

Este enfoque tiene consecuencias especialmente negativas, porque conduce a la idea de que sólo los hombres 'extraños', es decir, estereotipados, pueden cometer una violación, lo que provoca que los hombres comunes desaparezcan de la narrativa (Nilsson, 2019; Bohmert *et al.*, 2019).

Por otro lado, al enmarcar las violaciones grupales, se relatan en suburbios o por parte de varones con categorías tradicionales de exclusión social, como la clase, la etnia o la raza (Miyares, 2017). Se continúa incurriendo así en la idea de que la violación es un acto que no tiene que ver con un problema social estructural (Nilsson, 2019).

Una vez más parece haberse vuelto importante mantener a la sociedad patriarcal en un estado de anestesia cultural. Como consecuencia, la violencia simbólica necesaria para facilitar la anestesia cultural hace que los hombres «comunes» involucrados desaparezcan de la narrativa. En cambio, son las víctimas las que emergen (Nilsson, 2019, p. 1186).

Las mujeres deben cumplir los roles que se esperan mientras se produce el acto delictivo, y también después del mismo. Estos son, entre otros, decir 'no' desde el inicio hasta el fin de

la violación, sin posibilidad de, en plena libertad, cambiar de parecer; alejarte de los varones y de los espacios oscuros; o la necesidad de oponer resistencia explícita para que el delito se considere como violación (Greer, 2019).

Del mismo modo, se espera que las mujeres no ocupen el espacio público con libertad después del delito, es decir, que no vuelvan a rehacer su vida; o que articulen un relato en el que no existan matices desde la denuncia hasta el fin del procedimiento judicial, porque se obvia el estrés postraumático (Veselka, 1998).

En lo que se refiere a la atribución de responsabilidad, el sistema patriarcal propicia la conceptualización del crimen. En lugar de hacer hincapié en el agresor, se señala que la víctima caminaba sola, en espacios oscuros, que había ingerido alcohol, que retrasó la denuncia o que no buscó ayuda en el momento del acto delictivo (Bohmert *et al.*, 2019).

El sistema construye un relato que culpa a las víctimas y exime de responsabilidad a los agresores, al señalar los peligros que corren las mujeres en el espacio público (Leo, 2017). Se pone así en entredicho su 'libertad', y se las relega, aparte, a un mandato patriarcal histórico: que permanezcan en el espacio privado (Tajahuerce y Padilla, 2015).

3.4. Difusión en redes sociales

Las redes sociales, entendidas como espacios comunes sobre las cuales existen numerosas y sugestivas investigaciones científicas, destacan por el compromiso que generan y la relación que establecen con distintas audiencias (Ortega *et al.*, 2021). La comunidad investigadora suele convenir que la primera red social del mundo fue *Six-Degrees*, nacida en 1997, para crear listas de amigos. Se centraba en la Teoría de los Seis Grados de separación, que asevera que es posible conectar con cualquier persona del mundo en tan sólo 6 conexiones humanas (Bai *et al.*, 2020).

La naturaleza colaborativa y explícita de los medios y la tecnología que permiten interactividad, además de la capacidad que ofrecen a los usuarios para participar en la creación y publicación de contenido de todo tipo dentro de las comunidades digitales de afinidad, es fundamental para entender el papel de las redes sociales (Verwey, 2015; Scolari, 2018; Fuentes Cancell *et al.*, 2021).

Este panorama presenta amplias posibilidades de autoexpresión, así como oportunidades ilimitadas de participación para determinar e influir en las narrativas que se estén desarrollando a cada momento.

En este sentido, los temas sociales suelen tener un amplio recorrido en estas plataformas. Aunque, en algunos casos, la inmediatez repercute en la superficialidad de los comentarios y lo efímero que puede ser una información relevante. Núñez y Sell (2021) realizaron un estudio centrado en el poder de la palabra en las redes sociales Twitter y Facebook. Su análisis está

centrado en los discursos de odio y manejo de la palabra, afirmando que la cuarta ola del feminismo está impulsada por el uso de estas herramientas para el intercambio social de ideas:

El siglo XXI es el siglo de Internet, una herramienta que no deja de tener luces y sombras. Resulta evidente que las relaciones interpersonales han cambiado mucho al convertirse la Red en el canal mediador. Pueden resultar intensas, rápidas, abiertas, asincrónicas y sincrónicas. Y a estos componentes facilitadores se les puede añadir otros como la velocidad, la flexibilidad o la libertad por el control sobre el tiempo y por las posibilidades que concede el anonimato (Núñez y Sell, 2021, p. 257).

Por otro lado, la ciudadanía utiliza las redes sociales como fuente de información. Según Statista (2021), el 66% de los españoles utiliza estas plataformas para informarse, ubicándose como la tercera opción por debajo de entretenerse (81%) e interactuar (72%). Esta cifra muestra cómo pueden incidir las noticias, titulares, comentarios y opiniones que se publican en las redes sociales sobre la población que las utiliza.

El *Estudio Anual de Redes Sociales* (IAB, 2021) apunta que la mayor frecuencia de uso entre los usuarios españoles la lideran Twitter (97%), Instagram (83%) y Facebook (72%), destacando que un 66% busca informarse y, dentro de este porcentaje, un 49% comenta la actualidad en estas plataformas. De aquí la relevancia que tiene el análisis de los medios de comunicación masivos en casos específicos como el objeto de estudio de la presente investigación.

4. Metodología

Para cumplir los objetivos de la presente investigación se ha efectuado una triangulación metodológica. Para el estudio y análisis del caso se han usado múltiples métodos, tanto cualitativos como cuantitativos. Por consiguiente, la investigación se asienta sobre tres pilares correlativos, que buscan resultados originales, inéditos y extrapolables a otros trabajos de la comunidad académica del área:

- Investigación bibliográfica, donde se repasan los conceptos relacionados con el estudio: víctimas de la violencia sexual, activismo digital antiviolación, *rape myths* y relatos de la violación. Se ha realizado a través de fuentes bibliográficas de primer nivel: *Journal Citation Reports (Social Sciences)*, *SCImago Journal Country Rank*, *Dialnet*, *Elsevier online*, *SAGE Journals*, *Taylor and Francis online*, Buscador Cisne UCM y Academia.edu.
- Análisis cuantitativo de las publicaciones realizadas por los medios de comunicación escogidos en Facebook y Twitter. Se seleccionan los medios de prensa generalista escrita, tanto tradicionales como nativos digitales. Los periódicos seleccionados y la división realizada entre ellos (ver Tabla 1) siguen la metodología de investigaciones como la de Pedrero Esteban *et al.* (2021). El marco temporal analizado transcurre desde el día en el que ocurre la violación, 1 de noviembre de 2021, hasta el 30 de noviembre de 2021. Pese a que el período inicial abarcaba más tiempo, los medios

analizados dejaron de publicar noticias con regularidad a partir de la cuarta semana. En total se han contabilizado 148 publicaciones en Twitter y Facebook relacionadas con la violación en Igualada. Con esta muestra se han estudiado los discursos difundidos, así como su repercusión en varios medios de comunicación españoles, consiguiendo un corpus sólido y representativo.

- Análisis cualitativo de contenido de las publicaciones realizadas por los medios de comunicación escogidos en Facebook y Twitter. Se realiza un análisis de contenido a través de nubes de palabras, con los titulares de la prensa tradicional y nativos digitales en ambas redes sociales. Posteriormente, se completa una ficha para precisar el análisis de contenido, con el objetivo de detectar el relato que establecieron los medios. Las cuestiones elegidas para la elaboración de la ficha de análisis, con el objetivo de detectar los mitos de la violación y el tratamiento mediático del caso, son: *sujeto de la noticia*; *concepto empleado para denominar a la víctima*; *variables de exclusión social* que puedan provocar una cobertura estereotipada que incurre en la revictimización y la exoneración de culpa de los agresores; *conceptualización del crimen*; *adjetivos* que se emplean para describir el acto y la *pauta o tratamiento*, siguiendo las funciones del encuadre de Entman (1993) que se apunta desde los titulares de las noticias.

Como se ha mencionado anteriormente, los periódicos seleccionados se separaron por prensa generalista tradicional y prensa generalista nativa digital. La justificación de la selección de medios combina varios criterios: el primero es que los medios tuvieran perfiles verificados en Twitter y Facebook. Se han seleccionado estas redes sociales por su gran aceptación entre los usuarios para comentar y compartir noticias.

La red social de *microblogging* es el espacio público por excelencia, donde se generan debates y exponen diferentes problemas y puntos de vista (Moernaut *et al.*, 2020; Rauchfleisch *et al.*, 2021; Bernárdez-Rodal, *et al.*, 2021). Por su parte, la red social de fotografías y de vídeos de Mark Zuckerberg mantiene el primer puesto con mayor número de usuarios en el mundo, con más de 2.900 millones de usuarios (IAB, 2021; The Social Media Family, 2022; We are Social & Hootsuite, 2021). El segundo criterio es su penetración en términos de audiencia (Barlovento, 2021) y su área de difusión (estatal).

Finalmente, de cara a la elección de los medios de prensa generalista tradicional y de prensa generalista nativa digital, se ha tenido en cuenta la información de la evolución de las audiencias de los periódicos generalistas, así como de los cibernautas a partir de los datos de *Comscore*. Asimismo, se han analizado los perfiles de los medios tanto en Twitter como en Facebook. La división ha sido la siguiente:

Prensa Tradicional:

El Mundo

El País

ABC

La Vanguardia
La Razón
El Periódico

Prensa nativa digital:

El Confidencial
elDiario.es
okdiario
Vozpópuli
20minutos.es

La muestra seleccionada para esta investigación la conforman 148 mensajes publicados en las redes sociales de Twitter y Facebook. La división ha sido la siguiente:

Prensa tradicional – Twitter: 69

Prensa tradicional – Facebook: 30

Prensa nativa digital – Twitter: 35

Prensa nativa digital – Facebook: 9

La herramienta utilizada para la extracción de las publicaciones ha sido *Fanpage karma*. Se trata de un potente *software* online para análisis y monitoreo en redes sociales que permite examinar un número ilimitado de perfiles en diversas plataformas (Gmiterek, 2021; Escusol et al., 2021; Guevara et al., 2021). Fundada en 2012 en Berlín, también proporciona información sobre estrategias de publicación y rendimiento de perfiles en redes sociales como Facebook, Instagram, YouTube o TikTok. Además, cuenta con una actualización de contenido en tiempo real que permite encontrar tendencias, *influencers* y publicaciones del período que se desee analizar. Finalmente, la ficha empleada para el análisis cualitativo contiene los siguientes apartados:

Tabla 1. Ficha empleada para el análisis del discurso

Sujeto de la noticia	Concepto empleado para denominar a la víctima	VARIABLES de exclusión social asociadas a los agresores	Denominación del crimen	Adjetivos	Pauta o solución del problema

Fuente: Elaboración propia.

5. Resultados

5.1. Análisis cuantitativo

5.1.1. Análisis de Twitter

Al analizar la red social de *microblogging* en el período indicado (1 de noviembre de 2021 hasta el 30 de noviembre de 2021) se ha encontrado un total de 104 publicaciones que refieren al caso objeto de estudio. La prensa tradicional suma 69 publicaciones (67%) y la prensa nativa digital un total de 35 publicaciones (23%). Al detallar los medios tradicionales con más publicaciones, se observa que *La Vanguardia* suma un 17,31% del total de las publicaciones ubicándose en primer lugar, seguido por *El Mundo*, con el 10,58%. Entre los nativos digitales, *20minutos.es* llega a un 12,50% del total de tuits publicados sobre este tema, seguido por *okdiario*, que alcanza un 8,65% de las publicaciones.

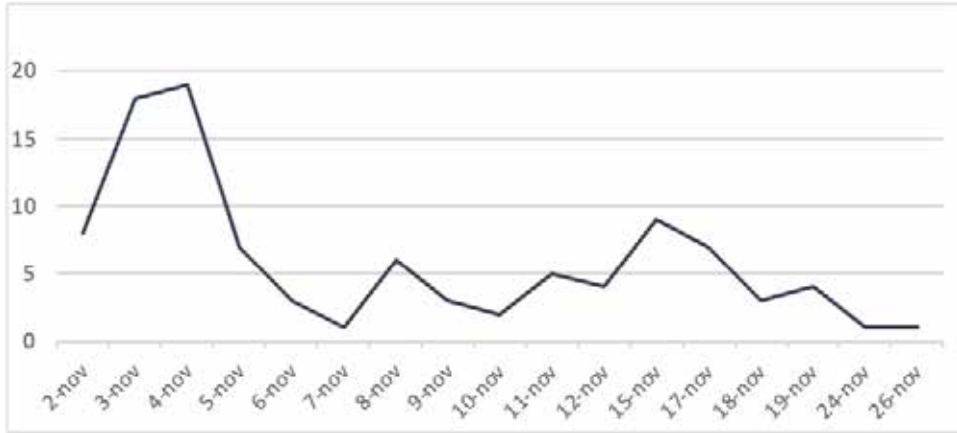
Los días con más cantidad de tuits publicados coinciden para los medios tradicionales y nativos digitales, el 3 y el 4 de noviembre, donde se concentran 25 publicaciones (tradicionales) y 13 publicaciones (nativos digitales).

Tipo	Medio	Número de publicaciones	% de publicaciones sobre el total analizado
Prensa tradicional	<i>El Mundo</i>	11	10,58%
	<i>El País</i>	4	3,85%
	<i>ABC</i>	13	12,50%
	<i>La Vanguardia</i>	18	17,31%
	<i>La Razón</i>	10	9,62%
	<i>El Periódico</i>	13	12,50%
Prensa nativa digital	<i>El Confidencial</i>	3	2,88%
	<i>elDiario.es</i>	6	5,77%
	<i>okdiario</i>	9	8,65%
	<i>Vozpópuli</i>	4	3,85%
	<i>20minutos.es</i>	13	12,50%

Fuente: Elaboración propia.

AGENDA MEDIÁTICA Y PÚBLICA EN LA AGRESIÓN DE IGUALADA (ESPAÑA).
LOS MITOS DE LA VIOLACIÓN.

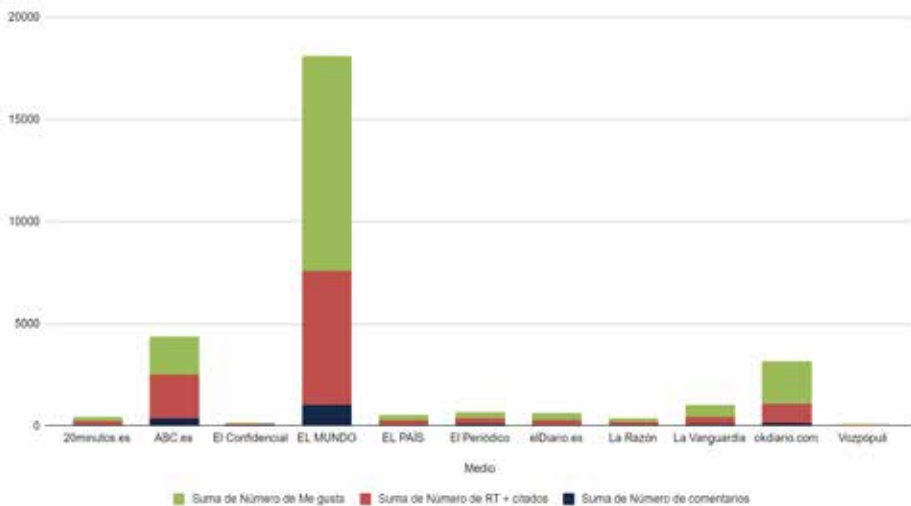
Gráfico 1. Distribución de las publicaciones en Twitter en el período analizado



Fuente: Elaboración propia.

Con respecto a la interacción de cada medio de comunicación a través de Twitter, destaca *El Mundo* con respecto a los Me Gusta (10.518), Retuits (6.557) y Comentarios (1.053) que se desprenden de la noticia principal y que se intercambiaron en este canal. En segundo lugar, se ubica el diario *ABC* con 1.841 Me Gusta, 2.124 Retuits y 409 Comentarios; y finalmente el nativo digital *okdiario* sumando 2.035 Me Gusta, 945 Retuits y 155 Comentarios en el período señalado. El resto de medios tradicionales y nativos tienen pocos impactos de este tipo, comparados con los tres que se ubican en la cabeza de la lista (Gráfico 2).

Gráfico 2. Total de Me Gusta, Retuits y Comentarios en Twitter por medio de comunicación.



Fuente: Elaboración propia.

5.1.2. Análisis en Facebook

En la red social de la compañía Meta en total se emitieron 39 publicaciones con relación al hecho analizado. De ellas, 30 corresponden a la prensa tradicional (77%) y 9 a la prensa nativa digital (23%). Si se observan los medios que más han publicado, el diario *El Mundo* ocupa un 28% de los *posts* totales, seguido por *La Vanguardia* y *La Razón* con un 12% (ver Tabla 3). En total, los medios tradicionales son los responsables de 3 de cada 4 publicaciones (77%) frente al 23% de los medios nativos digitales.

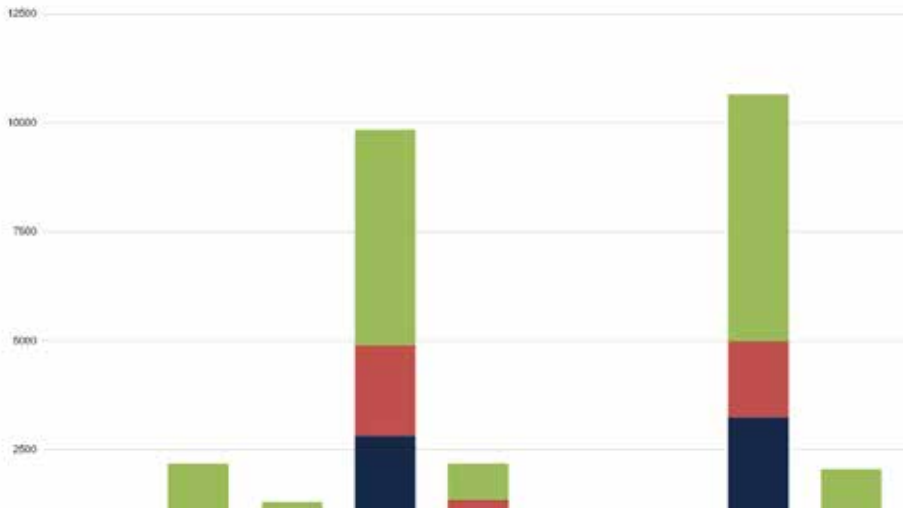
En esta red social también se observa que los días 4 y 15 de noviembre de 2021, son los que más publicaciones acumulan, alcanzando 9 y 6 publicaciones respectivamente (ver Gráfico 1). La jornada que concentra más atención mediática se debe a la publicación de la carta de la madre de la joven violada al presidente del Gobierno, Pedro Sánchez. Ese día, el 4 de noviembre de 2021, los medios que recogieron la noticia fueron: *El Mundo* (2), *El País* (2), *La Vanguardia* (1), *La Razón* (2), *elDiario.es* (1), *20minutos.es* (1). Más adelante, en el apartado 5.2 se analizará de manera cualitativa el tratamiento informativo que cada medio de comunicación propuso.

Tabla 3. Número de publicaciones realizadas por los medios de comunicación en Facebook

Tipo	Medio	Número de publicaciones	% de publicaciones sobre el total analizado
Prensa tradicional	<i>El Mundo</i>	11	28,21%
	<i>El País</i>	4	10,26%
	<i>ABC</i>	1	2,56%
	<i>La Vanguardia</i>	5	12,82%
	<i>La Razón</i>	5	12,82%
	<i>El Periódico</i>	4	10,26%
Prensa nativa digital	<i>El Confidencial</i>	1	2,56%
	<i>elDiario.es</i>	2	5,13%
	<i>okdiario</i>	2	5,13%
	<i>Vozpópuli</i>	3	7,69%
	<i>20minutos.es</i>	1	2,56%

Fuente: Elaboración propia.

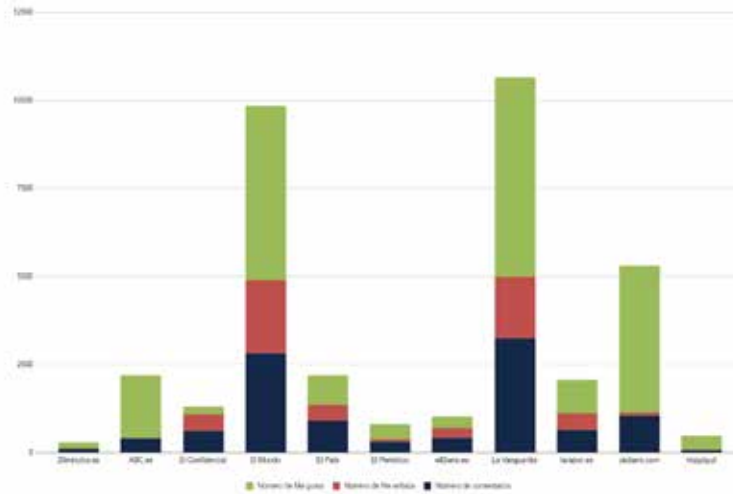
Gráfico 3. Distribución de las publicaciones en Facebook en el período analizado



Fuente: Elaboración propia.

Si se estudia la interacción alcanzada por cada medio de comunicación, hay dos de ellos que destacan sobre el resto: *La Vanguardia* y *El Mundo* (ver Gráfico 4). El periódico perteneciente a la familia Godó alcanzó los 3.253 comentarios (1º), 5.674 Me Gusta (1º) y 1.732 Me Enfada (2º). Por su parte, el periódico fundado en 1989 por Pedro J. Ramírez consiguió 2.820 comentarios (2º), 4.942 Me Gusta (2º) y 2.069 Me Enfada (1º). Entre la prensa nativa digital destaca *okdiario* con un total de 1.049 comentarios (3º), 4.165 Me Gusta (3º) y 94 Me Enfada (7º). En total, los medios tradicionales sumaron el 76,76% de las interacciones frente al 23,24% de los nativos digitales.

Gráfico 4. Total de Me Gusta, Me Enfada y Comentarios en Facebook por medio de comunicación



Fuente: elaboración propia.

5.2. Análisis Cualitativo

Para el análisis cualitativo de contenido, se ha tomado como muestra los titulares de los medios tradicionales elegidos (*El Mundo*, *El País*, *La Vanguardia*, *La Razón*, *El Periódico* y *ABC*) y de los nativos digitales (*Eldiario.es*, *20minutos.es*, *vozpópuli*, *okdiario.com* y *El Confidencial*) en las redes sociales Facebook y Twitter. En primer lugar, se ha realizado un análisis de contenido, a través de nubes de palabras, con los titulares de prensa tradicional y nativos digitales, de Twitter y Facebook.

En estas piezas del corpus, la cobertura de los medios de comunicación estuvo centrada, por una parte, en la brutalidad del acto delictivo. Por otro lado, tuvo una importancia central la madre de la víctima, que emprendió una crítica al presidente del Gobierno, Pedro Sánchez, y a la ministra de Igualdad, Irene Montero, por no tomar más medidas contra los agresores sexuales. En este sentido, las palabras clave más destacadas en la descripción de la violación de Igualada son el lugar del acontecimiento, que la víctima era menor de edad y las cartas de la madre al presidente y a la ministra.

Gráfico 5. Nube de palabras con los titulares de los medios de comunicación tradicionales y nativos digitales en Facebook y Twitter

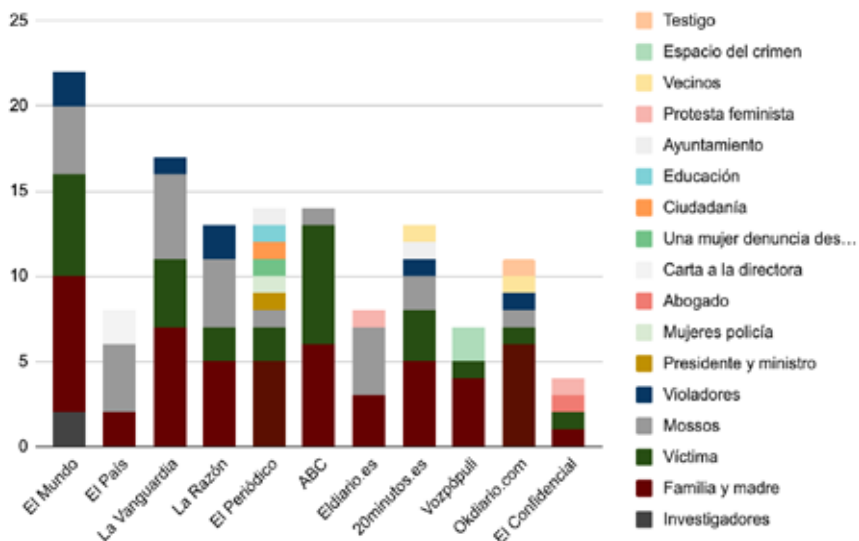


Fuente: nubedepalabras.es.

Asimismo, se ha realizado una ficha para precisar el análisis de contenido. La intención ha sido detectar el relato sobre la violación en el caso de Igualada, con el objetivo de determinar cuáles han sido los marcos de interpretación sobre esta violación, así como los mitos que pudieran estar caracterizando el tratamiento mediático, incurriendo en una revictimización de la menor y una exoneración de culpa de los agresores. Para esto, se considera central analizar dónde se pone el foco en los titulares, es decir, quién es el sujeto de la información, pues se trata del lugar donde recaerá la atención del lector.

En lo que se refiere al sujeto de la noticia (Gráfico 6), se percibe que la mayor parte de las informaciones de los medios de comunicación estudiados se centran en la reacción de la madre y la familia, que critican al presidente del Gobierno, Pedro Sánchez, y a la ministra de igualdad, Irene Montero. La víctima también tiene un papel fundamental, planteando esta cuestión un problema; los sujetos de la información deberían ser, siempre, quienes ejercen el acto violento, en este caso los agresores. Sin embargo, su presencia es anecdótica.

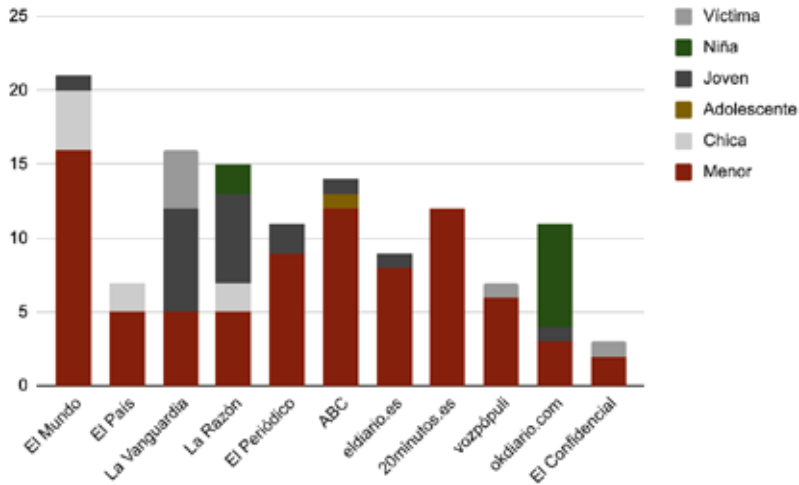
Gráfico 6. Sujeto de la acción en los titulares de las noticias de los medios de comunicación tradicionales y nativos digitales, en Twitter y Facebook



Fuente: Elaboración propia.

Por otro lado, se entiende que es central prestar atención a la denominación de la víctima (Gráfico 7). Con este objetivo, se analiza la forma en que los medios se referían a ella. Asimismo, se ha comprobado, en la mayor parte de las ocasiones, que ‘menor’ es el concepto más empleado en los medios de comunicación del estudio. Conceptos como ‘chica’ o ‘joven’ tienen una importancia menor.

Gráfico 7. Denominación de la víctima en los titulares de los medios de comunicación tradicionales y nativos digitales, en Twitter y Facebook



Fuente: Elaboración propia.

En lo que se refiere al relato sobre los agresores, únicamente se ha encontrado una información relativa al abogado de la víctima en *El Confidencial*, en la que se les define como «salvajes» que muestran desprecio hacia la mujer.

La conceptualización del crimen, es decir, la forma en que se ha denominado al acto delictivo, ha sido otro de los objetivos de este estudio. El uso del concepto ‘violación’ tiene matices diferentes al de ‘abuso’. Para que un delito se considere como violación, se requiere violencia explícita o intimidación. Asimismo, ‘agresión’, puede generar confusión en el lector, puesto que se trata, en términos jurídicos, de un genérico de ‘violación’, que es un agravante (Artículo 179 del Código Penal Español). En este sentido, se percibe que todos los medios de comunicación analizados, en la mayor parte de las ocasiones, emplean el concepto ‘violación’.

En el caso de *20minutos.es*, *La Vanguardia* y *ABC*, *vozpópuli* y *El Confidencial*, la pauta o tratamiento de la información consiste en la petición de la madre al presidente del Gobierno, Pedro Sánchez, de “medidas más duras” contra los agresores. La crítica al presidente del Gobierno y a la ministra de Igualdad, Irene Montero, es central en la llamada a la acción; en la pauta o tratamiento de la violación de Igualada.

En la mayor parte de las ocasiones, se hace alusión a la madre, en particular; y la familia, en general, de la víctima, señalando la necesidad de medidas y de compromiso institucional con las víctimas. También se mencionan, como ya sucedió en el mediático caso de ‘La

Manada' (Brandariz, 2022), los fallos del sistema judicial y la necesidad de educación feminista; el derecho de las mujeres a ocupar el espacio público sin miedo: el derecho a una vida libre de violencia. Aparte, se relaciona este caso con la reacción social de la ciudadanía, es decir, con su vinculación al movimiento feminista.

Sobre el *relato sobre la víctima*, se ha detectado una noticia de *Okdiario.com* en el que se hace alusión a que la menor “subió a un coche con un encapuchado”. Se trata de una información inadecuada, puesto que se coloca el foco en el comportamiento de la víctima. Del mismo modo, se ha observado que, en una noticia de *La Razón*, se emplea una *variable de exclusión social* que constituye un mito sobre la violación, al mencionar que el agresor de una violación era de origen marroquí.

Por último, se ha realizado un análisis para detectar los adjetivos que se emplean para describir la violación, así como las consecuencias del acto, con la intención de ver cómo se construye la realidad sobre la violación en los medios de comunicación. La intención ha sido ver si se sirven de adjetivos superlativos, que incurren en la morbosidad de este delito. Como se observa en el gráfico 8, el relato se ha construido sobre conceptos como *brutal*, *salvajemente*, *desnuda* o *animales*.

Gráfico 8. Adjetivos y consecuencias de la violación de Igualada



Fuente: Elaboración propia.

6. Conclusiones

En las conclusiones del análisis cuantitativo, se apunta que Twitter ha sido el lugar favorito de los medios de comunicación, por delante de Facebook, para compartir las noticias. Además, son los medios de comunicación tradicionales quienes publicaron más informaciones, concretamente los diarios *El Mundo* y *La Vanguardia*. En cuanto a las jornadas de más actividad, son los días 3 y 16 de noviembre del año 2021 en los que más publicaciones se recogen. El primero de ellos, por la solicitud de ayuda a los ciudadanos de Igualada por parte de la familia de la víctima para localizar a los agresores; el segundo, por la campaña de recogida de firmas contra las agresiones sexuales y los violadores que se inició igualmente desde la familia de la víctima.

Los medios de comunicación que más repercusión han alcanzado han sido los diarios *El Mundo* y *La Vanguardia* en Twitter y Facebook, respectivamente. El primero de ellos sumó más de 10.500 Me Gusta, 6.500 Retuits y 1.000 comentarios en el periodo analizado. *La Vanguardia* alcanzó los 5.600 Me Gusta en Facebook, 1.700 Me Enfada y 3.200 comentarios. *El Mundo* emitió un total de 22 publicaciones entre Twitter y Facebook y *La Vanguardia* sumó un total de 23.

En las conclusiones del análisis cualitativo de este estudio, se ha percibido, en primer lugar, que los medios de comunicación han vertebrado su relato en torno a tres ejes: *el lugar del acontecimiento*, que la víctima era *menor de edad* y las *críticas de la madre de la víctima* al presidente del Gobierno, Pedro Sánchez, y a la ministra de Igualdad, Irene Montero. En lo que se refiere al lugar del acontecimiento, los medios de comunicación deben hacer un ejercicio de pedagogía crítica (Baker y Rodrigues, 2020). Las violaciones no pueden aparecer asociadas, unánimemente, al espacio público, puesto que los primeros espacios en los que se producen son los hogares. El delito de violación no depende de la división patriarcal público - privado: es una cuestión estructural (Nilsson, 2019; Leo, 2017). Por otra parte, en el relato sobre esta violación, se hace hincapié en que la víctima es menor de edad, una cuestión que enlaza directamente con los datos: las primeras víctimas de violencia sexual en España son menores (Ministerio del Interior, 2019). Asimismo, el discurso se ha configurado sobre la crítica de la madre al poder político; el caso ha estado caracterizado, por tanto, por su politización.

Los sujetos de la información en los titulares de las noticias fueron, en la mayor parte de las ocasiones, la madre y la víctima. Esto incurre, de nuevo, en un problemático tratamiento mediático del caso; el sujeto de la acción debiera ser siempre quien ejerce la violencia, es decir, los agresores. En el relato de los agresores, se ha reconocido un tratamiento estereotipado del mismo: se les describe como *salvajes* (Andersson y Edgren, 2018; Greer, 2019). En otra ocasión, en una noticia de *La Razón*, se estableció una correlación entre un agresor sexual y su origen marroquí. La causa de la violencia sexual contra las mujeres no es que sean *salvajes*, puesto que se estaría relacionando la violencia con lo anecdótico y con un acto que requiere de violencia explícita, y la noción del consentimiento debe definirse atendiendo a los contextos: a las relaciones de poder patriarcales (Greer, 2019). Los adjetivos empleados para definir el crimen son *brutal*, *salvajemente*, *desnuda* y *animales*. Estos conceptos enlazan con las emociones del lector, y nos alejan de un tratamiento racional y estructural de qué es la violencia sexual contra las mujeres (Carballo, 2021).

En lo que se refiere al relato de la víctima, en una de las informaciones se menciona que la menor “subió al coche con un encapuchado”. Se trata de una información inadecuada, que incurre en la victimización secundaria, al indicar implícitamente que su comportamiento pudo ser la causa de la violación. Se plantea implícitamente que si la mujer no hubiera subido al coche, no la habrían agredido. Este tratamiento mediático propicia la culpabilización de las víctimas, y la exoneración de responsabilidad de los agresores.

En la mayor parte de las ocasiones, se emplea el concepto *violación* para definir el caso. Los medios de comunicación deberían evitar el empleo de *abuso*, que se diferencia de *violación* en que para que existe lo segundo se requiere, según se señala en el Código Penal, violencia física o explícita; esta cuestión no debería ser la línea divisoria que determine qué es una violación. Por otra parte, *violación*, que es un agravante de *agresión*, es un término que puede generar confusión en los lectores, al no reconocer que se trata de conceptos prácticamente similares (Artículo 179 del Código Penal español). En este sentido, el empleo del término *violación* es lo más adecuado. Por último, en lo que se refiere a la pauta o tratamiento aportada por los medios de comunicación estudiados, se menciona el derecho de las mujeres a una vida libre de violencia, relacionando el caso, de nuevo, con la reacción social del movimiento feminista.

7. Bibliografía

- Abdulali, S. (2020). *De qué hablamos cuando hablamos de violación*. Universitat de València. Valencia: España.
- Aguado, D. (2019). Violaciones en serie: dominaciones y resistencias tras las agresiones sexuales de ficción en la era del #MeToo. En *Feminismo/s*, 33, 91-116. Dossier monográfico: Diálogos entre la democracia participativa y la interseccionalidad. Construyendo marcos para la justicia social. <https://doi.org/10.14198/fem.2019.33.04>
- Andersson, U. & Edgren, M. (2018). Vulnerability, agency and the ambivalence of place in narratives of rape in three high-profile Swedish cases. *NORA-Nordic Journal of Feminist and Gender Research*, 26(3), 197-209. DOI: <https://doi.org/10.1080/08038740.2018.1472140>
- Aránguez Sánchez, T. (2019). La metodología de la concienciación feminista en la época de las redes sociales. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, 45, 238-257.
- Baker, A. & Rodrigues, U. (2020). Journalism and Sexual Violence. *Journalism Practice*. 14(2), 129-131. <https://doi.org/10.1080/17512786.2019.1709983>
- Bai, J; Li, H. & Chen, J. (2020). Multiple Star Node Discovery Algorithm in Social Network Based on Six Degrees of Separation and Greedy Strategy. En: V. Jain, S. Patnaik, F. Popențiu Vlădicescu & I. K. Sethi (Eds.), *Recent trends in intelligent computing, communication and devices. Advances in intelligent systems and computing*, pp. 623-632. Nueva York. Springer. https://doi.org/10.1007/978-981-13-9406-5_74

- Barlovento (2021). *Análisis de la industria televisiva-audiovisual 2020*. Barlovento comunicación. <https://bit.ly/3F8p2pW>
- Bernal, A. (2019). El tratamiento informativo del caso Juana Rivas. Hacia una definición de violencia mediática. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 25(2), 697-710. DOI: <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.64797>
- Bernárdez-Rodal, A.; López-Priego, N.; Padilla-Castillo, G. (2021). Culture and social mobilisation against sexual violence via Twitter: the case of the “#LaManada” court ruling in Spain. *Revista Latina de Comunicación Social*, 79. 237-262. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS2021-1502>
- Bernárdez-Rodal, A., & Padilla-Castillo, G. (2018). Mujeres cineastas y mujeres representadas en el cine comercial español (2001-2016). *Revista Latina de Comunicación Social*, (73), 1247-1266. DOI: <https://doi.org/10.4185/RLCS-2018-1305>
- Brandariz, T. (2022). Feminismo y cobertura del caso de ‘La Manada’ en TVE y el poder político desde las Teorías de la Hegemonía, Agenda-Setting y Framing. [Tesis inédita leída el 30-09-2021 en la Universidad Complutense de Madrid].
- Bohmert, M., Allison, K. & Ducate, C. (2019). “A rape was reported”: construction of crime in a university newspaper. *Feminist Media Studies*, 19(6), 873-889. <https://doi.org/10.1080/14680777.2018.1509104>
- Borraz, M. y Ordaz, A. (15 de agosto de 2018). Las mujeres denuncian en España una violación cada cinco horas. *Eldiario.es*. Recuperado de: <https://bit.ly/3kF4Mmn>
- Doherty, K. & Anderson, I. (1998). Talking about rape. *The Psychologist*, 11(12), 583- 586. Recuperado de: <https://bit.ly/3kAWjAG>
- Canto, J., Perles, F. y San Martín, J. (2017). Culture of honour and the blaming of women in cases of rape/La cultura del honor y la inculpación de la mujer en casos de violación. *Revista de Psicología Social*, 32(1), 80-107. DOI: 10.1080/02134748.2016.1250488
- Caraballo Caraballo, S. (2021). *Encuadres del feminicidio: La cobertura sensacionalista del caso de Keishla Marlen Rodríguez Ortiz en la versión digital de Telemundo* (Doctoral dissertation).
- Castrillo, G. (8 de marzo de 2018). ForoCoches: el ‘bar’ de internet en el que se manda a la mujer a fregar. *El Mundo*. Recuperado de: <https://bit.ly/3MaJxoF>
- Cobo, R. (2019). La cuarta ola feminista y la violencia sexual. *pArAdigma Revista Universitaria de Cultura*, 22, 134-138. Recuperado de: <https://bit.ly/3M3ljjv>
- Convenio de Estambul (2011). *Convenio del Consejo de Europa sobre prevención y lucha contra la violencia contra las mujeres y la violencia doméstica*. Recuperado de: <https://rm.coe.int/1680462543>

- Entman, R. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58. Recuperado de: <https://bit.ly/3scNMIa>
- Escusol, A. C., Sans, R. N., & Díaz, J. B. (2021). El impacto de las plataformas de podcast en redes sociales: Estudio de caso en las cuentas oficiales de iVoox y Anchor en Instagram, Facebook y Twitter. *aDResearch: Revista Internacional de Investigación en Comunicación*, (25), 92-105
- Fuentes Cancell, D. R., Estrada Molina, O., & Delgado Yanes, N. (2021). Las redes sociales digitales: una valoración socioeducativa. Revisión sistemática. *Revista Fuentes*, 23(1), 41-52. <https://doi.org/10.12795/revistafuentes.2021.v23.i1.11947>
- Gmiterek, G. (2021). Polish university libraries social networking services during the COVID-19 pandemic spring term lockdown. *The Journal of Academic Librarianship*, 47(3), 102331.
- Greer, G. (2019). *Sobre la violación*. Editorial Debate. Barcelona: España.
- Guevara, M. D. G., de la Cruz, J. N. P., & Moreno, M. A. L. (2021). Marketing digital durante tiempos de COVID-19 en el sector comercial: caso Pichincha-Ecuador. *Polo del Conocimiento: Revista científico-profesional*, 6(3), 497-519.
- IAB Spain (2021). Estudio Anual de las Redes Sociales 2020. Disponible en: <https://tinyurl.com/3cbpw5dv>
- La Vanguardia* (2018a). La Manada: la víctima rompe su silencio mandando una carta a Ana Rosa. *La Vanguardia*. Recuperado de: <https://bit.ly/3y9YUJO>
- La Vanguardia* (2019). Experta en 'Manadas': "Las violaciones grupales son un fenómeno muy excepcional en comparación con otros". *La Vanguardia*. Recuperado de: <https://bit.ly/3KETBVf>
- Leo, J. (2017). *Violación Nueva York: Historia de una violación y un análisis de la cultura predat*. Lince Ediciones. Barcelona: España.
- López Trujillo, N. (2019). Radiografía de la violencia sexual: las denuncias por agresión y abuso con penetración aumentan un 30,7% en 6 años. *Newtral*. Recuperado de: <https://bit.ly/38PD9nO>
- Martínez-Delgado Veiga, M. (2019). "¿Intentó en ese momento gritar?" Estudio discursivo: Representación de la superviviente de una violación.
- Miyares, A. (2017). Las trampas conceptuales de la reacción neoliberal: «relativismo», «elección», «diversidad» e «identidad». *Revista Europea de Derechos Fundamentales*, 29, 117-132. ISSN: 1699-1524. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6144002>
- Millett, K. (1995). *Política sexual*. Ediciones Cátedra. Madrid.

- Ministerio del Interior (2019). *Informe sobre delitos contra la libertad e indemnidad sexual en España*. Recuperado de: <https://bit.ly/3vR2VS1>
- Moernaut, R., Mast, J., Temmerman, M. y Broersma, M. (2020) Hot weather, hot topic. Polarization and skeptical framing in the climate debate on Twitter, *Information, Communication & Society*. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2020.1834600>
- Nilsson, G. (2019). Rape in the news: On rape genres in Swedish news coverage. *Feminist Media Studies*, 19(8), 1178-1194. <https://doi.org/10.1080/14680777.2018.1513412>
- Núñez, T. & Sell, L. (2021) El poder asesino de la palabra. La cara oscura de la Red para feministas. En Bernárdez, A. y Padilla, C. (Ed.) *Deshaciendo nudos en el Social Media*. Editorial Tirant Lo Blanch Humanidades.
- Ortega Fernández, E.; Padilla Castillo, G.; Rodríguez, J. (2021), El audio efímero como comunicación digital innovadora. El caso Clubhouse. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación* 26, 107-121.
- Parra-Martínez, J., Gutiérrez-Mozo, M., & Gilsanz-Díaz, A. (2021). Investigación en docencia con perspectiva de género en arquitectura: experiencias inclusivas y valores proyectuales. *Investigaciones Feministas*, 12(2), 383-399. <https://doi.org/10.5209/infe.72340>
- Pateman, C. (2019). *El contrato sexual*. Ménades Editorial S.L.U. Madrid: España.
- Pedrero Esteban, L.; Pérez Escoda, A. & Establés, M. (2021) Brexit's impact on Spanish media discourse: news coverage and audience reaction on Twitter. *Profesional de la información*, 30 (6). <https://doi.org/10.3145/epi.2021.nov.10>
- Rauchfleisch, A., Siegen, D. & Vogler, D. (2021) How COVID-19 Displaced Climate Change: Mediated Climate Change Activism and Issue Attention in the Swiss Media and Online Sphere. *Environmental Communication*. <https://doi.org/10.1080/17524032.2021.1990978>
- RTVE (2018). El 35% de las mujeres de todo el mundo han sufrido violencia física o sexual. [Video]. Recuperado de: <https://bit.ly/3KFPMiF>
- Sanyal, M. (2019). *Violación: Aspectos de un crimen, de Lucrecia al #MeToo*. Reservoir Books. Barcelona: España.
- Scolari, C. (2018) *Adolescentes, medios de comunicación y culturas colaborativas. Aprovechando las competencias transmedia de los jóvenes en el aula*. Research and Innovation Actions: España.
- Statista (2021) Principales usos de las redes sociales por parte de los internautas en España en 2021; Disponible en: <https://tinyurl.com/5dw4r3ew>

- Tajahuerce, I. y Padilla, G. (2015). Políticas de género sobre medios de comunicación. Qué existe y qué debería existir para regular los contenidos y el lenguaje de la información periodística. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 37, 169-190. <http://dx.doi.org/10.15198/seeci.2015.37.169-210>
- Tajahuerce, I., Franco, Y. y Juárez, J. (2018). Cyberbullying y género: nuevos referentes en la ocupación de los espacios virtuales. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 24 (2), 1845-1859. <http://dx.doi.org/10.5209/ESMP.62250>
- The Social Media Family (2022). VII Informe del uso de las redes sociales en España 2021. <https://bit.ly/3OXc8PV>
- Triviño, B. (2016). Analizando la demanda: relación entre masculinidad hegemónica y prostitución femenina. *Investigaciones feministas*, 7(2), 313-333. https://doi.org/10.5209/rev_INFE.2016.v7.n1.50746
- Verwey, S. (2015). Self-expression and collaborative 'pro-sumption' in the digital brandscape. *Communicatio*, 41(3). 320-339, <https://doi.org/10.1080/02500167.2015.1093327>
- Villar, A. & Pecourt, J. (2021). Antifeminismo y troleo de género en Twitter. Estudio de la subcultura trol a través de# STOPfeminazis. *Teknokultura*, 18(1), 33-44. <http://dx.doi.org/10.5209/TEKN.70225>
- We Are Social & Hootsuite (2021). Digital 2021. Recuperado 15 de marzo de 2022 de: <https://bit.ly/3MS2We5>

