

TRABAJO FIN DE GRADO - CURSO 2022-2023



**La desinformación en el discurso en Twitter sobre la Ley Orgánica de
garantía integral de la libertad sexual**

Grado de Periodismo – Facultad de Comunicación, Universidad de Sevilla

Alumna: María Victoria Campanario Arriaza

Tutora: María Inés Méndez Majuelos

RESUMEN

El avance tecnológico y la digitalización ha provocado que en los últimos diez años la mayoría de medios comunicativos se hayan visto obligados a adaptarse a una nueva era caracterizada por el uso de las redes sociales como nuevos medios de comunicación digitales en los que se informa, dejando atrás el uso del papel y los formatos clásicos.

En la actualidad, las redes sociales son los medios más usados para dar voz a opiniones, pensamientos y conocimientos, convirtiendo Twitter en una de las más importantes a nivel mundial. Es tan importante el papel de las RRSS que, incluso, las mayores fuerzas políticas y los medios de comunicación más importantes del país hacen uso de ellas. Ya sea para hacer propaganda política o para comunicar a las masas.

Debido a esto, este estudio pretende analizar los mensajes publicados en Twitter por las potencias políticas españolas sobre el mayor tema de interés en la actualidad y el que más controversia ha generado a nivel político y social en los últimos meses: la Ley Orgánica del “solo sí es sí”.

Palabras claves: “Solo sí es sí”; twitter; consentimiento; nueva ley; PSOE; PP; VOX; Podemos; reformas; condena; jurisprudencia; rebaja.

ABSTRACT

In the last ten years, technological advances and digitisation have caused that most of the mass media have been forced to adapt to a new era characterized by the use of social networks as new digital communication media in which information is given, leaving behind the use of paper and classic formats.

Currently, social networks are the most used media to give voice to opinions, thoughts and knowledge, making Twitter one of the most important worldwide. The role of social networks is so important that even the largest political forces and the most important media in the country make use of them. Either to make political propaganda or to communicate to the masses.

Due to this, this study intends to analyze the messages published on Twitter by the Spanish political powers on the greatest topic of interest today and the one that has generated the most controversy at a political and social level in recent months: the Organic Law of "solo sí es sí".

Keywords: "Solo sí es sí"; twitter; consent; new law; PSOE; PP; VOX; Podemos; reforms; sentence; jurisprudence; reduction.

ÍNDICE

- 1. INTRODUCCIÓN**
- 2. HIPÓTESIS Y OBJETIVOS**
- 3. METODOLOGÍA**
- 4. MARCO TEÓRICO**
 - Desarrollo de la ley
 - Críticas y reformas propuestas
 - Posiciones a favor y en contra
- 5. ANÁLISIS Y RESULTADOS**
 - Fase 1: Análisis cuantitativo y cualitativo
 - Fase 2: Análisis discursivo
- 6. CONCLUSIONES**
- 7. BIBLIOGRAFÍA**
- 8. ANEXOS**

1. INTRODUCCIÓN

El interés por este tema viene dado debido al gran impacto que tienen los medios de comunicación y los nuevos medios surgidos a raíz de los avances tecnológicos en la sociedad. Tanto es este impacto que las reivindicaciones están en constante disputa con la libertad de expresión y la pequeña línea que los separa.

Son muchos los colectivos y las personas que hacen uso de las redes sociales para expresar sus opiniones y para hacer campañas en contra y a favor de ideales, reformas o leyes, considerando Twitter la principal red social y con más importancia a la hora de comunicarnos y tener voz en una sociedad globalizada, teniendo la capacidad de llegar a millones de personas.

Esta gran capacidad de difusión de mensajes conlleva consigo el aumento de la desinformación y la disminución de transparencia. Es por esto que se producen muchas prácticas que terminan en “fake news” y más aún cuando nos referimos a algún tema de actualidad y problemático como lo es la nueva ley del “solo sí es sí”.

Aunque esta nueva ley tiene como objetivo mejorar la libertad de las mujeres, presentó la cara b de la moneda, produciendo la disminución en las penas de los agresores y como consecuencia limitó también las libertades de las víctimas. Estas modificaciones se deben a que, según el Código Penal, toda persona tiene derecho a la aplicación retroactiva de la ley más favorable al reo, que además está reconocido por el artículo 9.3 de la Constitución Española, lo que se refiere a que al imputado se le aplicará la condena más favorable a este.

Además de ser un tema de interés, ha recibido muchas críticas, controversias y desinformación por parte de diferentes colectivos y grupos políticos, por lo que se ha pensado que es un buen tema para analizar y estudiar en cuanto al tratamiento de la información que se ha producido en twitter por parte de los activistas más importantes del país.

La Ley Orgánica de garantía integral de la libertad sexual, Ley 10/22, de 06 de septiembre, más conocida popularmente como la Ley del “solo sí es sí” fue publicada por la Jefatura del Estado en el BOE el 7 de septiembre del año 2022 pero no fue hasta el día 7 de octubre de 2022 que entró en vigor en España.

Esta ley ha sido impulsada por Irene Montero tras las votaciones que se llevaron a cabo por los diferentes partidos políticos del país el 25 de agosto, quienes votaron en el Congreso de los Diputados para llegar a un acuerdo en cuanto a esta nueva reforma.

Para entender la Ley Orgánica de garantía integral de la libertad sexual primero hay que entender los cambios que ha supuesto esta en el Código Penal en cuanto a la anterior ley que englobaba los delitos sexuales. La Ley “solo si es si” establece que sólo hay un delito, en este caso, se refiere a él como “agresión sexual”, englobando así a todos los delitos que van en contra de la libertad sexual, independientemente de que exista algún tipo de intimidación o violencia. En consecuencia a esto, la ley no se centra en la violencia o en la intimidación ejercida a la víctima, sino en el consentimiento, convirtiendo los anteriores en un plus que simplemente aumentará o disminuirá las penas y condenas establecidas en cada caso.

La jurisprudencia sobre la ley “solo si es si” es escasa ya que lleva poco tiempo ejerciéndose, pero han sido muchas las resoluciones que han puesto sobre la mesa la opción de una reforma debido a la problemática ya mencionada. Un ejemplo de caso en el que se ha visto reflejada la rebaja de una condena de ocho a seis años es el llevado a cabo por la Audiencia Provincial de Madrid en el cual se rebaja la pena a un hombre por abusar sexualmente de su hijastra. En este caso, según indica la Audiencia Provincial de Madrid: “... la pena mínima que se contempla el art. 183.1 y 3, es de 6 años de prisión: razón por la que conforme a lo dispuesto en el art. 2.2 del C.P. resulta ésta más favorable para el reo, por lo que procede la revisión en el sentido interesado por el penado”.

Tras la aplicación de la ley y los fines conseguidos con esta (en su mayoría una disminución de las condenas) las críticas a la ley “solo sí es sí” fueron muchas, a la vez que las críticas a Irene Montero por ser la principal impulsora. Fueron muchos los ataques, tanto, que incluso los parlamentarios que votaron a favor de la Ley asumieron sus errores y pidieron al Ejecutivo impulsar una corrección del texto. Vox, Ciudadanos y PP fueron los principales que promovieron la idea de acabar con esta. Mientras que PSOE, por su parte, incitó a Podemos y a Irene Montero a que hiciera una reforma de la ley con el objetivo de que no siguiesen reduciéndose las condenas, a lo que Podemos con Montero en cabeza se mostró al principio en desacuerdo con dicha reforma. No fue hasta principios del mes de febrero cuando Montero se mostró dispuesta a ceder con la ley del 'solo sí es sí' con tal de tener "una respuesta unitaria como Gobierno ante esta ofensiva contra ella, a reformarla y, si es necesario, a subir algunas penas".

2. HIPÓTESIS Y OBJETIVOS

La hipótesis sobre la que partimos en este Trabajo de Fin de Grado es que existe un alto grado de desinformación sobre la ley del "solo sí es sí" en los mensajes de Twitter de figuras políticas y medios feministas que afectan a cómo la sociedad se posiciona ante la ley.

Este proyecto de fin de grado aspira a la consecución de una serie de objetivos definidos que se expondrán a continuación (OI).

OI1. Identificar las cuentas más activas en twitter en referencia a la ley del “solo sí es sí”. Reconocer qué personas y qué movimientos sociales son los que han publicado mensajes en contra y a favor de la ley orgánica sobre la libertad sexual.

OI2. Hacer un análisis cuantitativo y cualitativo de las características de los mensajes publicados en twitter.

OI3. Estudiar y examinar el impacto de dichos mensajes a partir de las interacciones recibidas por parte de la sociedad.

3. METODOLOGÍA

En primer lugar, la metodología que se lleva a cabo en este Trabajo Fin de Grado es un análisis de investigación de triple enfoque: cualitativo (Ruíz Olabuénaga, J. I. (2012)), cuantitativo (Qualtrics, (2022)) y discursivo (Santander, P. (2011)) que busca determinar la gestión informativa de los líderes políticos españoles actuales y de medios de comunicación ciberfeministas, con el objetivo de conseguir obtener las repuestas a los planteamientos teóricos ya expuestos en los objetivos mencionados. Para llegar a estas metas se plantean algunas preguntas de investigación (PI):

PI1. ¿Existe desinformación en cuanto a la reciente ley? En caso de que sí, ¿por parte de quién? (colectivos ciberfeministas, colectivos de víctimas, partidos políticos...)

PI2 ¿Qué característica tiene esa desinformación en el mensaje?

PI3 ¿Qué impacto tienen en la sociedad esos mensajes y de qué forma se visibiliza?

El principal objeto de estudio es el mensaje dado en Twitter, ya que es el medio que más repercusión tiene a nivel mundial en la actualidad. En cuanto a la muestra, se hará un análisis desde el mes de enero de 2023 hasta el mes de febrero de 2023, debido a que abarca los dos meses en los que más se abordó la temática debido a las rebajas de las condenas. La búsqueda avanzada se llevará a cabo con el término siguiente: “sí es sí”. Con esta investigación se busca cuantificar y analizar la atención mediática que ha recibido la ley del “solo sí es sí” a causa del revuelo social que ha supuesto con las consecuencias que ha conllevado aplicar la ley en los diferentes casos juzgados. Además, también se propone proyectar una imagen informativa más exacta de la nueva normativa tras observar de qué manera se ha reflejado en la sociedad. Este objetivo será posible gracias al análisis exhaustivo de los textos, examinando la repercusión obtenida a través de los RTs, favoritos, lecturas y respuestas.

Tras estudiar los tweets subidos a la plataforma, se buscan las características diferenciadoras entre los mensajes, es decir, dependiendo de la ideología del político o política se espera encontrar opiniones a favor o en contra de la entrada en vigor de la legislatura. Por todo ello, se busca analizar si el mensaje es propaganda, si contiene bulos, cuál es la estrategia, el tono usado o el contenido en sí, entre otros factores.

Se ha llevado a cabo una selección identificando las figuras políticas más activas e importantes del ámbito político español y algunos medios ciberfeministas para ver el punto de vista de dichos medios en cuanto a la ya mencionada ley, por lo que, con el propósito de evitar una muestra inabarcable o cuyos resultados fueran difíciles de sintetizar en este análisis informativo, se ha llevado a cabo una selección de distintas personas que ejercen un papel importante en la política del país. Se ha escogido un representante de cada uno de los partidos políticos con más repercusión en la actualidad: Vox, Ciudadanos, Partido Popular, Partido Socialista Obrero Español y Unidas Podemos.

Los representantes seleccionados han sido:

- De Podemos se ha escogido a Irene Montero (@IreneMontero) por ser la ministra de Igualdad y la principal impulsora de la nueva normativa.
- Pedro Sánchez fue sido seleccionado por ser el presidente del gobierno y el representante del partido socialista, pero en los meses de enero y febrero no tuiteó nada, por lo que se analizará la cuenta del partido socialista (@PSOE).
- Por parte del Partido Popular se ha seleccionado a la portavoz y secretaria general Cuca Gamarra (@cucagamarra).
- Como representante de VOX (@vox_es) se ha seleccionado la propia cuenta del partido político debido a que su representante, Santiago Abascal, no ha escrito sobre la ley.
- Y, por último, del equipo de Ciudadanos se ha hecho una búsqueda de tweets por parte de Inés Arrimadas (@InesArrimadas).

También se estudiarán dos cuentas feministas, con la intención de ver y analizar el punto de vista y el mensaje que promueven desde una visión comunicativa con la puesta en vigor de la nueva normativa.

- @TFeminista_
- @maldita

Para la realización del análisis de los diferentes tweets se va a hacer uso de la siguiente tabla diferenciada en varios bloques indicadores. Dicha tabla analítica está compuesta por cinco indicadores: indicadores de localización, de difusión, de contenido multimedia, de contenido y temática y, por último, de propaganda.

Ficha de medición de tuits de líderes sobre la ley solo sí es sí

INDICADORES DE LOCALIZACIÓN

<u>1. N° de tuit</u>	
<u>2. Fecha</u>	
<u>3. Texto del tuit</u>	
<u>4. Enlace al tuit (URL)</u>	
<u>5. Líder político o medio feminista</u>	<ol style="list-style-type: none">1. <u>@IreneMontero</u>2. <u>@cucagamarra</u>3. <u>@vox_es</u>4. <u>@InesArrimadas</u>5. <u>@PSOE</u>6. <u>@TFeminista</u>7. <u>@maldita</u>

INDICADORES DE DIFUSIÓN

<u>5. N° de retuits</u>	
<u>6. N° de likes</u>	
<u>7. N° de reproducciones</u>	

INDICADORES DE CONTENIDO MULTIMEDIA

<u>8. Contenido audiovisual</u>	<u>1. Vídeo</u> <u>2. Imagen</u> <u>3. Enlace</u> <u>4. Ninguno</u>
<u>9. Hashtags (#)</u>	<u>1. Sí</u> <u>2. No</u>
<u>10. Menciones</u>	<u>1. Otro u otra político/a</u> <u>2. Algún medio de comunicación</u> <u>3. Alguna organización o fundación</u> <u>4. Alguna institución pública</u> <u>5. Ninguno</u>

-

INDICADORES DE TEMÁTICA Y CONTENIDO

<u>11. Temática</u>	<u>1. Concienciación sobre la ley</u> <u>2. Propaganda sobre la ley</u> <u>3. En contra de la ley</u> <u>4. Desarticulación de la eficacia de la ley</u>
<u>12. Estrategia del tuit</u>	<u>1. Personalización del líder</u> <u>2. Espectaculación del líder</u> <u>3. Confrontación con los medios de comunicación</u>

	<u>4. Alianzas con instituciones, partidos, otros líderes</u> <u>5. Ninguna</u>
<u>12. Presencia de bulos</u>	<u>1. Sí</u> <u>2. No</u>
<u>13. Fuente principal de la información</u>	<u>1. Gobierno español.</u> <u>2. BOE</u> <u>3. Medios de comunicación</u> <u>4. Otro político o política</u> <u>5. Expertos</u> <u>6. Ninguna</u>
<u>14. Tono</u>	<u>1. Positivo</u> <u>2. Negativo</u> <u>3. Neutro</u>
<u>15. Contenido</u>	<u>1. Informativo</u> <u>2. Opinativo</u>

INDICADORES DE PROPAGANDA

<u>16. Mecanismos de propaganda</u>	<u>1. Selección de la información</u> <u>2. Apelación a la emoción</u> <u>3. Apelación a la autoridad</u> <u>4. Falacia contra el hombre</u>
--	---

	<u>5. Falacia contra la mujer</u> <u>6. Apelación a la ignorancia</u> <u>7. Estereotipos</u> <u>8. Opiniones como hechos</u> <u>9. Ninguno</u>
--	--

Tabla 1. *Elaboración propia. / Medición de tweets sobre la ley solo sí es sí.*

Mientras que las variables estudiadas en los indicadores de localización, de difusión y de contenido multimedia contribuirán al análisis cuantitativo-discursivo, los indicadores de propaganda darán los resultados al análisis discursivo (Méndez et al., 2023).

Con el análisis cualitativo y cuantitativo se busca conocer datos numéricos como a cuánta gente ha llegado el tuit, cuánta repercusión ha tenido, cuál es el mensaje que da, si hace uso de menciones, hashtags o de contenido multimedia. Por otro lado, el análisis discursivo facilitará el estudio de las variables discursivas publicadas en los mensajes de los representantes activistas como son la estrategia, los mecanismos de propaganda, el tono empleado o la presencia de bulos.

4. MARCO TEÓRICO

La Ley Orgánica (LO) 10/2022, de 6 de septiembre, de garantía integral de la libertad sexual y más conocida como la ley del “solo si es si” fue publicada en el Boletín Oficial del Estado el 7 de septiembre y entrada en vigor el 7 de octubre de 2022 (BOE, 2022).

Esta ley es muy parecida a la ley contra la violencia de género, ya que ambas son leyes orgánicas. Para entender qué significa esto hay que comprender que las leyes orgánicas son las que afectan al desarrollo de los derechos fundamentales y de las libertades públicas e individuales, como es el caso de la violencia contra la libertad sexual, la violencia de género o el racismo.

La LO de garantía integral de la libertad sexual pone el libre y explícito consentimiento en el eje central, elimina la distinción entre abuso sexual y agresión y añade como agravantes el resto de conductas y acciones como pueden ser la manipulación, el chantaje o la superioridad ante la víctima.

Aunque el punto central de la ley y a lo que más importancia se le ha dado es al consentimiento, esta trae consigo la creación de recursos de prevención, detención, acompañamiento y reinserción, además de la aparición en el Código Penal de delitos que hasta este punto la ley no recogía (como es el acoso callejero o el reenvío de terceros de contenido sexual). Esta nueva normativa tiene como objetivo castigar todas las acciones que atenten contra la libertad sexual, abarcando desde el femicidio sexual (refiriéndose a los asesinatos relacionados con conductas de violencias sexuales) hasta el matrimonio forzado, la mutilación genital o el acoso callejero, entre otros.

Para minimizar los daños ocasionados para las víctimas se ha puesto en marcha la creación de centros de crisis en cada provincia española. Estos espacios consisten en centros que unifican atención jurídica, psicológica y social para las víctimas y sus familias sin la necesidad de que hayan denunciado previamente. La entrada en vigor de este servicio se debe a que antes de dicha propuesta existía descoordinación entre las diferentes instituciones estatales como son los servicios sanitarios y judiciales, haciendo a las víctimas enfrentarse en muchos casos a la obligación de tener que declarar lo sucedido en varias ocasiones, provocándoles revivir recuerdos traumáticos y dificultando todo el proceso ante la dureza de los hechos.

Según *Save the Children* (2020), la victimización primaria se da cuando se vulneran los derechos y libertades de una persona y, por lo tanto, asume el papel de víctima. Mientras que la revictimización (o victimización secundaria) da nombre a la respuesta que da el sistema a la víctima, haciéndola revivir los hechos traumáticos y la incompreensión del estado. Debido a esto, la ley del solo sí es sí tiene como objetivo eliminar este procedimiento para que ninguna persona que haya sufrido algún tipo de abuso o acoso que haya atentado contra su libertad sexual no tenga que lidiar con las consecuencias físicas y psicológicas que dejan estos hechos traumáticos.

Intentar comprender cómo afecta a cada persona vivir un caso de abuso sexual es complicado según cuentan los expertos y expertas en psicología y sexología como el *Centro de Psicología y Salud Emocional (awen)* en uno de sus artículos en los que hablan sobre la revictimización, ya que como se dice popularmente “cada persona es un mundo”, pero existen patrones que se repiten constantemente como son la inmovilidad tónica del momento (lo que se conoce como quedarse en shock y no poner resistencia física) o el estado de alerta y vigilancia.

[En un estudio que se llevó a cabo en 2017](#) sobre la inmovilidad tónica se mostraba que un 70% de las víctimas de abusos sexuales había padecido en algún momento la incapacidad de oponer resistencia física en la agresión, por lo que se ha luchado por demostrar que alguien ha podido ser víctima de agresión sexual aunque no hubiese opuesto resistencia por haberse quedado “bloqueada”.

El caso de la Manada puede ser un ejemplo de lo expuesto. Aunque los tribunales son cada vez más conocedores de esta condición y reacción, el caso que se llevó a cabo en 2016 en Navarra muestra cómo fue juzgado que la víctima no mostrase resistencia ante el abuso ejercido por cinco hombres. Es decir, si una mujer se bloquea y no es capaz de decir "no", los acusados no realizarán subsecuentes amenazas explícitas, por lo que en algunos casos no se puede demostrar que exista una suficiente intimidación. Si sufres "sideración" no existe "el acto de amenaza o de fuerza física que paraliza los movimientos de la víctima", por esta razón y tras este caso mediático se inició la reforma sobre la ley de las libertades sexuales, poniendo como eje central el consentimiento de la víctima.

El índice de esta nueva jurisprudencia se clasifica de forma esquemática en un preámbulo y en ocho títulos, siendo estos introducidos por el título preliminar y teniendo cada uno sus correspondientes capítulos y artículos (61 en total). La ley termina con las disposiciones adicionales, transitorias y finales y con la firma de Pedro Sánchez.

Algunos de los delitos contra la libertad sexual expuestos en esta jurisprudencia son la agresión sexual, el acoso sexual, la pornografía, el exhibicionismo, la trata y la prostitución.

A continuación, se pondrán por escrito datos recogidos del BOE sobre la nueva normativa.

En primer lugar y tema central de interés social, se encuentra la agresión sexual, la cual se entiende como cualquiera que atente contra la libertad sexual de otra persona sin el consentimiento de esta (Abogados Penalistas Barcelona, 2023). En cuanto al consentimiento, se entenderá que lo hay cuando se exprese de manera lícita la voluntad, como queda recogido textualmente en la ley: “solo se entenderá que hay consentimiento cuando se haya manifestado libremente mediante actos que, en atención a las circunstancias del caso, expresen de manera clara la voluntad de la persona.”

Las penas y tipos de agresiones sexuales se dividen en:

- Tipo básica que oscila entre un año a cuatro años, a juicio del juez o jueza (art. 178 CP).
- Tipo atenuado que significa que el acusado colabora con la justicia y la multa está entre dieciocho y veinticuatro meses (art. 178 CP).
- La violación se considera una agresión sexual con agravantes, refiriéndose a la penetración con el miembro viril u objetos por vías vaginales, anales y/o bucales (art. 179 CP). La pena por violación ronda entre los cuatro y doce años de prisión.

En este apartado, la nueva normativa añade nuevas circunstancias agravantes a la ley, como puede ser la humillación, una situación de convivencia o parentesco con el agresor, cuando se produzca la anulación de la voluntad de la víctima al suministrarle drogas o fármacos o cuando se da el aprovechamiento de una persona vulnerable por razón de edad, enfermedad o discapacidad.

En segundo lugar y en relación a las agresiones sexuales, hay que mencionar los delitos sexuales contra los menores de dieciséis años. Esta nueva norma (art. 181) castiga

con pena de prisión de dos a seis años no solo los actos de carácter sexual realizados con un menor de dieciséis años, sino los actos de carácter sexual que realice el menor con un tercero o sobre sí mismo a instancia del autor. Un ejemplo práctico sería pedirle a un menor un tocamiento o que se desnudase.

Mayor de edad	Menor de 16 años
<input type="checkbox"/> Art. 178: Agresión sexual	<input type="checkbox"/> Art. 181: Delito sexual
<input type="checkbox"/> Art. 179: Violación (acceso carnal)	<input type="checkbox"/> Art. 182: Exhibicionismo
<input type="checkbox"/> Art. 180: Agravantes comunes	<input type="checkbox"/> Art. 184: Acoso sexual

Tabla 2. *Elaboración propia / Representación de los artículos penales que castiga cada delito sexual.*

En tercer lugar, se habla sobre el exhibicionismo y la presencia de actos sexuales. Se refiere al delito recogido en el artículo 182 del Código Penal, el que con fines sexuales haga presenciar a un menor de dieciséis años actos de carácter sexual, aunque el autor no participe en ellos (la condena es de seis meses a dos años). Si dichos actos constituyen un delito contra la libertad sexual es un agravante y la condena aumenta de un año a tres años. Este delito tiene un tipo residual, el expuesto en el art. 185, el cual hace referencia solo a los menores de 16 y 17 años.

En cuarto lugar, se encuentra el acoso sexual. A esta acción no se le daba demasiada importancia en el CP, de hecho, en la mayoría de casos no se consideraba un delito, pero con la nueva ley, se considera acoso sexual a todo lo que atenta contra la libertad sexual, pero solo se pone en peligro. Se hace hincapié en que simplemente se pone en peligro la

libertad sexual ya que, en este caso, la víctima mantiene el control de la actividad sexual. Es decir, decide si lo hace o no. Está recogido en el artículo 184 del Código Penal.

En este delito es uno de los pocos en los que se ha aumentado las penas en comparación a la antigua ley, aumentando los meses de prisión de seis a doce meses (anteriormente de tres a cinco meses) o multa de diez a quince meses (anteriormente de seis a diez meses).

La pornografía, por su parte, queda expuesta en el artículo 186 como cualquier medio directo, vendiere, difundiere o exhibiere material pornográfico de menores de edad o personas con discapacidad necesitadas de especial protección. Con la nueva ley, en el artículo 197 se abre una nueva actualización en la que se aplica pena de prisión no solo a los medios directos que difundan imágenes sexuales, sino también a terceros que reenvíen o difundan imágenes o grabaciones. Un ejemplo práctico sería el siguiente: La persona A envía fotos íntimas de B a un grupo de WhatsApp C. Si algún integrante del grupo C reenvía esas fotos a otra persona, dicha persona será penada y así en cadena, impugnando a todas las personas que reenvíen contenido sexual de B.

Por último, aunque no menos importante, cabe destacar el papel de la prostitución y de la corrupción de menores con esta nueva normativa, recogidos entre el art. 187 y el art. 194. Con prostitución nos referimos a la prestación de servicios de naturaleza sexual a cambio de un precio. Según la ley española, la prostitución no es delictiva. En el caso de que la ejerza un adulto libremente se considera atípica, en cambio, si la ejerce un menor de edad es un delito de mera actividad.

En el caso de la prostitución ejercida por mayores de edad, si se emplea violencia, intimidación, engaño o abuso de una situación de superioridad o de vulnerabilidad sobre la víctima será castigado con penas de prisión de uno a cuatro años o con multa de doce a veinticuatro meses.

HASTA LA REFORMA			A PARTIR DE LA REFORMA (Ley Orgánica 10/2022, de 6 de septiembre, de garantía integral de la libertad sexual)		
Capítulo I: Agresiones Sexuales			Capítulo I: Agresiones Sexuales		
Artículo	Delito	Penas	Artículo	Delito	Penas
181	Abuso sexual (atentar contra la libertad sexual sin consentimiento)	Prisión de 1 a 3 años, o multa de 18 a 24 meses.	178.3	Tipo atenuado de agresión sexual: a criterio del juez en atención a la menor entidad del hecho y a las circunstancias personales del culpable.	Penas en su mitad inferior (de 1 a 2 años) o multa de 18 a 24 meses.
178	Agresión sexual (cuando concurría violencia o intimidación).	Prisión de 1 a 5 años.	178.1	Tipo básico de agresión sexual: cualquier acto que atente contra la libertad sexual de otra persona sin su consentimiento.	Prisión de 1 a 4 años.
180	Cuando concurrían agravantes	Prisión de 5 a 10 años.	180	Cuando concurren agravantes	Prisión de 2 a 8 años.
179	Violación (con acceso carnal).	Prisión de 6 a 12 años.	179	Violación: cuando hay acceso carnal por vía vaginal, anal o bucal o introducción de miembros corporales u objetos por alguna de las dos primeras vías.	Prisión de 4 a 12 años.
180	Cuando concurrían agravantes	Prisión de 12 a 15 años.	180	Cuando concurren agravantes	Prisión de 7 a 15 años.
Capítulo II bis: De los abusos y agresiones sexuales a menores de dieciséis años			Capítulo II: Agresiones Sexuales a menores de 16 años		
183.1	El que realizare actos de carácter sexual con un menor de dieciséis años	Prisión de 2 a 6 años.	181.1	El que realizare actos de carácter sexual con un menor de dieciséis años	Prisión de 2 a 6 años.
183.3	Con acceso carnal *	Prisión de 8 a 12 años.	181.3	Con acceso carnal *	Prisión de 6 a 12 años.
183.4	Cuando concurrían agravantes	Penas en su mitad superior	181.4	Cuando concurren agravantes	Penas en su mitad superior
183.2	Agresión sexual a un menor de 16 años empleando violencia o intimidación	Prisión de 5 a 10 años.	181.2	Agresión sexual a menor de 16 años: cualquier acto que atente contra la libertad sexual de otra persona sin su consentimiento.	Prisión de 5 a 10 años.
183.3	Con acceso carnal *	Prisión de 12 a 15 años.	181.2	Tipo atenuado **	Penas inferiores en grado
183.4	Cuando concurrían agravantes	Penas en su mitad superior	181.3	Con acceso carnal *	Prisión de 10 a 15 años.
			181.4	Cuando concurren agravantes	Penas en su mitad superior

* Cuando hay acceso carnal por vía vaginal, anal o bucal o introducción de miembros corporales u objetos por alguna de las dos primeras vías.

** Tipo atenuado: a criterio del juez en atención a la menor entidad del hecho y a las circunstancias personales del culpable.

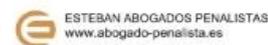


Tabla 3. Fuente: Esteban Abogados Penalistas. / Cambios de penas con la entrada en vigor de la ley.

Aunque el objetivo de la Ley Orgánica sea erradicar los delitos que amenazan la libertad sexual, en los últimos meses se han producido rebajas en las condenas y excarcelaciones a personas condenadas por agresiones y violaciones.

Según publicó el 2 de marzo el Consejo General del Poder Judicial (CGPJ), entre el 7 de octubre de 2022 y el 1 de marzo de 2023, los tribunales habían declarado que se produjeron “al menos 721 reducciones de penas y al menos 74 excarcelaciones”. El CGPJ también destacó que este dato no era redundante ya que algunos tribunales no aportaron dicho dato, lo que les dejó ver que había más casos que no fueron recogidos en ese número hasta la fecha.

Para comprender a qué se han debido las rebajas de penas y condenas, hay que entender que el propio Código Penal en el artículo 2.2 dice lo siguiente: “tendrán efecto retroactivo aquellas leyes penales que favorezcan al reo, aunque al entrar en vigor hubiera recaído sentencia firme y el sujeto estuviese cumpliendo condena”. Lo que significa que en el momento en el que la ley cambia, los penados tienen el derecho de que se les vuelva a juzgar y de que se vuelvan a estudiar sus casos, y, por lo tanto, también tienen derecho a que se les impongan las penas más beneficiarias para estos.

María Victoria Rosell, Delegada del Gobierno para la Violencia de Género, afirmó que la ley pasó por todas las voces expertas y especializadas en el tema del Ministerio de

Justicia, del Consejo Fiscal y del Consejo General del Poder Judicial (CGPJ). Aunque todos los organismos dieron el visto bueno, el CGPJ sí que habló de la posibilidad de que se pudieran rebajar las penas si se modificaban las máximas que se establecían hasta entonces en el Código Penal, sin embargo, no se habló de ninguna revisión de las penas hasta meses después de la puesta en vigor de la ley, cuando se comenzaron a ver las consecuencias.

La ley del “solo sí es sí” entró en vigor en septiembre de 2022 pero se llevaba estudiando esa posibilidad desde 2021 aunque no fue votada hasta el 25 de agosto de 2022 en el Congreso de los Diputados. La hora de las votaciones fueron decisivas: con 205 votos a favor, 141 en contra (84 pertenecientes al PP, 52 votos de Vox, uno del PNV y cuatro del grupo mixto) y tres abstenciones (dos de la CUP y una de PRC).

Estos posicionamientos por parte de los partidos políticos han ido cambiando con los hechos ocurridos, dejando a Podemos con una gran presión por iniciar reformas en la ley, a las cuales en un principio se negaron. Ciudadanos y el Partido Popular cada vez estaban coaccionando más a Podemos y a PSOE para que acabaran con las rebajas de las condenas y aumentaran las penas mínimas y máximas. Además, también querían quitar el consentimiento del eje central de la ley, lo que hizo a Podemos negarse totalmente ante tales reformas.

La tensión social también tuvo un papel importante en este punto, debido a que la presión por parte de los movimientos sociales como algunos movimientos feministas cada vez era mayor junto al descontento social, por lo que exigían una revisión. La propuesta por el PSOE para modificar la ley se votó el 7 de marzo y consiguió 231 votos a favor (entre ellos los del PP y Ciudadanos), 56 votos en contra (entre ellos los de Unidas Podemos) y 58 abstenciones (entre ellas las de Vox).

Tras las reducciones penales, el partido socialista presentó una reforma que modificaba la Ley Orgánica 10/1995, del Código Penal, la Ley de Enjuiciamiento Criminal y la Ley Orgánica 5/2000 (Isaac Guijarro, 2023); todas ellas modificadas con la entrada en vigor de la Ley Orgánica 10/2022, de 6 de septiembre, de garantía integral de la libertad sexual.

Con la propuesta socialista, el partido dejaba igual definido el concepto de “consentimiento”, al igual que la definición de los delitos: agresión sexual y agresión sexual con penetración. En cambio, presentaban una variable en la que diferenciaba entre agresión sexual con violencia y sin violencia, por lo que se modificaba el marco penal. Debido a esto, se añadieron dos subtipos de penas: la agresión sexual sin violencia (castigada de uno a cuatro años) y agresión sexual con violencia o intimidación (castigada de uno a cinco años). Por su parte, las violaciones sin violencia aumentarían de cuatro a doce años de prisión y, la violación con violencia o intimidación pasaría a ser penada desde seis a doce años de cárcel.

En la reforma que propusieron los socialistas las condenas crecerían aún más si se produjeran agravantes como amenazas, uso de armas o si en la agresión participaran dos o más personas, entre otras variables.

Por otra parte, en dichas reformas también se veían reflejados otros cambios en las condenas, ya que, las penas en los delitos sexuales contra los menores de edad aumentaban también, diferenciando, a su vez, entre agresión sexual con penetración o sin penetración y, a su vez, dentro de estos delitos, con violencia o intimidación y sin ejercer ninguna de estas dos últimas mencionadas.

La postura de Irene Montero ante las reformas presentadas en abril de 2023 por PSOE con el apoyo de PP seguía siendo de negación, debido a que seguía reafirmando su postura ante el consentimiento y las agravantes que, según ella, es lo que harían la diferencia y evitaría que las víctimas tuviesen que presentar resistencia. También habló y mencionó el bloqueo del que se hablaba antes y que sufren algunas víctimas en situaciones de violencias o acosos sexuales. Como explica María Acale, catedrática de Derecho Penal, “se ha exigido a las víctimas haber opuesto una resistencia a la violencia o la intimidación empleada”, “era el cambio que se pretendía con esta reforma eliminando del delito de violación la violencia o la intimidación”, añade.

Según el *Newtral.es* (2023), en un artículo en el que hablaban sobre la jurisprudencia y sus reformas propuestas en el Congreso de los Diputados, afirmaba que, según fuentes del Congreso, el objetivo era “blindar la ley orgánica de garantía integral de la libertad sexual en favor de las víctimas y evitar el efecto no deseado de una posible aplicación de las penas mínimas de los nuevos marcos penales, que son más amplios, para que en casos graves no exista la posibilidad de que se impongan penas bajas”.

En el mismo artículo exponían sus puntos de vistas expertos en el tema como Saúl Castro, abogado penalista, quien explicó que en el caso de que la reforma propuesta por PSOE entrase en vigor esta se aplicaría a los delitos cometidos una vez estuviese vigente la posible nueva normativa.

Por otra parte, Miren Ortubay, profesora de Derecho Penal en la Universidad del País Vasco especializada en violencia sexual, explicó al Newtral.es que acabar con el término de abuso era necesario pero que, se les dio mucho poder de interpretación a los jueces y juezas por lo que pensaba que la nueva reforma podría suponer seleccionar y recortar el arbitrio judicial.

Por último, Patricia Lorenzo, catedrática de Derecho Penal en la Universidad de Málaga, quien también habló con el medio comunicativo explica lo que ocurriría si lo que con la actual ley es un agravante se modifica volviendo a convertirlo en tipo básico:

“Ciertamente, si un sujeto te exige una felación, va a importar si lo hace con o sin navaja porque si lo hace con navaja, además de la libertad sexual, se pone en peligro otro bien jurídico: la vida o integridad física. Por tanto, está justificado que se agrave la pena, pero sin cambiar la esencia del delito”.

Hablar de la efectividad y de si una ley reciente es justa o no es tema enrevesado, pero lo que está claro según muchos expertos es que se debe modificar la normativa para que dejen de bajar penas a personas condenadas por ejercer delitos que atentan contra la libertad sexual.

Marina Roig, abogada penalista, afirma que se le ha dado un enfoque equivocado a la nueva normativa, mientras que la abogada Goretti Fernández, defiende que se les ha dejado mucha interpretación libre a los juzgados, ya que el texto tiene muchas lagunas, por lo que "hay tribunales que se han lanzado y han actuado de manera automatizada ante una situación que es interpretable", explica Fernández.

¿Una disposición transitoria podría haber evitado las rebajas de las penas? Es la pregunta que se le hacen a Roig y a Fernández en un artículo sobre la ley en *elnacional.cat* (2023), en el que exponen que, efectivamente sí, se podría haber evitado el fin actual, aunque ambas confiesan que no sabrían a quiénes atribuirles el hecho de que no haya sido aplicada.

En cambio, María Acale, Catedrática de Derecho Penal, ideóloga y redactora de la ley del “sí es sí”, defiende que la solución no es crear otra ley o modificar la actual, ya que, según ella: “La solución no está en otra ley, sino dentro de la ley”. Acale lleva años trabajando junto a otras y otros expertas y expertos en la materia, y aseguraba en una conferencia online llevada a cabo por la Universidad de Cádiz que la normativa está bien regulada, estudiada y expuesta. El único problema, según la catedrática, es que los tribunales se han limitado a hacer “matemáticas”, olvidando y dejando de lado el “espíritu” del texto y lo más importante: la protección de las víctimas, las cuales, a pesar de la disminución de las penas, siguen estando protegidas según afirma Acale.

5. ANÁLISIS Y RESULTADOS

Tras la investigación llevada a cabo a través de la ficha analítica expuesta en la metodología de este proyecto, se procede a la presentación e interpretación de los resultados obtenidos. En cuanto a la selección de cuentas de twitter analizadas, la idea principal era escoger un representante de cada uno de los partidos políticos nacionales más importantes en la actualidad (PSOE, VOX, PP, Ciudadanos y Podemos) pero a la hora de llevar a cabo la búsqueda se encontró que Pedro Sánchez tuiteó sobre la entrada en vigor de la ley (desde agosto hasta noviembre) pero no lo hizo en los meses de muestra, por lo que se seleccionó al partido político que representa, analizando a PSOE. En el caso de Santiago Abascal ocurrió algo parecido. En los dos primeros meses del año sólo mencionó la ley una vez, haciendo que su análisis fuese insuficiente, por lo que se seleccionó al partido que representa también. En el resto de las opciones sí se pudo llevar a cabo el análisis sin impedimentos, estudiando los mensajes de Irene Montero, ministra de igualdad y representante de Podemos; Inés Arrimadas, portavoz y diputada de Ciudadanos y Cuca Gamarra, portavoz del Partido Popular.

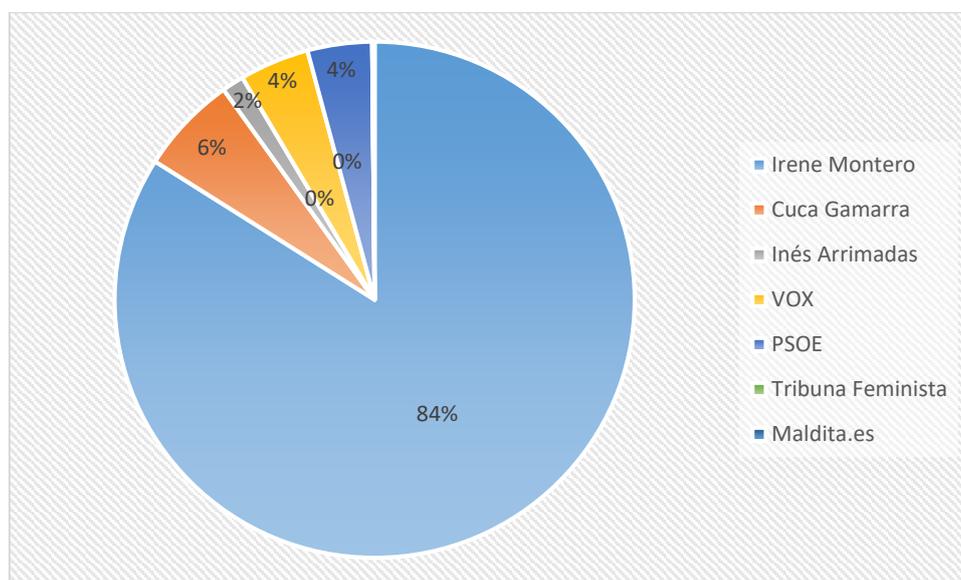
En este apartado se van a representar los datos obtenidos del estudio de los tuits, producto del seguimiento de la actividad que los líderes institucionales españoles, partidos políticos y los dos movimientos feministas han tenido en Twitter durante el tiempo que abarca entre el 1 de enero de 2023 y el 28 de febrero de 2023, periodo en el que la ley integral estaba en mayor disputa social y política. De este modo, para explicar los resultados extraídos se va a diferenciar en dos fases: análisis cualitativo y cuantitativo y análisis discursivo, con el objetivo de amenizar y facilitar la comprensión de los datos obtenidos.

Fase 1: Análisis Cuantitativo-Cualitativo

Con el análisis cuantitativo y cualitativo se busca extraer los resultados de la temática de las publicaciones, si el contenido es informativo o de opinión, a quiénes o a qué mencionan los representantes estudiados, a cuántas personas y cuánta repercusión han tenido los tuits y la estrategia que reflejan los mensajes.

Tras realizar el estudio se han contabilizado 44 tuits en total en el periodo de tiempo seleccionado, contando 9 mensajes publicados por Irene Montero, 8 de Cuca Gamarra, 5 de Vox, 2 de Inés Arrimadas, 17 tuits de PSOE, 2 de *Tribuna Feminista* y 1 de *Maldita.es*.

En primer lugar, en la (Gráfica 1) se observa la primera variable investigada, la cual hace referencia a la repercusión social obtenida por parte de los representantes y las representantes, recabando los retuits, los likes, las visualizaciones y las reproducciones. Los resultados de esta variable han significado que la persona que más interacciones ha obtenido sea Irene Montero con un 84%, seguida de Cuca Gamarra con un 6%, mientras que PSOE y Vox han obtenido un 4% cada uno y, por último, con un 2% se encuentra Inés Arrimadas. Por su parte, los dos medios de comunicación han recabado un 0% de interacciones en comparación al resto de datos obtenidos. Es decir, *Tribuna Feminista* (TF) ha tenido 477 y *Maldita.es* 8958, mientras que Irene Montero ha conseguido 5,224 millones de interacciones en la totalidad de tuits publicados. Es debido a esto que en la gráfica no se vean reflejados los resultados conseguidos por parte de los medios digitales.



Gráfica 1. *Elaboración propia / Interacciones conseguidas por parte de los representantes políticos y medios.*

A pesar de que PSOE haya sido quien más tuits ha publicado, han sido Irene Montero y Cuca Gamarra quienes han llegado a más personas a través de sus tuits, dejando a Montero con una gran ventaja absoluta frente al resto.

El segundo estudio se ha realizado sobre las menciones (Gráfica 2) en los propios tuits, comprobando si se ha mencionado a algún líder o partido político, a alguna institución pública, a alguna organización, a algún medio de comunicación o, en caso contrario, si no se ha mencionado a ninguna cuenta.



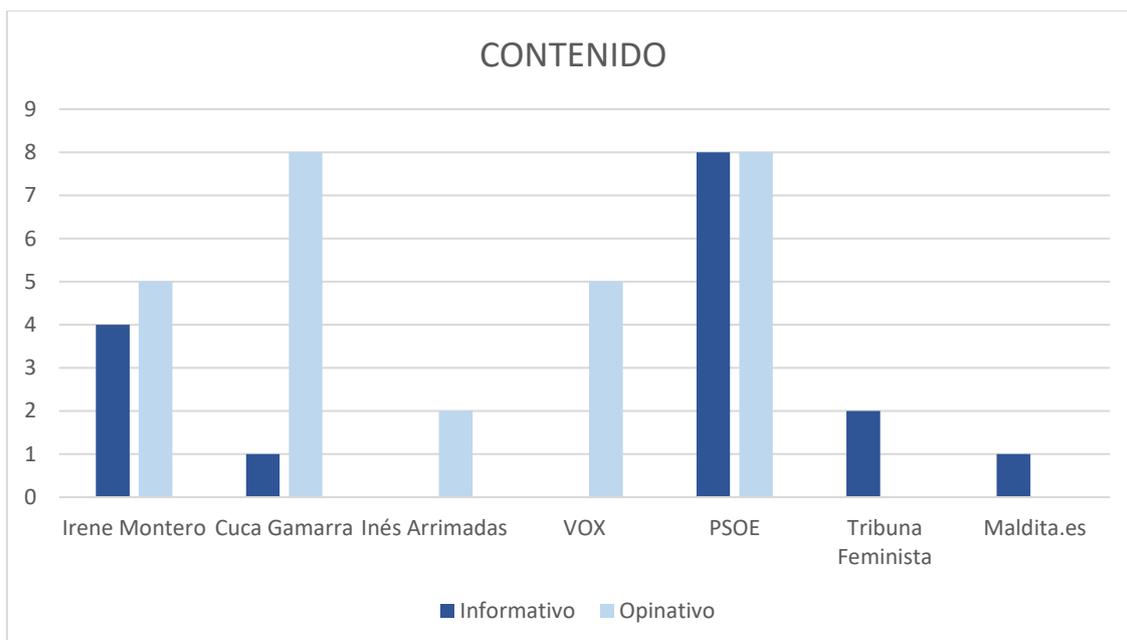
Gráfica 2. *Elaboración propia / Menciones.*

La variable que más se repite es la de mencionar a algún líder o representante político, siendo PSOE quien hace más uso de esta, seguido de Gamarra y el medio *Tribuna Feminista*. Por otro lado, Montero y Vox en la mayoría de sus mensajes no mencionan a nadie. Y, por último, la tercera variable que más se repite es la de mencionar a algún medio comunicativo, volviendo a ser PSOE seguido de Montero quienes más lo aplican.

Analizando la variable informativa/opinativa (Gráfica 3) los datos confirman que la mayoría de los tuits son de carácter opinativo, resumiéndose en 28 tuits de opinión y 16 informativos frente a los 44 del total de mensajes analizados. En este aspecto, destaca Pedro Sánchez y Cuca Gamarra con 8 tweets opinativos cada uno. Seguidos de ellos se encuentran Vox y Montero con 5 tweets de opinión cada uno. Y, por último, Inés Arrimadas con 2 tweets opinativos.

En el caso de Arrimadas y del partido de derechas hay que destacar que los únicos tuits publicados son de opinión todos, lo que viene significando que no tienen ninguna publicación de carácter informativa.

Por el contrario, en cuanto a contenido informativo destaca PSOE con 8 tweets (el 50%), Montero con 4 tweets y Gamarra con un tweet. En el caso de los medios de comunicación *TF* y *Maldita* todos los tweets que tienen publicados son meramente informativos.



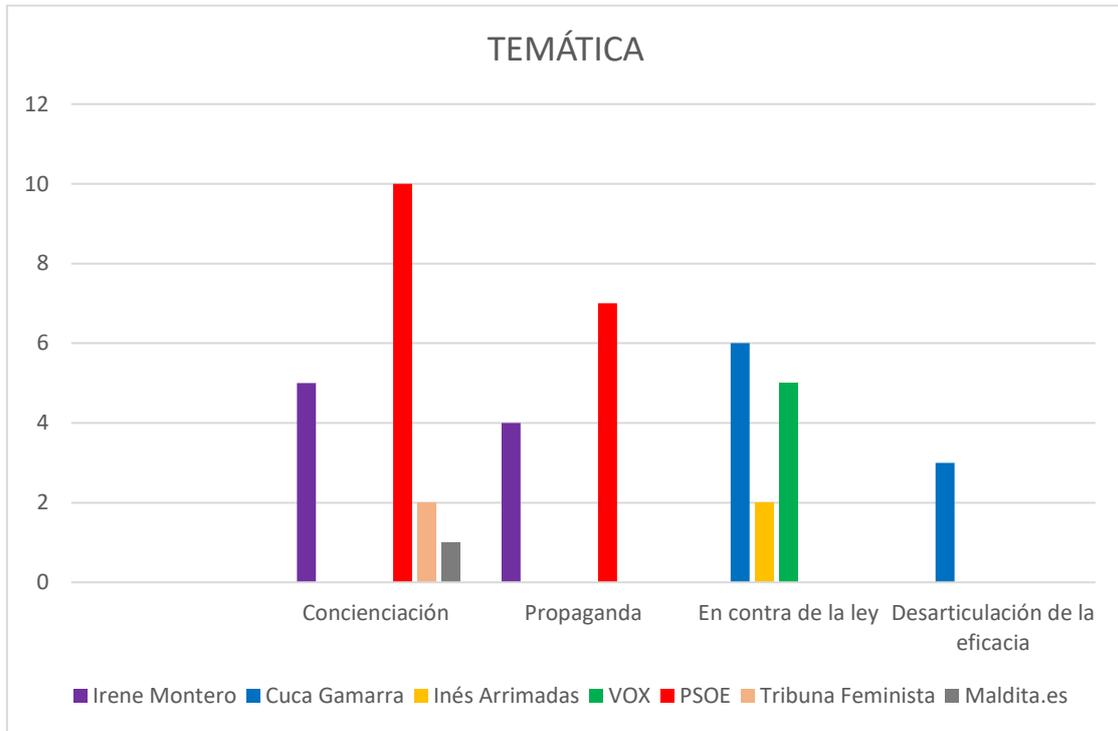
Gráfica 3. *Elaboración propia / Contenido de los mensajes.*

Haciendo un análisis desde la perspectiva de los representantes hay que concretar que la mayoría de líderes hacen un contenido opinativo, mientras que los medios hacen contenido informativo. Los mensajes de Gamarra, Montero, Arrimadas y Vox son mayoritariamente de opinión, mientras que PSOE se mantiene en equilibrio, teniendo los mismos mensajes de opinión que informativos.

Los datos señalan que la temática con mayor uso con respecto al total (Gráfica 4) ha sido la concienciación sobre la ley, seguido de mensajes en contra de la ley, de tuits propagandísticos y, por último, de publicaciones que desarticulan la eficacia de la ley.

PSOE e Irene Montero hacen uso de la concienciación en su mayoría. En segundo lugar, usan la propaganda, mientras que Cuca Gamarra promueve mensajes en contra de la ley y, en segunda posición, desarticulando su eficacia.

Arrimadas y Vox, por su parte, sólo publican tuits en contra de la ley, al contrario que los medios digitales, quienes comparten la misma temática (concienciación).



Gráfica 4. *Elaboración propia / Temática de los tuits.*



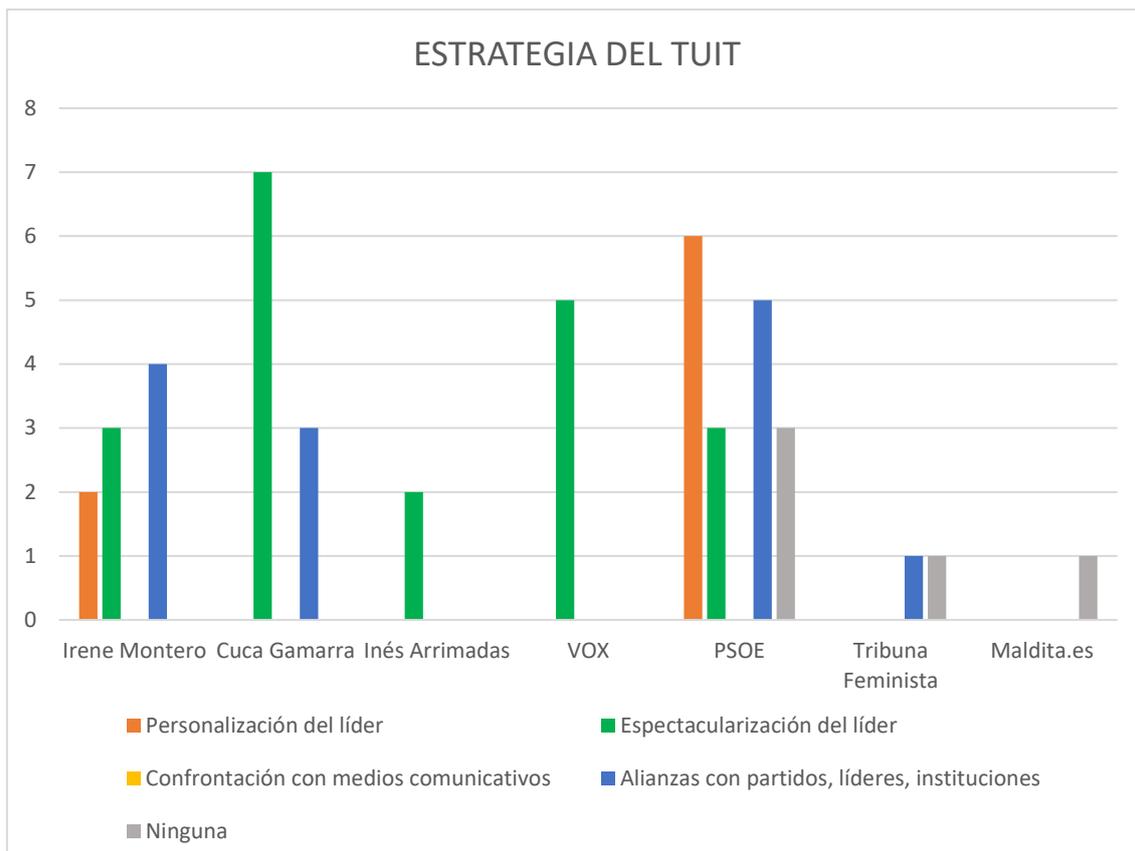
Imagen 1. *Captura de pantalla de una publicación de Montero donde se aprecia la temática propagandística.*



Imagen 2. Captura de pantalla de la temática que prevalece en los mensajes de Gamarra: en contra de la ley y su desarticulación.

En la Gráfica 5 se aprecian los datos obtenidos del análisis de la estrategia usada en los diferentes mensajes publicados. Hay que destacar la espectacularización del líder como técnica más usada, en la que destacan por orden de mayor a menor grado: Cuca Gamarra, Vox, Irene Montero, PSOE e Inés Arrimadas. La segunda variable más repetida es la alianza con otros partidos, líderes o instituciones, donde hay que destacar el papel de PSOE seguido de Montero y Gamarra. Por último, la tercera estrategia más repetida es la personalización del líder o partido, poniendo en cabeza a PSOE seguido de Montero.

Los medios de comunicación, por su parte, no usan ninguna estrategia, excepto TF en uno de sus tweets en el que hace referencia a una institución pública, lo que denota alianza.



Gráfica 5. Elaboración propia / Estrategias de los mensajes.

Mientras que la espectacularización del líder o partido ha sido la estrategia más usada con 20 tweets del total, en cambio, 5 publicaciones no han usado ninguna estrategia comunicativa (3 de PSOE, 1 de *Tribuna Feminista* y 1 de *Maldita*).



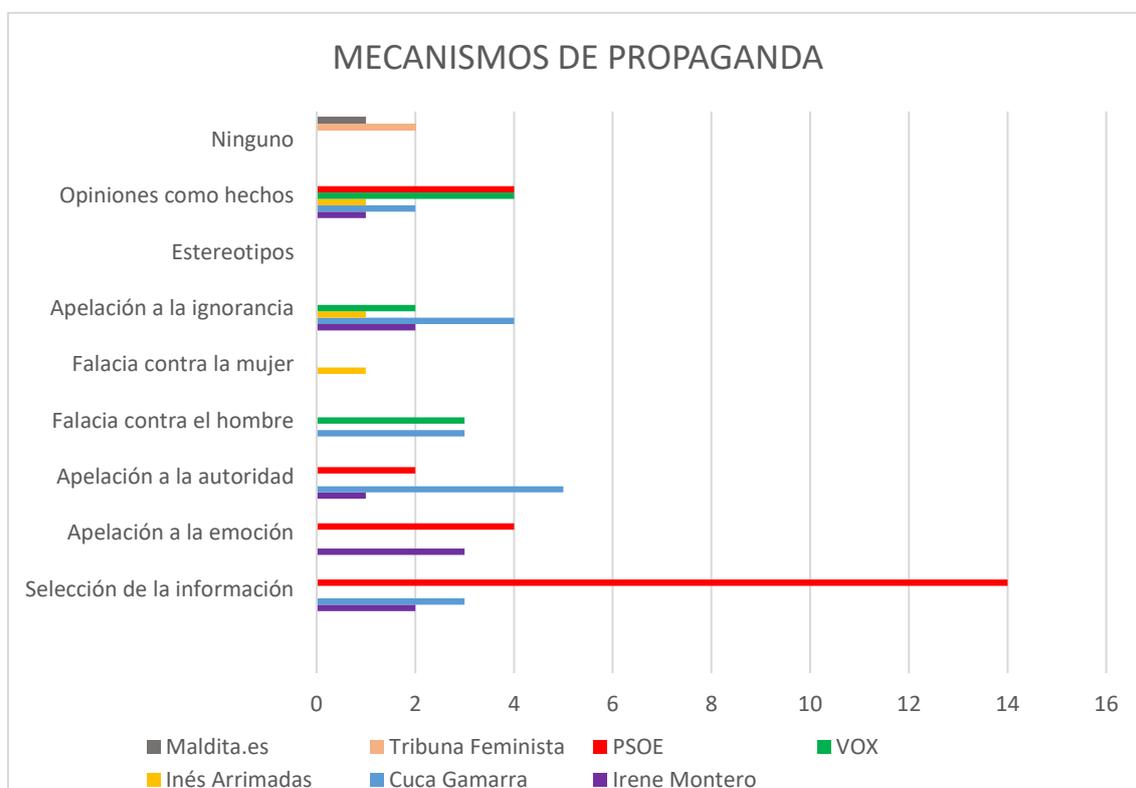
Imagen 3. Uso de la Espectacularización por parte de VOX como estrategia comunicativa.

Fase 2: Análisis Discursivo

En último lugar, el análisis del ámbito discursivo ha estado orientado a los mecanismos de falacia y a la función del discurso que se lleva a cabo, abarcando el tono usado en los mensajes y los mecanismos de propaganda.

En este caso, se observa en la Gráfica 6 que los mecanismos más usados por orden de más a menos son: selección de la información (apreciada en 19 tuits), opiniones como hechos (12 tuits), apelación a la ignorancia (9), apelación a la autoridad (8), apelación a la emoción (7), falacia contra el hombre (6) y falacia contra la mujer (1).

Para un análisis más específico se hablará de los mecanismos empleados por parte de los representantes estudiados. En el caso de PSOE, este hace uso de la selección de información con mayoría absoluta, seguida de opiniones como hechos, apelación a la emoción y, por último, a la autoridad. Concepción Gamarra, en la mayoría de sus publicaciones apela a la autoridad y a la ignorancia, seguidamente hace uso de la selección de la información en misma medida que emplea la falacia contra el hombre y termina empleando en menor cantidad las opiniones como hechos. Inés Arrimadas hace el mismo uso de las opiniones como hechos, la apelación a la ignorancia y la falacia contra la mujer.

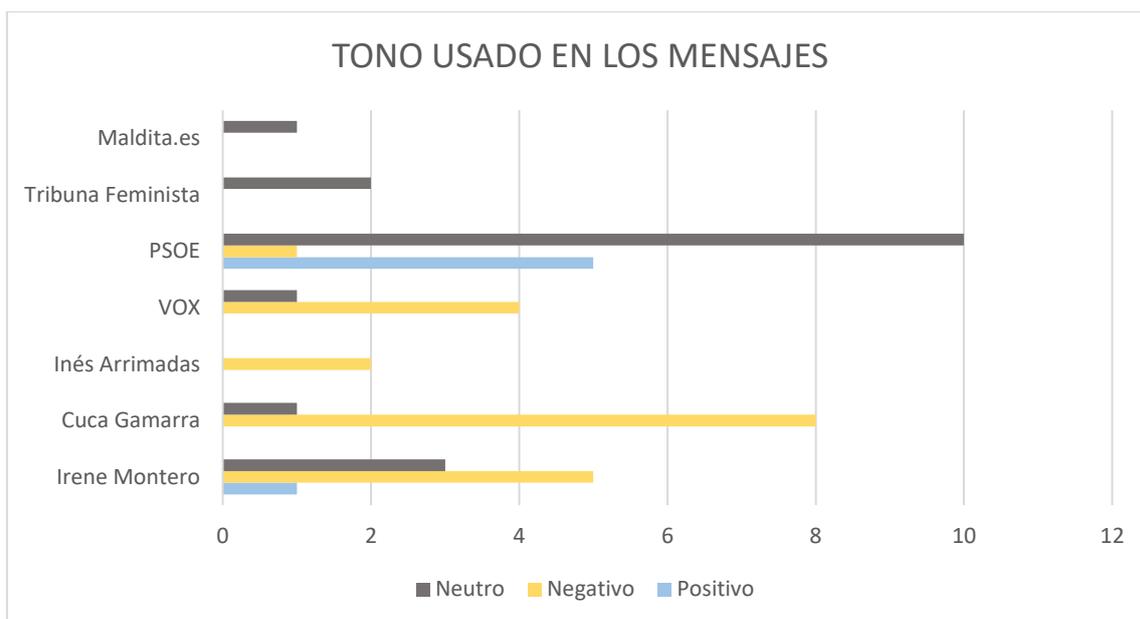


Gráfica 6. Elaboración propia / Mecanismos de propaganda.

En Irene Montero destaca el uso de la apelación a la emoción seguido de la apelación a la ignorancia y de la selección de información. En menor medida emplea las opiniones como hechos y la apelación a la autoridad. Vox, por su parte, hace uso en su mayoría de opiniones como hechos, seguido de la falacia contra el hombre (generalmente contra otros líderes políticos) y de la apelación a la ignorancia.

Por último, en los medios de comunicación no destaca ningún mecanismo, ya que sus tuits son puramente informativos.

Para concluir esta fase, el tipo de función discursiva empleada por los y las representantes a la hora de divulgar sus informaciones en Twitter se ha medido a partir de tres variables: tono positivo, tono negativo y tono neutro. Estas variables se han analizado debido a que, dependiendo del tono usado, pueden dar un discurso que dé a entender una cosa u otra, además de dar a interpretar a la sociedad diferentes ideas.



Gráfica 7. *Elaboración propia / Tono usado en los mensajes.*

En la Gráfica 7 se aprecia el tono aplicado en los tuits publicados, destacando el negativo con 20 tuits. Por parte de Cuca Gamarra son 8, de Montero 5, Vox emplea este tono en 4 publicaciones, Arrimadas en 2 y PSOE en 1. Por el contrario, la mayoría de publicaciones caracterizadas por emplear un tono positivo vienen dadas por PSOE con 5 tweets y por Irene Montero, quien escribió solo un tuit con connotaciones positivas.

El resto de tuits (18 en total) aplicaban un tono neutro, destacando el papel de PSOE por ser quien más tuits publicó sin ningún tono característico, seguidos de Irene Montero, *TF*, *Maldita*, Vox y Gamarra.



Imágenes 4 y 5. Uso del tono crítico y negativo en los mensajes de Twitter.

6. CONCLUSIONES

Finalizado el análisis informativo de la actuación en Twitter de las lideresas políticas, los partidos y los medios de comunicación durante los meses de enero y febrero sobre la Ley Orgánica de garantía integral de la libertad sexual, se procederá a evaluar el cumplimiento de los objetivos expuestos al comienzo del proyecto.

En primer lugar, el Objetivo 1 de investigación era identificar las cuentas más activas en twitter en referencia a la ley, viendo qué personas y representantes han puesto tuits a favor y en contra de la ley.

La realidad es que, tras hacer la búsqueda avanzada en la red social se encontraron cientos de resultados debido a que se viene hablando sobre dicha normativa desde julio de 2022, un mes antes de que se votase en el congreso si entraría o no en vigor. La mayoría de políticos y políticas españoles han hablado u opinado sobre la ley desde entonces, por lo que la muestra era inabarcable para analizar. Por ello se redujo el periodo de tiempo desde enero hasta febrero de 2023, meses en los que más se mencionó debido a la reducción de penas y al revuelo social ocasionado.

Por último, en este objetivo también entraba la idea de investigar el papel de algunos medios de comunicación digitales con ideas feministas, escogiendo, así, dos de ellos poco conocidos con el fin de intentar dar a conocer el comportamiento de medios que no estuviesen manipulados o condicionados por intereses ni fuerzas políticas: *Maldita.es* y *Tribuna Feminista*.

El segundo objetivo constaba de hacer un análisis cualitativo y cuantitativo del mensaje difundido en Twitter, que muestra los aspectos expuestos a continuación. A pesar de ser PSOE ha sido la cuenta con más tuits publicados, ha sido Irene Montero con gran diferencia en conseguir más interacciones por parte de la sociedad en sus tuits, debido a que ha sido la principal impulsora de la ley a favor de la libertad sexual. En el sentido contrario, la persona con más lectores e interacciones en contra de la ley ha sido Cuca Gamarra, quien seguía a Montero en el ranking. En cuanto al tema más repetido en los tuits está dividido en dos: por parte de la derecha gana con diferencia los mensajes en contra de la ley y, por parte de la izquierda y de los medios feministas prevalecen los mensajes de concienciación sobre la ley.

Según la RAE, desinformación es el término que da nombre a la acción de dar información intencionadamente manipulada al servicio de ciertos fines, y también dar información insuficiente u omitirla, por lo que podría entenderse como desinformación a la acción por parte de los líderes y partidos políticos nacionales cuando emplean mecanismos de propaganda como la falacia, la manipulación o la selección de información con un fin concreto, que en este caso es la propaganda (a favor o en contra) sobre la Ley Orgánica 10/2022, de 6 de septiembre.

La desinformación lleva al OI3, que consiste en ver cómo los mensajes que han publicado los representantes seleccionados ha influido en la sociedad. Partiendo de la base de que el mecanismo de propaganda más usado ha sido la selección de la información seguida de la exposición de opiniones como hechos y que en sólo tres tuits (por parte de los medios comunicativos) no se ha aplicado ningún mecanismo de propaganda nos lleva a lo expuesto en el OI2: todos han optado por las valoraciones personales y por desinformar a las masas con publicaciones amarillistas y que buscan la reacción del contrario y/o de la sociedad, valorando más el contrataque que el comunicar con argumentos e información neutra, veraz y objetiva. En cuanto al tono, todos y todas han hecho mayoritariamente uso de un tono negativo y crítico, ya sea a la jurisprudencia o a otros u otras políticos y políticas.

Finalmente, el análisis discursivo, además de los mecanismos ya mencionados, nos muestra que la función discursiva que han utilizado las políticas ha sido la función conativa, basando sus argumentos en continuos consejos y juicios de valor de cómo se debería aplicar la ley correctamente y qué se debería hacer.

En el caso de Irene Montero y PSOE han mostrado más neutralidad frente al resto, intentando concienciar y hacer propaganda de la normativa. Y, por último, como se mencionó anteriormente, los medios digitales han optado por un protagonismo casi nulo en el que no se han posicionado, simplemente se han dedicado a informar sobre los problemas dados con respecto a la reducción de condenas y sobre las posteriores reformas propuestas.

En definitiva, las limitaciones y las dificultades que ha conllevado este análisis han venido dadas de la dificultad de la búsqueda avanzada de publicaciones en relación con el tema ya que han sido muchos los tuits subidos a la red, debido a que el revuelo

institucional, político, judicial y social que ha generado la LO ha sido uno de los más importantes de los últimos tiempos.

Ante el problema, esta investigación apunta a que los líderes y partidos políticos seleccionados no han difundido información veraz y objetiva, basando sus opiniones en argumentos con fines propagandísticos, con el objetivo de manipular a las masas a través de estrategias y mecanismos. Han dejado de lado el asunto central: la Ley Orgánica 10/2022, de 6 de septiembre, de garantía integral de la libertad sexual, para iniciar una disputa en la que se desacreditan unos a otros.

7. BIBLIOGRAFÍA

Abogados, O. (2023, 15 febrero). *Ley del solo sí es sí, un cambio de paradigma*. Pikara Magazine. <https://www.pikaramagazine.com/2023/02/ley-del-solo-si-es-si-un-cambio-de-paradigma/>

De Pablo, J. M. (2023). *Una visión crítica de la ley de «solo sí es sí» y su posterior reforma*. José María González Abogados. <https://www.josemariagonzalezabogados.es/vision-critica-ley-solo-si-es-si/>

Esteban Abogados Penalistas. (2023, 23 febrero). *Ley del solo si es sí*. Esteban Abogado Penalista. Abogados Esteban. <https://www.abogado-penalista.es/ley-del-solo-si-es-si/>

Gómez, P. (2022, 24 noviembre). *Ley de Solo Sí es Sí (Ley del consentimiento)*. IFIS. iFIS Educación. <https://www.ifiseducacion.com/blog/ley-de-solo-si-es-si-ley-del-consentimiento/>

[*Investigación cuantitativa: definición y procedimiento*]. (2022, 10 mayo). Qualtrics. <https://www.qualtrics.com/es/gestion-de-la-experiencia/investigacion/investigacion-cuantitativa/>

Ley Orgánica 10/2022, de 6 de septiembre, de garantía integral de la libertad sexual. *Boletín Oficial del Estado*, 215, de 7 de septiembre de 2022. <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2022-14630>

Maldita.es. (2023, 2 marzo). *La ley del 'solo sí es sí': rebajas en las condenas, en qué se basan los jueces, la postura de Igualdad y qué dicen los expertos*. Maldita.es,

Periodismo para que no te la cuelen. <https://maldita.es/feminismo/20230302/ley-solo-si-es-si-rebajas-condenas/>

Méndez-Majuelos M. I., Melero-Petit I. M. y Domínguez-García, R. (2023). *De la estrategia a la veracidad: actitud de los líderes políticos españoles en el inicio de la campaña de vacunación contra la COVID-19*. *Universitas-XXI*, 38, pp. 211-230. <https://doi.org/10.17163/uni.n38.2023.09>

Revictimización: ¿qué es y qué sucede en el caso de los abusos a menores? (2020, 30 noviembre). Save the Children. <https://www.savethechildren.es/actualidad/que-es-revictimizacion>

Ruíz Olabuénaga, J. I. (2012), *Metodología de la investigación cualitativa*, Universidad de Deusto.

Santander, P. (2011), *Por qué y cómo hacer Análisis de Discurso*, Cinta Moebio, Scielo Versión Online. https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717-554X2011000200006

Trujillo, N. L. (2023, 28 abril). *Aprobada la reforma del PSOE de la ley del 'solo sí es sí': claves para entender qué cambia*. Newtral. <https://www.newtral.es/aprobada-reforma-psoe-ley-solo-si-es-si-claves/20230426/>

8. ANEXOS

IRENE MONTERO: @IreneMontero

Ficha de medición de tuits de líderes sobre la ley solo sí es sí

INDICADORES DE LOCALIZACIÓN

<u>1. N° de tuit</u>	1
<u>2. Fecha</u>	28/02/2023
<u>3. Texto del tuit</u>	Hoy en #CMin hemos aprobado un presupuesto total de 177M€ de transferencia a las CCAA para ampliar los recursos de lucha contra TODAS las formas de violencia machista y hacer realidad, en todo el territorio, todas las medidas integrales de protección de la 'Ley Solo Sí es Sí'👉
<u>4. Enlace al tuit (URL)</u>	https://twitter.com/IreneMontero/status/1630550625770455045?s=20
<u>5. Líder político o medio feminista</u>	1. @IreneMontero

INDICADORES DE DIFUSIÓN

<u>5. N° de retuits</u>	434
<u>6. N° de likes</u>	1.384
<u>7. N° de reproducciones</u>	114,1 mil

INDICADORES DE CONTENIDO MULTIMEDIA

<u>8. Contenido audiovisual</u>	<u>4. Ninguno</u>
<u>9. Hashtags (#)</u>	<u>1. Sí</u>
<u>10. Menciones</u>	<u>5. Ninguno</u>

INDICADORES DE TEMÁTICA Y CONTENIDO

<u>11. Temática</u>	<u>2. Propaganda sobre la ley</u>
<u>12. Estrategia del tuit</u>	<u>4. Alianzas con instituciones, partidos, otros líderes</u>
<u>12. Presencia de bulos</u>	<u>2. No</u>
<u>13. Fuente principal de la información</u>	<u>1. Gobierno español</u>
<u>14. Tono</u>	<u>3. Neutro</u>
<u>15. Contenido</u>	<u>1. Informativo</u>

INDICADORES DE PROPAGANDA

<u>16. Mecanismos de propaganda</u>	<u>1. Selección de la información</u>
--	--

Ficha de medición de tuits de líderes sobre la ley solo sí es sí

INDICADORES DE LOCALIZACIÓN

<u>1. N° de tuit</u>	2
<u>2. Fecha</u>	12/02/2023
<u>3. Texto del tuit</u>	Los votos del PP y de Vox no pueden servir para volver al Código Penal de la violencia o intimidación. Este Gobierno de coalición no existiría sin las movilizaciones feministas, nos debemos a sus reivindicaciones. Solo Sí es Sí. Entrevista en @publico_es  http://publico.es/politica/irene-montero-gobierno-tenido-tensiones-fuertes-leyes-feministas-siempre-hemos-encontrado-soluciones.html
<u>4. Enlace al tuit (URL)</u>	https://twitter.com/IreneMontero/status/1624837568092311553?s=20
<u>5. Líder político o medio feminista</u>	1. @IreneMontero

INDICADORES DE DIFUSIÓN

<u>5. N° de retuits</u>	1.277
<u>6. N° de likes</u>	3.987
<u>7. N° de reproducciones</u>	283 mil

INDICADORES DE CONTENIDO MULTIMEDIA

<u>8. Contenido audiovisual</u>	<u>3. Enlace</u>
<u>9. Hashtags (#)</u>	<u>2. No</u>
<u>10. Menciones</u>	<u>2. Algún medio de comunicación</u>

-

INDICADORES DE TEMÁTICA Y CONTENIDO

<u>11. Temática</u>	<u>1. Concienciación sobre la ley</u>
<u>12. Estrategia del tuit</u>	<u>1. Personalización del líder</u>
<u>12. Presencia de bulos</u>	<u>2. No</u>

<u>13. Fuente principal de la información</u>	<u>6. Ninguna</u>
<u>14. Tono</u>	<u>2. Negativo</u>
<u>15. Contenido</u>	<u>2. Opinativo</u>

INDICADORES DE PROPAGANDA

<u>16. Mecanismos de propaganda</u>	<u>8. Opiniones como hechos</u>
--	---------------------------------

Ficha de medición de tuits de líderes sobre la ley solo sí es sí

INDICADORES DE LOCALIZACIÓN

<u>1. N° de tuit</u>	3
<u>2. Fecha</u>	04/02/2023
<u>3. Texto del tuit</u>	Gracias a Cristina Fallarás por poner el cuerpo y decir las cosas como son. La ofensiva contra la Ley 'Sí es Sí' se articula desde el “ahora habrá que firmar un contrato” y “no podremos ni decir piropos”. Para que el consentimiento deje de ser el centro. Ni un paso atrás. Juntas.
<u>4. Enlace al tuit (URL)</u>	https://twitter.com/IreneMontero/status/1621863846729097217?s=20

<u>5. Líder político o medio feminista</u>	1. <u>@IreneMontero</u>
---	-------------------------

INDICADORES DE DIFUSIÓN

<u>5. N° de retuits</u>	1.426
<u>6. N° de likes</u>	5.063
<u>7. N° de reproducciones</u>	362,5 mil

INDICADORES DE CONTENIDO MULTIMEDIA

<u>8. Contenido audiovisual</u>	<u>4. Ninguno</u>
<u>9. Hashtags (#)</u>	<u>2. No</u>
<u>10. Menciones</u>	<u>2. Algún medio de comunicación</u>

INDICADORES DE TEMÁTICA Y CONTENIDO

<u>11. Temática</u>	<u>2. Propaganda sobre la ley</u>
----------------------------	-----------------------------------

<u>12. Estrategia del tuit</u>	<u>4. Alianzas con instituciones, partidos, otros líderes</u>
<u>12. Presencia de bulos</u>	<u>2. No</u>
<u>13. Fuente principal de la información</u>	<u>6. Ninguna</u>
<u>14. Tono</u>	<u>2. Negativo</u>
<u>15. Contenido</u>	<u>2. Opinativo</u>

INDICADORES DE PROPAGANDA

<u>16. Mecanismos de propaganda</u>	<u>6. Apelación a la ignorancia</u>
--	--

Ficha de medición de tuits de líderes sobre la ley solo sí es sí

INDICADORES DE LOCALIZACIÓN

<u>1. N° de tuit</u>	4
<u>2. Fecha</u>	29/01/2023

<u>3. Texto del tuit</u>	La ofensiva de la derecha contra la Ley del 'Solo Sí es Sí' es contra el feminismo y el Gobierno de coalición. Vamos a proteger el consentimiento.
<u>4. Enlace al tuit (URL)</u>	https://twitter.com/IreneMontero/status/1619719130424156160?s=20
<u>5. Líder político o medio feminista</u>	1. @Irene Montero

INDICADORES DE DIFUSIÓN

<u>5. N° de retuits</u>	1.761
<u>6. N° de likes</u>	4.199
<u>7. N° de reproducciones</u>	539,4 mil

INDICADORES DE CONTENIDO MULTIMEDIA

<u>8. Contenido audiovisual</u>	1. <u>Vídeo</u>
<u>9. Hashtags (#)</u>	2. <u>No</u>
<u>10. Menciones</u>	5. <u>Ninguno</u>

INDICADORES DE TEMÁTICA Y CONTENIDO

<u>11. Temática</u>	<u>2. Propaganda sobre la ley</u>
<u>12. Estrategia del tuit</u>	<u>2. Espectacularización del líder</u>
<u>12. Presencia de bulos</u>	<u>2. No</u>
<u>13. Fuente principal de la información</u>	<u>6. Ninguna</u>
<u>14. Tono</u>	<u>3. Neutro</u>
<u>15. Contenido</u>	<u>1. Informativo</u>

INDICADORES DE PROPAGANDA

<u>16. Mecanismos de propaganda</u>	<u>2. Apelación a la emoción</u>
-------------------------------------	----------------------------------

Ficha de medición de tuits de líderes sobre la ley solo sí es sí

INDICADORES DE LOCALIZACIÓN

<u>1. N° de tuit</u>	5
----------------------	---

<u>2. Fecha</u>	01/02/2023
<u>3. Texto del tuit</u>	Aquí @ionebelarra explica muy bien qué está pasando con la Ley del 'Solo Sí es Sí'
<u>4. Enlace al tuit (URL)</u>	https://twitter.com/IreneMontero/status/1620742909338206208?s=20
<u>5. Líder político o medio feminista</u>	1. @IreneMontero

INDICADORES DE DIFUSIÓN

<u>5. N° de retuits</u>	1.406
<u>6. N° de likes</u>	3.062
<u>7. N° de reproducciones</u>	423,6 mil

INDICADORES DE CONTENIDO MULTIMEDIA

<u>8. Contenido audiovisual</u>	1. Vídeo
<u>9. Hashtags (#)</u>	2. No
<u>10. Menciones</u>	1. Otro u otra político/a

INDICADORES DE TEMÁTICA Y CONTENIDO

<u>11. Temática</u>	<u>1. Concienciación sobre la ley</u>
<u>12. Estrategia del tuit</u>	<u>4. Alianzas con instituciones, partidos, otros líderes</u>
<u>12. Presencia de bulos</u>	<u>2. No</u>
<u>13. Fuente principal de la información</u>	<u>4. Otro político o política</u>
<u>14. Tono</u>	<u>2. Negativo</u>
<u>15. Contenido</u>	<u>2. Opinativo</u>

INDICADORES DE PROPAGANDA

<u>16. Mecanismos de propaganda</u>	<u>1. Selección de la información</u>
-------------------------------------	---------------------------------------

Ficha de medición de tuits de líderes sobre la ley solo sí es sí

INDICADORES DE LOCALIZACIÓN

<u>1. N° de tuit</u>	6
<u>2. Fecha</u>	20/01/2023
<u>3. Texto del tuit</u>	Sea quien sea el presunto agresor, la Ley Solo Sí es Sí protege a todas las mujeres. Asesoramiento jurídico y asistencia psicológica pongan o no denuncia. También podéis llamar al 016. Las mujeres que sufren cualquier tipo de violencia sexual cuentan con la protección del Estado.
<u>4. Enlace al tuit (URL)</u>	https://twitter.com/IreneMontero/status/1616510431249502227?s=20
<u>5. Líder político o medio feminista</u>	1. @IreneMontero

INDICADORES DE DIFUSIÓN

<u>5. N° de retuits</u>	2.168
<u>6. N° de likes</u>	8.245
<u>7. N° de reproducciones</u>	1,8 M

INDICADORES DE CONTENIDO MULTIMEDIA

<u>8. Contenido audiovisual</u>	<u>2. Imagen</u>
--	------------------

<u>9. Hashtags (#)</u>	<u>2. No</u>
<u>10. Menciones</u>	<u>5. Ninguno</u>

INDICADORES DE TEMÁTICA Y CONTENIDO

<u>11. Temática</u>	<u>1. Concienciación sobre la ley</u>
<u>12. Estrategia del tuit</u>	<u>1. Personalización del líder</u>
<u>12. Presencia de bulos</u>	<u>2. No</u>
<u>13. Fuente principal de la información</u>	<u>3. Medios de comunicación</u>
<u>14. Tono</u>	<u>3. Neutro</u>
<u>15. Contenido</u>	<u>1. Informativo</u>

INDICADORES DE PROPAGANDA

<u>16. Mecanismos de propaganda</u>	<u>2. Apelación a la emoción</u>
--	----------------------------------

Ficha de medición de tuits de líderes sobre la ley solo sí es sí

INDICADORES DE LOCALIZACIÓN

<u>1. N° de tuit</u>	7
<u>2. Fecha</u>	03/02/2023
<u>3. Texto del tuit</u>	La Ley 'Solo Sí es Sí' protege al 8% de las mujeres que denuncian, pero, por primera vez, también al 92% que no denuncia 🖱
<u>4. Enlace al tuit (URL)</u>	https://twitter.com/IreneMontero/status/1621437998612242432?s=20
<u>5. Líder político o medio feminista</u>	1. @IreneMontero

INDICADORES DE DIFUSIÓN

<u>5. N° de retuits</u>	1.831
<u>6. N° de likes</u>	4.905
<u>7. N° de reproducciones</u>	464,4 mil

INDICADORES DE CONTENIDO MULTIMEDIA

<u>8. Contenido audiovisual</u>	<u>1. Vídeo</u>
<u>9. Hashtags (#)</u>	<u>2. No</u>
<u>10. Menciones</u>	<u>5. Ninguno</u>

INDICADORES DE TEMÁTICA Y CONTENIDO

<u>11. Temática</u>	<u>2. Propaganda sobre la ley</u>
<u>12. Estrategia del tuit</u>	<u>2. Espectacularización del líder</u>
<u>12. Presencia de bulos</u>	<u>2. No</u>
<u>13. Fuente principal de la información</u>	<u>6. Ninguna</u>
<u>14. Tono</u>	<u>1. Positivo</u>
<u>15. Contenido</u>	<u>2. Opinativo</u>

INDICADORES DE PROPAGANDA

<u>16. Mecanismos de propaganda</u>	<u>2. Apelación a la emoción</u>
--	---

Ficha de medición de tuits de líderes sobre la ley solo sí es sí

INDICADORES DE LOCALIZACIÓN

<u>1. N° de tuit</u>	8
<u>2. Fecha</u>	23/01/2023
<u>3. Texto del tuit</u>	La Ley Solo sí es sí es sólida y por eso la mayoría de tribunales la aplican bien y no rebajan penas. Una minoría está planteando problemas de aplicación, como pasó con la 1/2004. Con esta ley todas las víctimas de violencias sexuales, denuncien o no, tienen derechos
<u>4. Enlace al tuit (URL)</u>	https://twitter.com/IreneMontero/status/1617476607492472832?s=20
<u>5. Líder político o medio feminista</u>	1. @IreneMontero

INDICADORES DE DIFUSIÓN

<u>5. N° de retuits</u>	2.329
<u>6. N° de likes</u>	5.313

<u>7. N° de reproducciones</u>	716,4 mil
---------------------------------------	-----------

INDICADORES DE CONTENIDO MULTIMEDIA

<u>8. Contenido audiovisual</u>	<u>1. Vídeo</u>
<u>9. Hashtags (#)</u>	<u>2. No</u>
<u>10. Menciones</u>	<u>5. Ninguno</u>

INDICADORES DE TEMÁTICA Y CONTENIDO

<u>11. Temática</u>	<u>1. Concienciación sobre la ley</u>
<u>12. Estrategia del tuit</u>	<u>4. Alianzas con instituciones, partidos, otros líderes</u>
<u>12. Presencia de bulos</u>	<u>2. No</u>
<u>13. Fuente principal de la información</u>	<u>4. Otro político o política</u>

<u>14. Tono</u>	<u>2. Negativo</u>
<u>15. Contenido</u>	<u>1. Informativo</u>

INDICADORES DE PROPAGANDA

<u>16. Mecanismos de propaganda</u>	<u>3. Apelación a la autoridad</u>
--	------------------------------------

Ficha de medición de tuits de líderes sobre la ley solo sí es sí

INDICADORES DE LOCALIZACIÓN

<u>1. N° de tuit</u>	9
<u>2. Fecha</u>	29/01/2023
<u>3. Texto del tuit</u>	Sobre qué está pasando con la Ley 'Solo Sí es Sí' 🗣️ https://youtube.com/watch?v=fWfURJkK2RI
<u>4. Enlace al tuit (URL)</u>	https://twitter.com/IreneMontero/status/1619780291698081793?s=20
<u>5. Líder político o medio feminista</u>	1. <u>@IreneMontero</u>

INDICADORES DE DIFUSIÓN

<u>5. N° de retuits</u>	1.342
<u>6. N° de likes</u>	3.145
<u>7. N° de reproducciones</u>	507,8 mil

INDICADORES DE CONTENIDO MULTIMEDIA

<u>8. Contenido audiovisual</u>	<u>3. Enlace</u>
<u>9. Hashtags (#)</u>	<u>2. No</u>
<u>10. Menciones</u>	<u>5. Ninguno</u>

INDICADORES DE TEMÁTICA Y CONTENIDO

<u>11. Temática</u>	<u>1. Concienciación sobre la ley</u>
<u>12. Estrategia del tuit</u>	<u>2. Espectacularización del líder</u>
<u>12. Presencia de bulos</u>	<u>2. No</u>

<u>13. Fuente principal de la información</u>	<u>4. Otro político o política</u>
<u>14. Tono</u>	<u>2. Negativo</u>
<u>15. Contenido</u>	<u>2. Opinativo</u>

INDICADORES DE PROPAGANDA

<u>16. Mecanismos de propaganda</u>	<u>6. Apelación a la ignorancia</u>
--	-------------------------------------

CUCA GAMARRA: @cucagamarra

Ficha de medición de tuits de líderes sobre la ley solo sí es sí

INDICADORES DE LOCALIZACIÓN

<u>1. N° de tuit</u>	10
<u>2. Fecha</u>	30/01/2023
<u>3. Texto del tuit</u>	Ante la división del Gobierno de coalición en un tema tan importante y urgente como modificar la ley del ‘solo sí es sí’, @NunezFeijoo ofrece a Sánchez apoyo, rigor, sentido de Estado y la sensibilidad del @ppopular con las mujeres.

<u>4. Enlace al tuit (URL)</u>	https://twitter.com/cucagamarra/status/1620078436495785986?s=20
<u>5. Líder político o medio feminista</u>	2. @cucagamarra

INDICADORES DE DIFUSIÓN

<u>5. N° de retuits</u>	51
<u>6. N° de likes</u>	157
<u>7. N° de reproducciones</u>	10,8 mil

INDICADORES DE CONTENIDO MULTIMEDIA

<u>8. Contenido audiovisual</u>	1. Vídeo 3. Enlace
<u>9. Hashtags (#)</u>	2. No
<u>10. Menciones</u>	1. Otro u otra político/a

INDICADORES DE TEMÁTICA Y CONTENIDO

<u>11. Temática</u>	<u>4. Desarticulación de la eficacia de la ley</u>
<u>12. Estrategia del tuit</u>	<u>4. Alianzas con instituciones, partidos, otros líderes</u>
<u>12. Presencia de bulos</u>	<u>2. No</u>
<u>13. Fuente principal de la información</u>	<u>4. Otro político o política</u>
<u>14. Tono</u>	<u>2. Negativo</u>
<u>15. Contenido</u>	<u>2. Opinativo</u>

INDICADORES DE PROPAGANDA

<u>16. Mecanismos de propaganda</u>	<u>6. Apelación a la ignorancia</u>
--	-------------------------------------

Ficha de medición de tuits de líderes sobre la ley solo sí es sí

INDICADORES DE LOCALIZACIÓN

<u>1. N° de tuit</u>	11
-----------------------------	----

<u>2. Fecha</u>	03/01/2023
<u>3. Texto del tuit</u>	<p>Un agresor sexual que violó a un niño de 10 años se beneficia de la ley del solo sí es si. Otro más.</p> <p>¿Cuántas reducciones de condena más se tienen que producir para que el gobierno reaccione y rectifique?</p> <p>¿Nadie va a asumir responsabilidades por esta escandalosa reforma?</p>
<u>4. Enlace al tuit (URL)</u>	https://twitter.com/cucagamarra/status/1610334673577598976?s=20
<u>5. Líder político o medio feminista</u>	2. @cucagamarra

INDICADORES DE DIFUSIÓN

<u>5. N° de retuits</u>	173
<u>6. N° de likes</u>	260
<u>7. N° de reproducciones</u>	29,7 mil

INDICADORES DE CONTENIDO MULTIMEDIA

<u>8. Contenido audiovisual</u>	<u>3. Enlace</u>
<u>9. Hashtags (#)</u>	<u>2. No</u>
<u>10. Menciones</u>	<u>5. Ninguno</u>

-

INDICADORES DE TEMÁTICA Y CONTENIDO

<u>11. Temática</u>	<u>4. Desarticulación de la eficacia de la ley</u>
<u>12. Estrategia del tuit</u>	<u>2. Espectacularización del líder</u>
<u>12. Presencia de bulos</u>	<u>2. No</u>
<u>13. Fuente principal de la información</u>	<u>3. Medios de comunicación</u>
<u>14. Tono</u>	<u>2. Negativo</u>
<u>15. Contenido</u>	<u>1. Informativo</u>

-

INDICADORES DE PROPAGANDA

<u>16. Mecanismos de propaganda</u>	<u>3. Apelación a la autoridad</u>
--	---

Ficha de medición de tuits de líderes sobre la ley solo sí es sí

INDICADORES DE LOCALIZACIÓN

<u>1. N° de tuit</u>	12
<u>2. Fecha</u>	07/02/2023
<u>3. Texto del tuit</u>	Y tanto que se queda corto, Sr. Sánchez, cuando habla de los efectos indeseables de la ley del ‘solo sí es sí’, pero no parece que le urja rectificar y son ya más de 400 las penas rebajadas y 40 las excarcelaciones. #NoEsUnChiste
<u>4. Enlace al tuit (URL)</u>	https://twitter.com/cucagamarra/status/1622987973858930689?s=20
<u>5. Líder político o medio feminista</u>	<u>2. @cucagamarra</u>

INDICADORES DE DIFUSIÓN

<u>5. N° de retuits</u>	222
<u>6. N° de likes</u>	519

<u>7. N° de reproducciones</u>	43,6 mil
---------------------------------------	----------

INDICADORES DE CONTENIDO MULTIMEDIA

<u>8. Contenido audiovisual</u>	<u>3. Enlace</u>
<u>9. Hashtags (#)</u>	<u>1. Sí</u>
<u>10. Menciones</u>	<u>5. Ninguno</u>

-

INDICADORES DE TEMÁTICA Y CONTENIDO

<u>11. Temática</u>	<u>3. En contra de la ley</u>
<u>12. Estrategia del tuit</u>	<u>2. Espectacularización del líder</u>
<u>12. Presencia de bulos</u>	<u>2. No</u>
<u>13. Fuente principal de la información</u>	<u>3. Medios de comunicación</u>

<u>14. Tono</u>	<u>2. Negativo</u>
<u>15. Contenido</u>	<u>2. Opinitivo</u>

INDICADORES DE PROPAGANDA

<u>16. Mecanismos de propaganda</u>	<u>1. Selección de la información</u> <u>3. Apelación a la autoridad</u>
--	---

Ficha de medición de tuits de líderes sobre la ley solo sí es sí

INDICADORES DE LOCALIZACIÓN

<u>1. N° de tuit</u>	13
<u>2. Fecha</u>	10/01/2023
<u>3. Texto del tuit</u>	<p>Estas son las consecuencias de las leyes de Sánchez y Montero: las víctimas desprotegidas y los delincuentes en la calle.</p> <p>¿Cuántos agresores sexuales más se tienen que ver beneficiados por la ley del solo sí es sí para que el Gobierno rectifique?</p>
<u>4. Enlace al tuit (URL)</u>	https://twitter.com/cucagamarra/status/1612839212063297536?s=20
<u>5. Líder político o medio feminista</u>	<u>2. @cucagamarra</u>

INDICADORES DE DIFUSIÓN

<u>5. N° de retuits</u>	520
<u>6. N° de likes</u>	1.133
<u>7. N° de reproducciones</u>	74,7 mil

INDICADORES DE CONTENIDO MULTIMEDIA

<u>8. Contenido audiovisual</u>	<u>3. Enlace</u>
<u>9. Hashtags (#)</u>	<u>2. No</u>
<u>10. Menciones</u>	<u>5. Ninguno</u>

INDICADORES DE TEMÁTICA Y CONTENIDO

<u>11. Temática</u>	<u>3. En contra de la ley</u>
<u>12. Estrategia del tuit</u>	<u>2. Espectacularización del líder</u>
<u>12. Presencia de bulos</u>	<u>1. Sí</u>

<u>13. Fuente principal de la información</u>	<u>3. Medios de comunicación</u>
<u>14. Tono</u>	<u>2. Negativo</u>
<u>15. Contenido</u>	<u>2. Opinativo</u>

INDICADORES DE PROPAGANDA

<u>16. Mecanismos de propaganda</u>	<u>1. Selección de la información</u> <u>3. Apelación a la autoridad</u> <u>6. Apelación a la ignorancia</u>
--	---

Ficha de medición de tuits de líderes sobre la ley solo sí es sí

INDICADORES DE LOCALIZACIÓN

<u>1. N° de tuit</u>	14
<u>2. Fecha</u>	28/01/2023
<u>3. Texto del tuit</u>	.@ppopular vamos a seguir insistiendo al Gobierno para que rectifique la ley del solo sí es sí. No nos van a callar ni a frenar. Seguiremos denunciando, tras cada sentencia, los efectos de esta nefasta ley que ha beneficiado ya a más de 260 agresores sexuales.
<u>4. Enlace al tuit (URL)</u>	https://twitter.com/cucagamarra/status/1619329372472897538?s=20

<u>5. Líder político o medio feminista</u>	<u>2. @cucagamarra</u>
---	-------------------------------

INDICADORES DE DIFUSIÓN

<u>5. N° de retuits</u>	99
<u>6. N° de likes</u>	221
<u>7. N° de reproducciones</u>	13 mil

INDICADORES DE CONTENIDO MULTIMEDIA

<u>8. Contenido audiovisual</u>	<u>1. Vídeo</u>
<u>9. Hashtags (#)</u>	<u>2. No</u>
<u>10. Menciones</u>	<u>1. Otro u otra político/a</u>

INDICADORES DE TEMÁTICA Y CONTENIDO

<u>11. Temática</u>	<u>4. Desarticulación de la eficacia de la ley</u>
----------------------------	---

<u>12. Estrategia del tuit</u>	<u>4. Alianzas con instituciones, partidos, otros líderes</u>
<u>12. Presencia de bulos</u>	<u>2. No</u>
<u>13. Fuente principal de la información</u>	<u>4. Otro político o política</u>
<u>14. Tono</u>	<u>3. Neutro</u>
<u>15. Contenido</u>	<u>2. Opinativo</u>

INDICADORES DE PROPAGANDA

<u>16. Mecanismos de propaganda</u>	<u>1. Selección de la información</u> <u>3. Apelación a la autoridad</u> <u>6. Apelación a la ignorancia</u> <u>8. Opiniones como hechos</u>
--	---

Ficha de medición de tuits de líderes sobre la ley solo sí es sí

INDICADORES DE LOCALIZACIÓN

<u>1. N° de tuit</u>	15
<u>2. Fecha</u>	22/02/2023

<u>3. Texto del tuit</u>	<p>Sí, Sr. Sánchez, ya son 544 los delincuentes sexuales beneficiados por la Ley del solo sí es sí y más de 50 los excarcelados. Y es incapaz de rectificar.</p> <p>No niegue la realidad. Bájese del tren de la soberbia y acepte la mano tendida del @ppopular ¿O busca titular para el 8M?</p>
<u>4. Enlace al tuit (URL)</u>	https://twitter.com/cucagamarra/status/1628318341411528704?s=20
<u>5. Líder político o medio feminista</u>	<p>2. @cucagamarra</p>

INDICADORES DE DIFUSIÓN

<u>5. N° de retuits</u>	<p>164</p>
<u>6. N° de likes</u>	<p>396</p>
<u>7. N° de reproducciones</u>	<p>15,9 mil</p>

INDICADORES DE CONTENIDO MULTIMEDIA

<u>8. Contenido audiovisual</u>	<p>1. Vídeo</p>
--	-----------------

<u>9. Hashtags (#)</u>	<u>2. No</u>
<u>10. Menciones</u>	<u>1. Otro u otra político/a</u>

INDICADORES DE TEMÁTICA Y CONTENIDO

<u>11. Temática</u>	<u>3. En contra de la ley</u>
<u>12. Estrategia del tuit</u>	<u>2. Espectacularización del líder</u> <u>4. Alianzas con instituciones, partidos, otros líderes</u>
<u>12. Presencia de bulos</u>	<u>2. No</u>
<u>13. Fuente principal de la información</u>	<u>6. Ninguna</u>
<u>14. Tono</u>	<u>2. Negativo</u>
<u>15. Contenido</u>	<u>2. Opinativo</u>

INDICADORES DE PROPAGANDA

<u>16. Mecanismos de propaganda</u>	<u>3. Apelación a la autoridad</u> <u>6. Apelación a la ignorancia</u>
--	---

Ficha de medición de tuits de líderes sobre la ley solo sí es sí

INDICADORES DE LOCALIZACIÓN

<u>1. N° de tuit</u>	16
<u>2. Fecha</u>	04/02/2023
<u>3. Texto del tuit</u>	<p>Al PSOE no le parece urgente detener el goteo de delincuentes sexuales beneficiados y excarcelados, por eso rechaza la propuesta de @ppopular para modificar la ley del solo sí es sí.</p> <p>Sr. Sánchez, proteger a las mujeres es mucho más urgente que proteger su coalición de Gobierno.</p>
<u>4. Enlace al tuit (URL)</u>	https://twitter.com/cucagamarra/status/1621831927127855106?s=20
<u>5. Líder político o medio feminista</u>	<u>2. @cucagamarra</u>

INDICADORES DE DIFUSIÓN

<u>5. N° de retuits</u>	227
<u>6. N° de likes</u>	471

<u>7. N° de reproducciones</u>	148,2 mil
---------------------------------------	-----------

INDICADORES DE CONTENIDO MULTIMEDIA

<u>8. Contenido audiovisual</u>	<u>1. Vídeo</u>
<u>9. Hashtags (#)</u>	<u>2. No</u>
<u>10. Menciones</u>	<u>1. Otro u otra político/a</u>

-

INDICADORES DE TEMÁTICA Y CONTENIDO

<u>11. Temática</u>	<u>3. En contra de la ley</u>
<u>12. Estrategia del tuit</u>	<u>2. Espectacularización del líder</u>
<u>12. Presencia de bulos</u>	<u>2. No</u>
<u>13. Fuente principal de la información</u>	<u>6. Ninguna</u>

<u>14. Tono</u>	<u>2. Negativo</u>
<u>15. Contenido</u>	<u>2. Opinitivo</u>

INDICADORES DE PROPAGANDA

<u>16. Mecanismos de propaganda</u>	<u>4. Falacia contra el hombre</u>
--	------------------------------------

Ficha de medición de tuits de líderes sobre la ley solo sí es sí

INDICADORES DE LOCALIZACIÓN

<u>1. N° de tuit</u>	17
<u>2. Fecha</u>	08/02/2023
<u>3. Texto del tuit</u>	<p>Sr. Sánchez, presume usted de presidir el Gobierno más feminista de la democracia, pero preside el Gobierno más sectario de la democracia.</p> <p>No se quede corto. Rectifique la ley del ‘solo sí es sí’ y déjese ayudar por @ppopular. Su soberbia le impide ser feminista de verdad.</p>
<u>4. Enlace al tuit (URL)</u>	https://twitter.com/cucagamarra/status/1623240918856761347?s=20

<u>5. Líder político o medio feminista</u>	<u>2. @cucagamarra</u>
---	-------------------------------

INDICADORES DE DIFUSIÓN

<u>5. N° de retuits</u>	218
<u>6. N° de likes</u>	422
<u>7. N° de reproducciones</u>	19,1 mil

INDICADORES DE CONTENIDO MULTIMEDIA

<u>8. Contenido audiovisual</u>	<u>1. Vídeo</u>
<u>9. Hashtags (#)</u>	<u>2. No</u>
<u>10. Menciones</u>	<u>1. Otro u otra político/a</u>

INDICADORES DE TEMÁTICA Y CONTENIDO

<u>11. Temática</u>	<u>3. En contra de la ley</u>
----------------------------	--------------------------------------

<u>12. Estrategia del tuit</u>	<u>2. Espectacularización del líder</u>
<u>12. Presencia de bulos</u>	<u>2. No</u>
<u>13. Fuente principal de la información</u>	<u>6. Ninguna</u>
<u>14. Tono</u>	<u>2. Negativo</u>
<u>15. Contenido</u>	<u>2. Opinativo</u>

INDICADORES DE PROPAGANDA

<u>16. Mecanismos de propaganda</u>	<u>4. Falacia contra el hombre</u> <u>8. Opiniones como hechos</u>
--	---

Ficha de medición de tuits de líderes sobre la ley solo sí es sí

INDICADORES DE LOCALIZACIÓN

<u>1. N° de tuit</u>	18
<u>2. Fecha</u>	15/02/2023
<u>3. Texto del tuit</u>	Sr. Sánchez, sus prioridades quedan retratadas con sus leyes. Tanta prisa para eliminar la sedición y desproteger al Estado y tanta parsimonia para mitigar los efectos perniciosos de la Ley del solo sí

	es sí. Si usted quiere el próximo jueves 23 traemos a pleno su rectificación.
<u>4. Enlace al tuit (URL)</u>	https://twitter.com/cucagamarra/status/1625781777884127234?s=20
<u>5. Líder político o medio feminista</u>	<u>2. @cucagamarra</u>

INDICADORES DE DIFUSIÓN

<u>5. N° de retuits</u>	172
<u>6. N° de likes</u>	515
<u>7. N° de reproducciones</u>	23,6 mil

INDICADORES DE CONTENIDO MULTIMEDIA

<u>8. Contenido audiovisual</u>	<u>1. Vídeo</u>
<u>9. Hashtags (#)</u>	<u>2. No</u>

<u>10. Menciones</u>	<u>5. Ninguno</u>
----------------------	-------------------

-

INDICADORES DE TEMÁTICA Y CONTENIDO

<u>11. Temática</u>	<u>3. En contra de la ley</u>
<u>12. Estrategia del tuit</u>	<u>2. Espectacularización del líder</u>
<u>12. Presencia de bulos</u>	<u>1. Sí</u>
<u>13. Fuente principal de la información</u>	<u>6. Ninguna</u>
<u>14. Tono</u>	<u>2. Negativo</u>
<u>15. Contenido</u>	<u>2. Opinativo</u>

-

INDICADORES DE PROPAGANDA

<u>16. Mecanismos de propaganda</u>	<u>4. Falacia contra el hombre</u>
-------------------------------------	------------------------------------

VOX: @Vox_es

Ficha de medición de tuits de líderes sobre la ley solo sí es sí

INDICADORES DE LOCALIZACIÓN

<u>1. N° de tuit</u>	19
<u>2. Fecha</u>	06/02/2023
<u>3. Texto del tuit</u>	 RT para que no caiga en el olvido. Estos son los culpables de que haya más de 400 agresores sexuales beneficiados por la ley del sólo sí es sí.
<u>4. Enlace al tuit (URL)</u>	https://twitter.com/vox_es/status/1622574576583557120?s=20
<u>5. Líder político o medio feminista</u>	3. @vox_es

INDICADORES DE DIFUSIÓN

<u>5. N° de retuits</u>	3.064
<u>6. N° de likes</u>	3.770
<u>7. N° de reproducciones</u>	160,3 mil

INDICADORES DE CONTENIDO MULTIMEDIA

<u>8. Contenido audiovisual</u>	<u>2. Imagen</u>
<u>9. Hashtags (#)</u>	<u>2. No</u>

<u>10. Menciones</u>	<u>5. Ninguno</u>
----------------------	-------------------

INDICADORES DE TEMÁTICA Y CONTENIDO

<u>11. Temática</u>	<u>3. En contra de la ley</u>
<u>12. Estrategia del tuit</u>	<u>2. Espectacularización del líder</u>
<u>12. Presencia de bulos</u>	<u>2. No</u>
<u>13. Fuente principal de la información</u>	<u>6. Ninguna</u>
<u>14. Tono</u>	<u>3. Neutro</u>
<u>15. Contenido</u>	<u>2. Opinativo</u>

INDICADORES DE PROPAGANDA

<u>16. Mecanismos de propaganda</u>	<u>4. Falacia contra el hombre</u> <u>6. Apelación a la ignorancia</u>
-------------------------------------	---

Ficha de medición de tuits de líderes sobre la ley solo sí es sí

INDICADORES DE LOCALIZACIÓN

<u>1. N° de tuit</u>	20
<u>2. Fecha</u>	06/02/2023
<u>3. Texto del tuit</u>	"Cada uno de los delitos que cometan los violadores y pederastas excarcelados por la ley del sólo sí es sí será responsabilidad de todos y cada uno de los miembros del Gobierno". @Jorgebuxade ↓
<u>4. Enlace al tuit (URL)</u>	https://twitter.com/vox_es/status/1622570316705718276?s=20
<u>5. Líder político o medio feminista</u>	3. @vox_es

INDICADORES DE DIFUSIÓN

<u>5. N° de retuits</u>	443
<u>6. N° de likes</u>	825
<u>7. N° de reproducciones</u>	22 mil

INDICADORES DE CONTENIDO MULTIMEDIA

<u>8. Contenido audiovisual</u>	<u>1. Vídeo</u>
--	-----------------

<u>9. Hashtags (#)</u>	<u>2. No</u>
<u>10. Menciones</u>	<u>1. Otro u otra político/a</u>

INDICADORES DE TEMÁTICA Y CONTENIDO

<u>11. Temática</u>	<u>3. En contra de la ley</u>
<u>12. Estrategia del tuit</u>	<u>2. Espectacularización del líder</u>
<u>12. Presencia de bulos</u>	<u>1. Sí</u>
<u>13. Fuente principal de la información</u>	<u>4. Otro político o política</u>
<u>14. Tono</u>	<u>2. Negativo</u>
<u>15. Contenido</u>	<u>2. Opinativo</u>

INDICADORES DE PROPAGANDA

<u>16. Mecanismos de propaganda</u>	<u>4. Falacia contra el hombre</u> <u>8. Opiniones como hechos</u>
--	---

Ficha de medición de tuits de líderes sobre la ley solo sí es sí

INDICADORES DE LOCALIZACIÓN

<u>1. N° de tuit</u>	21
<u>2. Fecha</u>	13/02/2023
<u>3. Texto del tuit</u>	🗨️ @Igarrigavaz responde a Cuca Gamarra y Borja Sémper: "¿De verdad están más cerca del PSOE de los indultos que de VOX?, ¿de la Ley del Solo Sí es Sí que de VOX?". "Se ratifica lo dicho ayer por @Santi_ABASCAL: el PP es el PSOE con 10 años de retraso".
<u>4. Enlace al tuit (URL)</u>	https://twitter.com/vox_es/status/1625112978579243009?s=20
<u>5. Líder político o medio feminista</u>	3. @vox_es

INDICADORES DE DIFUSIÓN

<u>5. N° de retuits</u>	525
<u>6. N° de likes</u>	1.058
<u>7. N° de reproducciones</u>	37,5 mil

INDICADORES DE CONTENIDO MULTIMEDIA

<u>8. Contenido audiovisual</u>	<u>1. Vídeo</u>
<u>9. Hashtags (#)</u>	<u>2. No</u>
<u>10. Menciones</u>	<u>1. Otro u otra político/a</u>

INDICADORES DE TEMÁTICA Y CONTENIDO

<u>11. Temática</u>	<u>3. En contra de la ley</u>
<u>12. Estrategia del tuit</u>	<u>2. Espectacularización del líder</u>
<u>12. Presencia de bulos</u>	<u>2. No</u>
<u>13. Fuente principal de la información</u>	<u>6. Ninguna</u>
<u>14. Tono</u>	<u>2. Negativo</u>
<u>15. Contenido</u>	<u>2. Opinativo</u>

INDICADORES DE PROPAGANDA

<u>16. Mecanismos de propaganda</u>	<u>4. Falacia contra el hombre</u> <u>8. Opiniones como hechos</u>
--	---

Ficha de medición de tuits de líderes sobre la ley solo sí es sí

INDICADORES DE LOCALIZACIÓN

<u>1. N° de tuit</u>	22
<u>2. Fecha</u>	30/01/2023
<u>3. Texto del tuit</u>	<p>"El Gobierno está trabajando abiertamente contra la seguridad de todos los españoles y en especial contra las mujeres".</p> <p>La ley del sólo sí es sí que libera a violadores y pederastas debe ser inmediatamente derogada, no modificada. @Igarraigavaz↓</p>
<u>4. Enlace al tuit (URL)</u>	https://twitter.com/vox_es/status/1620037522725261312?s=20
<u>5. Líder político o medio feminista</u>	3. @vox_es

INDICADORES DE DIFUSIÓN

<u>5. N° de retuits</u>	332
<u>6. N° de likes</u>	542

<u>7. N° de reproducciones</u>	16,8 mil
---------------------------------------	----------

INDICADORES DE CONTENIDO MULTIMEDIA

<u>8. Contenido audiovisual</u>	<u>1. Vídeo</u>
<u>9. Hashtags (#)</u>	<u>2. No</u>
<u>10. Menciones</u>	<u>1. Otro u otra político/a</u>

INDICADORES DE TEMÁTICA Y CONTENIDO

<u>11. Temática</u>	<u>3. En contra de la ley</u>
<u>12. Estrategia del tuit</u>	<u>2. Espectacularización del líder</u>
<u>12. Presencia de bulos</u>	<u>1. Sí</u>
<u>13. Fuente principal de la información</u>	<u>4. Otro político o política</u>
<u>14. Tono</u>	<u>2. Negativo</u>

<u>15. Contenido</u>	<u>2. Opinitivo</u>
-----------------------------	----------------------------

INDICADORES DE PROPAGANDA

<u>16. Mecanismos de propaganda</u>	<u>8. Opiniones como hechos</u>
--	--

Ficha de medición de tuits de líderes sobre la ley solo sí es sí

INDICADORES DE LOCALIZACIÓN

<u>1. N° de tuit</u>	23
<u>2. Fecha</u>	17/02/2023
<u>3. Texto del tuit</u>	Ley Trans, Ley del sólo sí es sí, Ley Herodes... Se esta legislando desde el fanatismo, el delirio y la falta de formación e información. Lo del PP ni sorprende ni decepciona, hace mucho que sabemos que solo queda VOX para acabar con la porquería legislativa de la izquierda.
<u>4. Enlace al tuit (URL)</u>	https://twitter.com/vox_es/status/1626542113054654465?s=20
<u>5. Líder político o medio feminista</u>	<u>3. @vox_es</u>

INDICADORES DE DIFUSIÓN

<u>5. N° de retuits</u>	347
<u>6. N° de likes</u>	696
<u>7. N° de reproducciones</u>	35,3 mil

INDICADORES DE CONTENIDO MULTIMEDIA

<u>8. Contenido audiovisual</u>	<u>3. Enlace</u>
<u>9. Hashtags (#)</u>	<u>2. No</u>
<u>10. Menciones</u>	<u>5. Ninguno</u>

INDICADORES DE TEMÁTICA Y CONTENIDO

<u>11. Temática</u>	<u>3. En contra de la ley</u>
<u>12. Estrategia del tuit</u>	<u>2. Espectacularización del líder</u>
<u>12. Presencia de bulos</u>	<u>1. Sí</u>
<u>13. Fuente principal de la información</u>	<u>4. Otro político o política</u>

<u>14. Tono</u>	<u>2. Negativo</u>
<u>15. Contenido</u>	<u>2. Opinativo</u>

INDICADORES DE PROPAGANDA

<u>16. Mecanismos de propaganda</u>	<u>6. Apelación a la ignorancia</u> <u>8. Opiniones como hechos</u>
--	--

INÉS ARRIMADAS: @InesArrimadas

Ficha de medición de tuits de líderes sobre la ley solo sí es sí

INDICADORES DE LOCALIZACIÓN

<u>1. N° de tuit</u>	24
<u>2. Fecha</u>	20/02/2023
<u>3. Texto del tuit</u>	Así debió ser desde el minuto uno. Lo triste es que la asunción de responsabilidades por chapuzas como esta sea la excepción con este Gobierno. Es inexplicable que nadie haya dimitido por fiascos como las vacunas caducadas, la ley del sí es sí o la gestión de los fondos europeos.
<u>4. Enlace al tuit (URL)</u>	https://twitter.com/InesArrimadas/status/1627752122363088936?s=20

<u>5. Líder político o medio feminista</u>	<u>4. @InesArrimadas</u>
---	---------------------------------

INDICADORES DE DIFUSIÓN

<u>5. N° de retuits</u>	53
<u>6. N° de likes</u>	152
<u>7. N° de reproducciones</u>	35 mil

INDICADORES DE CONTENIDO MULTIMEDIA

<u>8. Contenido audiovisual</u>	<u>3. Enlace</u>
<u>9. Hashtags (#)</u>	<u>2. No</u>
<u>10. Menciones</u>	<u>5. Ninguno</u>

INDICADORES DE TEMÁTICA Y CONTENIDO

<u>11. Temática</u>	<u>3. En contra de la ley</u>
----------------------------	--------------------------------------

<u>12. Estrategia del tuit</u>	<u>2. Espectacularización del líder</u>
<u>12. Presencia de bulos</u>	<u>2. No</u>
<u>13. Fuente principal de la información</u>	<u>3. Medios de comunicación</u>
<u>14. Tono</u>	<u>2. Negativo</u>
<u>15. Contenido</u>	<u>2. Opinativo</u>

INDICADORES DE PROPAGANDA

<u>16. Mecanismos de propaganda</u>	<u>6. Apelación a la ignorancia</u>
--	--

Ficha de medición de tuits de líderes sobre la ley solo sí es sí

INDICADORES DE LOCALIZACIÓN

<u>1. N° de tuit</u>	25
<u>2. Fecha</u>	31/01/2023
<u>3. Texto del tuit</u>	La necesaria corrección de la chapuza de ley 'del sí es sí' no puede llevar la firma de la Ministra de Igualdad. La mejor rectificación de

	esa ley es que Irene Montero salga de la Moncloa. @GuillermoDiazCs 🗣️
<u>4. Enlace al tuit (URL)</u>	https://twitter.com/InesArrimadas/status/1620414023819997186?s=20
<u>5. Líder político o medio feminista</u>	4. @InesArrimadas

INDICADORES DE DIFUSIÓN

<u>5. N° de retuits</u>	146
<u>6. N° de likes</u>	473
<u>7. N° de reproducciones</u>	49,4 mil

INDICADORES DE CONTENIDO MULTIMEDIA

<u>8. Contenido audiovisual</u>	<u>1. Vídeo</u>
<u>9. Hashtags (#)</u>	<u>2. No</u>
<u>10. Menciones</u>	<u>1. Otro u otra político/a</u>

INDICADORES DE TEMÁTICA Y CONTENIDO

<u>11. Temática</u>	<u>3. En contra de la ley</u>
<u>12. Estrategia del tuit</u>	<u>2. Espectacularización del líder</u>
<u>12. Presencia de bulos</u>	<u>2. No</u>
<u>13. Fuente principal de la información</u>	<u>4. Otro político o política</u>
<u>14. Tono</u>	<u>2. Negativo</u>
<u>15. Contenido</u>	<u>2. Opinativo</u>

-

INDICADORES DE PROPAGANDA

<u>16. Mecanismos de propaganda</u>	<u>5. Falacia contra la mujer</u> <u>8. Opiniones como hechos</u>
-------------------------------------	--

PSOE: @PSOE

Ficha de medición de tuits de líderes sobre la ley solo sí es sí

INDICADORES DE LOCALIZACIÓN

<u>1. N° de tuit</u>	26
----------------------	----

<u>2. Fecha</u>	06/02/2023
<u>3. Texto del tuit</u>	<p>La Ley del Solo Sí es Sí ha establecido que el aspecto fundamental sobre el que se configuran los delitos contra la libertad sexual es el consentimiento, y así seguirá siendo.</p> <p>La PL que presentamos:</p> <p>→ Aumenta las condenas.</p> <p>→ Reduce la horquilla de esas condenas</p> <p>@patxilopez</p>
<u>4. Enlace al tuit (URL)</u>	https://twitter.com/PSOE/status/1622548599119794180?s=20
<u>5. Líder político o medio feminista</u>	5. @PSOE

INDICADORES DE DIFUSIÓN

<u>5. N° de retuits</u>	143
<u>6. N° de likes</u>	162
<u>7. N° de reproducciones</u>	10,2 mil

INDICADORES DE CONTENIDO MULTIMEDIA

<u>8. Contenido audiovisual</u>	1. Vídeo
--	----------

<u>9. Hashtags (#)</u>	<u>2. No</u>
<u>10. Menciones</u>	<u>1. Otro u otra político/a</u>

INDICADORES DE TEMÁTICA Y CONTENIDO

<u>11. Temática</u>	<u>1. Concienciación sobre la ley</u>
<u>12. Estrategia del tuit</u>	<u>4. Alianzas con instituciones, partidos, otros líderes</u>
<u>12. Presencia de bulos</u>	<u>2. No</u>
<u>13. Fuente principal de la información</u>	<u>4. Otro político o política</u>
<u>14. Tono</u>	<u>1. Positivo</u>
<u>15. Contenido</u>	<u>1. Informativo</u>

INDICADORES DE PROPAGANDA

<u>16. Mecanismos de propaganda</u>	<u>1. Selección de la información</u>
--	---------------------------------------

Ficha de medición de tuits de líderes sobre la ley solo sí es sí

INDICADORES DE LOCALIZACIÓN

<u>1. N° de tuit</u>	27
<u>2. Fecha</u>	06/02/2023
<u>3. Texto del tuit</u>	<p>La "Ley Solo Sí es Sí" es una buena norma pero hemos comprobado que su aplicación no ha tenido los efectos deseados.</p> <p>Por ello, hemos decidido que la mejor manera de proteger a las mujeres y a las víctimas es mediante una modificación técnica de la misma.</p> <p>@Pilar_Alegria</p>
<u>4. Enlace al tuit (URL)</u>	https://twitter.com/PSOE/status/1622571687723270144?s=20
<u>5. Líder político o medio feminista</u>	5. @PSOE

INDICADORES DE DIFUSIÓN

<u>5. N° de retuits</u>	170
<u>6. N° de likes</u>	239
<u>7. N° de reproducciones</u>	34,7 mil

INDICADORES DE CONTENIDO MULTIMEDIA

<u>8. Contenido audiovisual</u>	<u>1. Vídeo</u>
<u>9. Hashtags (#)</u>	<u>2. No</u>
<u>10. Menciones</u>	<u>1. Otro u otra político/a</u>

INDICADORES DE TEMÁTICA Y CONTENIDO

<u>11. Temática</u>	<u>1. Concienciación sobre la ley</u>
<u>12. Estrategia del tuit</u>	<u>4. Alianzas con instituciones, partidos, otros líderes</u>
<u>12. Presencia de bulos</u>	<u>2. No</u>
<u>13. Fuente principal de la información</u>	<u>4. Otro político o política</u>
<u>14. Tono</u>	<u>3. Neutro</u>
<u>15. Contenido</u>	<u>2. Opinativo</u>

INDICADORES DE PROPAGANDA

<u>16. Mecanismos de propaganda</u>	<u>1. Selección de la información</u>
--	--

Ficha de medición de tuits de líderes sobre la ley solo sí es sí

INDICADORES DE LOCALIZACIÓN

<u>1. N° de tuit</u>	28
<u>2. Fecha</u>	08/02/2023
<u>3. Texto del tuit</u>	<p>Ponemos en valor la Ley del 'solo Sí es Sí', que establece un paquete de acompañamiento para las víctimas:</p> <p>→ Que busca evitar su sufrimiento a lo largo de los procedimientos.</p> <p>→ Aporta ayudas económicas por si tienen que cambiar sus hábitos de vida.</p> <p>@pilar_llop</p>
<u>4. Enlace al tuit (URL)</u>	https://twitter.com/PSOE/status/1623299854217760768?s=20
<u>5. Líder político o medio feminista</u>	5. @PSOE

INDICADORES DE DIFUSIÓN

<u>5. N° de retuits</u>	137
<u>6. N° de likes</u>	184

<u>7. N° de reproducciones</u>	14 mil
---------------------------------------	--------

INDICADORES DE CONTENIDO MULTIMEDIA

<u>8. Contenido audiovisual</u>	<u>1. Vídeo</u>
<u>9. Hashtags (#)</u>	<u>2. No</u>
<u>10. Menciones</u>	<u>1. Otro u otra político/a</u>

-

INDICADORES DE TEMÁTICA Y CONTENIDO

<u>11. Temática</u>	<u>2. Propaganda sobre la ley</u>
<u>12. Estrategia del tuit</u>	<u>4. Alianzas con instituciones, partidos, otros líderes</u>
<u>12. Presencia de bulos</u>	<u>2. No</u>
<u>13. Fuente principal de la información</u>	<u>3. Medios de comunicación</u>
<u>14. Tono</u>	<u>1. Positivo</u>

<u>15. Contenido</u>	<u>1. Informativo</u>
-----------------------------	------------------------------

INDICADORES DE PROPAGANDA

<u>16. Mecanismos de propaganda</u>	<u>1. Selección de la información</u> <u>2. Apelación a la emoción</u>
--	---

Ficha de medición de tuits de líderes sobre la ley solo sí es sí

INDICADORES DE LOCALIZACIÓN

<u>1. N° de tuit</u>	29
<u>2. Fecha</u>	07/02/2023
<u>3. Texto del tuit</u>	<p>El PSOE tiene claro que la "Ley del solo Sí es Sí" es una buena ley que defiende a las mujeres.</p> <p>En la PPL que presentamos en el día de ayer, no tocamos el consentimiento y queremos corregir un efecto indeseado.</p> <p>@santicl en @Boulevardeitb #ElGobiernoDeLaGente</p>
<u>4. Enlace al tuit (URL)</u>	https://twitter.com/PSOE/status/1622872417059147776?s=20
<u>5. Líder político o medio feminista</u>	<u>5. @PSOE</u>

INDICADORES DE DIFUSIÓN

<u>5. N° de retuits</u>	64
<u>6. N° de likes</u>	81
<u>7. N° de reproducciones</u>	9.862

INDICADORES DE CONTENIDO MULTIMEDIA

<u>8. Contenido audiovisual</u>	<u>1. Vídeo</u>
<u>9. Hashtags (#)</u>	<u>1. Sí</u>
<u>10. Menciones</u>	<u>1. Otro u otra político/a</u> <u>2. Algún medio de comunicación</u>

INDICADORES DE TEMÁTICA Y CONTENIDO

<u>11. Temática</u>	<u>2. Propaganda sobre la ley</u>
<u>12. Estrategia del tuit</u>	<u>1. Personalización del líder</u>
<u>12. Presencia de bulos</u>	<u>2. No</u>
<u>13. Fuente principal de la información</u>	<u>4. Otro político o política</u>

<u>14. Tono</u>	<u>3. Neutro</u>
<u>15. Contenido</u>	<u>2. Opinativo</u>

INDICADORES DE PROPAGANDA

<u>16. Mecanismos de propaganda</u>	<u>1. Selección de la información</u> <u>2. Apelación a la emoción</u>
--	---

Ficha de medición de tuits de líderes sobre la ley solo sí es sí

INDICADORES DE LOCALIZACIÓN

<u>1. N° de tuit</u>	30
<u>2. Fecha</u>	06/02/2023
<u>3. Texto del tuit</u>	<p>La PPL de reforma técnica de la Ley del solo Sí es Sí mantiene el consentimiento en el centro y va en la dirección de endurecer las penas a los agresores. @Pilar_Alegria</p> <p>✚ Info. en nuestra web: https://psoe.es/actualidad/noticias-actualidad/el-psoe-tiene-una-hoja-de-servicios-llena-de-avances-frente-a-quienes-gobiernan-con-aquellos-que-los-recortan/</p>
<u>4. Enlace al tuit (URL)</u>	https://twitter.com/PSOE/status/1622637127610642432?s=20

<u>5. Líder político o medio feminista</u>	<u>5. @PSOE</u>
---	------------------------

INDICADORES DE DIFUSIÓN

<u>5. N° de retuits</u>	72
<u>6. N° de likes</u>	155
<u>7. N° de reproducciones</u>	12,7 mil

INDICADORES DE CONTENIDO MULTIMEDIA

<u>8. Contenido audiovisual</u>	<u>1. Vídeo</u>
<u>9. Hashtags (#)</u>	<u>2. No</u>
<u>10. Menciones</u>	<u>1. Otro u otra político/a</u>

INDICADORES DE TEMÁTICA Y CONTENIDO

<u>11. Temática</u>	<u>1. Concienciación sobre la ley</u>
<u>12. Estrategia del tuit</u>	<u>5. Ninguna</u>

<u>12. Presencia de bulos</u>	<u>2. No</u>
<u>13. Fuente principal de la información</u>	<u>1. Gobierno español.</u>
<u>14. Tono</u>	<u>3. Neutro</u>
<u>15. Contenido</u>	<u>1. Informativo</u>

INDICADORES DE PROPAGANDA

<u>16. Mecanismos de propaganda</u>	<u>1. Selección de la información</u>
--	---------------------------------------

Ficha de medición de tuits de líderes sobre la ley solo sí es sí

INDICADORES DE LOCALIZACIÓN

<u>1. N° de tuit</u>	31
<u>2. Fecha</u>	07/02/2023
<u>3. Texto del tuit</u>	Ayer presentamos la PPL de la “Ley del solo Sí es Sí” y ahora empiezan las negociaciones con los socios del Gobierno. El PP ni ha sido socio ni ha apoyado nada que interese a este país durante estos 4 años. @santicl en @Boulevardeitb

	#ElGobiernoDeLaGente
<u>4. Enlace al tuit (URL)</u>	https://twitter.com/PSOE/status/1622874531617447937?s=20
<u>5. Líder político o medio feminista</u>	5. @PSOE

INDICADORES DE DIFUSIÓN

<u>5. N° de retuits</u>	72
<u>6. N° de likes</u>	97
<u>7. N° de reproducciones</u>	11,3 mil

INDICADORES DE CONTENIDO MULTIMEDIA

<u>8. Contenido audiovisual</u>	1. <u>Vídeo</u>
<u>9. Hashtags (#)</u>	1. <u>Sí</u>
<u>10. Menciones</u>	1. <u>Otro u otra político/a</u> 2. <u>Algún medio de comunicación</u>

INDICADORES DE TEMÁTICA Y CONTENIDO

<u>11. Temática</u>	2. <u>Propaganda sobre la ley</u>
----------------------------	-----------------------------------

<u>12. Estrategia del tuit</u>	<u>2. Espectacularización del líder</u>
<u>12. Presencia de bulos</u>	<u>2. No</u>
<u>13. Fuente principal de la información</u>	<u>4. Otro político o política</u>
<u>14. Tono</u>	<u>2. Negativo</u>
<u>15. Contenido</u>	<u>2. Opinativo</u>

INDICADORES DE PROPAGANDA

<u>16. Mecanismos de propaganda</u>	<u>1. Selección de la información</u> <u>8. Opiniones como hechos</u>
--	--

Ficha de medición de tuits de líderes sobre la ley solo sí es sí

INDICADORES DE LOCALIZACIÓN

<u>1. N° de tuit</u>	32
<u>2. Fecha</u>	30/01/2023
<u>3. Texto del tuit</u>	El PSOE presentará una reforma de la ‘Ley del solo sí es sí’ manteniendo el consentimiento en el centro de la medida y aumentando las penas a agresores sexuales.

	@Pilar_Alegria + Info. en la web: https://psoe.es/actualidad/noticias-actualidad/el-psoe-presentara-una-reforma-de-la-ley-del-solo-si-es-si-manteniendo-el-consentimiento-en-el-centro-de-la-medida-y-aumentando-las-penas-a-agresores-sexuales/
<u>4. Enlace al tuit (URL)</u>	https://twitter.com/PSOE/status/1620138338413080576?s=20
<u>5. Líder político o medio feminista</u>	5. <u>@PSOE</u>

INDICADORES DE DIFUSIÓN

<u>5. N° de retuits</u>	117
<u>6. N° de likes</u>	244
<u>7. N° de reproducciones</u>	15,4 mil

INDICADORES DE CONTENIDO MULTIMEDIA

<u>8. Contenido audiovisual</u>	<u>2. Imagen</u> <u>3. Enlace</u>
<u>9. Hashtags (#)</u>	<u>2. No</u>
<u>10. Menciones</u>	<u>1. Otro u otra político/a</u>

INDICADORES DE TEMÁTICA Y CONTENIDO

<u>11. Temática</u>	<u>2. Propaganda sobre la ley</u>
<u>12. Estrategia del tuit</u>	<u>1. Personalización del líder</u>
<u>12. Presencia de bulos</u>	<u>2. No</u>
<u>13. Fuente principal de la información</u>	<u>1. Gobierno español.</u>
<u>14. Tono</u>	<u>3. Neutro</u>
<u>15. Contenido</u>	<u>2. Opinativo</u>

-

INDICADORES DE PROPAGANDA

<u>16. Mecanismos de propaganda</u>	<u>1. Selección de la información</u>
-------------------------------------	---------------------------------------

Ficha de medición de tuits de líderes sobre la ley solo sí es sí

INDICADORES DE LOCALIZACIÓN

<u>1. N° de tuit</u>	33
----------------------	----

<u>2. Fecha</u>	06/02/2023
<u>3. Texto del tuit</u>	La 'Ley del Solo Sí es Sí' es una buena ley que protege a las mujeres. 👉 La preocupación del Gobierno es dar respuesta a la ciudadanía ante las consecuencias no deseadas de esta ley. @isabelrguez en @EspejoPublico
<u>4. Enlace al tuit (URL)</u>	https://twitter.com/PSOE/status/1622533066265702400?s=20
<u>5. Líder político o medio feminista</u>	5. @PSOE

INDICADORES DE DIFUSIÓN

<u>5. N° de retuits</u>	119
<u>6. N° de likes</u>	156
<u>7. N° de reproducciones</u>	24 mil

INDICADORES DE CONTENIDO MULTIMEDIA

<u>8. Contenido audiovisual</u>	<u>1. Vídeo</u>
<u>9. Hashtags (#)</u>	<u>2. No</u>

<u>10. Menciones</u>	<u>1. Otro u otra político/a</u> <u>2. Algún medio de comunicación</u>
-----------------------------	---

INDICADORES DE TEMÁTICA Y CONTENIDO

<u>11. Temática</u>	<u>1. Concienciación sobre la ley</u>
<u>12. Estrategia del tuit</u>	<u>1. Personalización del líder</u>
<u>12. Presencia de bulos</u>	<u>2. No</u>
<u>13. Fuente principal de la información</u>	<u>3. Medios de comunicación</u> <u>4. Otro político o política</u>
<u>14. Tono</u>	<u>3. Neutro</u>
<u>15. Contenido</u>	<u>2. Opinativo</u>

INDICADORES DE PROPAGANDA

<u>16. Mecanismos de propaganda</u>	<u>1. Selección de la información</u> <u>3. Apelación a la autoridad</u>
--	---

Ficha de medición de tuits de líderes sobre la ley solo sí es sí

INDICADORES DE LOCALIZACIÓN

<u>1. N° de tuit</u>	34
<u>2. Fecha</u>	09/02/2023
<u>3. Texto del tuit</u>	Tenemos que reformar la Ley del “solo Sí es Sí” y en eso deberíamos estar todos de acuerdo sin que ningún elemento nos disuada de corregirlo. Hay que mirar hacia el futuro y seguir trabajando. @mjmonteroc en @LasMananas_rne
<u>4. Enlace al tuit (URL)</u>	https://twitter.com/PSOE/status/1623601242734829568?s=20
<u>5. Líder político o medio feminista</u>	5. @PSOE

INDICADORES DE DIFUSIÓN

<u>5. N° de retuits</u>	109
<u>6. N° de likes</u>	195
<u>7. N° de reproducciones</u>	12mil

INDICADORES DE CONTENIDO MULTIMEDIA

<u>8. Contenido audiovisual</u>	<u>1. Vídeo</u>
<u>9. Hashtags (#)</u>	<u>2. No</u>
<u>10. Menciones</u>	<u>1. Otro u otra político/a</u> <u>2. Algún medio de comunicación</u>

-

INDICADORES DE TEMÁTICA Y CONTENIDO

<u>11. Temática</u>	<u>1. Concienciación sobre la ley</u>
<u>12. Estrategia del tuit</u>	<u>1. Personalización del líder</u>
<u>12. Presencia de bulos</u>	<u>2. No</u>
<u>13. Fuente principal de la información</u>	<u>4. Otro político o política</u>
<u>14. Tono</u>	<u>3. Neutro</u>
<u>15. Contenido</u>	<u>2. Opinativo</u>

-

INDICADORES DE PROPAGANDA

<u>16. Mecanismos de propaganda</u>	<u>2. Apelación a la emoción</u> <u>8. Opiniones como hechos</u>
--	---

Ficha de medición de tuits de líderes sobre la ley solo sí es sí

INDICADORES DE LOCALIZACIÓN

<u>1. N° de tuit</u>	35
<u>2. Fecha</u>	07/02/2023
<u>3. Texto del tuit</u>	<p>La mejor forma de proteger la "Ley del solo Sí es Sí" es hacer ajustes técnicos para evitar efectos no deseados y blindar la protección de las víctimas.</p> <p>No se toca el consentimiento y sigue estando en el centro de la ley. @isabelguez #CMin</p>
<u>4. Enlace al tuit (URL)</u>	https://twitter.com/PSOE/status/1622947544694136833?s=20
<u>5. Líder político o medio feminista</u>	5. @PSOE

INDICADORES DE DIFUSIÓN

<u>5. N° de retuits</u>	83
<u>6. N° de likes</u>	115
<u>7. N° de reproducciones</u>	6.848

INDICADORES DE CONTENIDO MULTIMEDIA

<u>8. Contenido audiovisual</u>	<u>1. Vídeo</u>
<u>9. Hashtags (#)</u>	<u>1. Sí</u>
<u>10. Menciones</u>	<u>1. Otro u otra político/a</u>

INDICADORES DE TEMÁTICA Y CONTENIDO

<u>11. Temática</u>	<u>1. Concienciación sobre la ley</u>
<u>12. Estrategia del tuit</u>	<u>4. Alianzas con instituciones, partidos, otros líderes</u>
<u>12. Presencia de bulos</u>	<u>2. No</u>
<u>13. Fuente principal de la información</u>	<u>5. Expertos</u>
<u>14. Tono</u>	<u>3. Neutro</u>
<u>15. Contenido</u>	<u>1. Informativo</u>

INDICADORES DE PROPAGANDA

<u>16. Mecanismos de propaganda</u>	<u>1. Selección de la información</u> <u>2. Apelación a la emoción</u>
--	---

Ficha de medición de tuits de líderes sobre la ley solo sí es sí

INDICADORES DE LOCALIZACIÓN

<u>1. N° de tuit</u>	36
<u>2. Fecha</u>	31/01/2023
<u>3. Texto del tuit</u>	Hemos visto sentencias dispares desde distintos Tribunales en estos meses de la aplicación de la ‘Ley del sólo sí es sí’. Estamos trabajado a través de una reforma técnica para poder mejorar aquellas cuestiones que han tenido un efecto indeseado. @Pilar_Alegria
<u>4. Enlace al tuit (URL)</u>	https://twitter.com/PSOE/status/1620339502412713984?s=20
<u>5. Líder político o medio feminista</u>	5. @PSOE

INDICADORES DE DIFUSIÓN

<u>5. N° de retuits</u>	76
--------------------------------	----

<u>6. N° de likes</u>	112
<u>7. N° de reproducciones</u>	21,5 mil

INDICADORES DE CONTENIDO MULTIMEDIA

<u>8. Contenido audiovisual</u>	<u>1. Vídeo</u>
<u>9. Hashtags (#)</u>	<u>2. No</u>
<u>10. Menciones</u>	<u>1. Otro u otra político/a</u>

INDICADORES DE TEMÁTICA Y CONTENIDO

<u>11. Temática</u>	<u>1. Concienciación sobre la ley</u>
<u>12. Estrategia del tuit</u>	<u>5. Ninguna</u>
<u>12. Presencia de bulos</u>	<u>2. No</u>
<u>13. Fuente principal de la información</u>	<u>3. Medios de comunicación</u> <u>4. Otro político o política</u>

<u>14. Tono</u>	<u>3. Neutro</u>
<u>15. Contenido</u>	<u>1. Informativo</u>

INDICADORES DE PROPAGANDA

<u>16. Mecanismos de propaganda</u>	<u>1. Selección de la información</u>
--	---------------------------------------

Ficha de medición de tuits de líderes sobre la ley solo sí es sí

INDICADORES DE LOCALIZACIÓN

<u>1. N° de tuit</u>	37
<u>2. Fecha</u>	08/02/2023
<u>3. Texto del tuit</u>	<p>La Ley del 'Solo Sí es Sí' refleja el consentimiento explícito.</p> <p>→ Esto facilita la posición de la víctima a lo largo de los procedimientos judiciales.</p> <p>✓ Esta es la gran novedad de la ley y no se toca en la PPL presentada por el @gpscongreso</p> <p>@pilar_llop en @elprogramadear</p>
<u>4. Enlace al tuit (URL)</u>	https://twitter.com/PSOE/status/1623278133116805124?s=20

<u>5. Líder político o medio feminista</u>	<u>5. @PSOE</u>
---	------------------------

INDICADORES DE DIFUSIÓN

<u>5. N° de retuits</u>	123
<u>6. N° de likes</u>	152
<u>7. N° de reproducciones</u>	11,6 mil

INDICADORES DE CONTENIDO MULTIMEDIA

<u>8. Contenido audiovisual</u>	<u>1. Vídeo</u>
<u>9. Hashtags (#)</u>	<u>2. No</u>
<u>10. Menciones</u>	<u>1. Otro u otra político/a</u> <u>2. Algún medio de comunicación</u>

INDICADORES DE TEMÁTICA Y CONTENIDO

<u>11. Temática</u>	<u>2. Propaganda sobre la ley</u>
----------------------------	--

<u>12. Estrategia del tuit</u>	<u>4. Alianzas con instituciones, partidos, otros líderes</u>
<u>12. Presencia de bulos</u>	<u>2. No</u>
<u>13. Fuente principal de la información</u>	<u>1. Gobierno español</u>
<u>14. Tono</u>	<u>1. Positivo</u>
<u>15. Contenido</u>	<u>1. Informativo</u>

INDICADORES DE PROPAGANDA

<u>16. Mecanismos de propaganda</u>	<u>1. Selección de la información</u>
--	---------------------------------------

Ficha de medición de tuits de líderes sobre la ley solo sí es sí

INDICADORES DE LOCALIZACIÓN

<u>1. N° de tuit</u>	38
<u>2. Fecha</u>	07/02/2023
<u>3. Texto del tuit</u>	La "Ley del solo Sí es Sí" es una gran ley que regula de manera integral, con medidas novedosas que supone un gran avance en nuestra legislación.

	Es una norma pionera y será un espejo para otros países de nuestro entorno. @pilar_llop en @HoyPorHoy #ElGobiernoDeLaGente
<u>4. Enlace al tuit (URL)</u>	https://twitter.com/PSOE/status/1622866381208227840?s=20
<u>5. Líder político o medio feminista</u>	5. @PSOE

INDICADORES DE DIFUSIÓN

<u>5. N° de retuits</u>	142
<u>6. N° de likes</u>	142
<u>7. N° de reproducciones</u>	18,6 mil

INDICADORES DE CONTENIDO MULTIMEDIA

<u>8. Contenido audiovisual</u>	1. <u>Vídeo</u>
<u>9. Hashtags (#)</u>	1. <u>Sí</u>
<u>10. Menciones</u>	1. <u>Otro u otra político/a</u> 2. <u>Algún medio de comunicación</u>

INDICADORES DE TEMÁTICA Y CONTENIDO

<u>11. Temática</u>	<u>2. Propaganda sobre la ley</u>
<u>12. Estrategia del tuit</u>	<u>2. Espectacularización del líder</u>
<u>12. Presencia de bulos</u>	<u>2. No</u>
<u>13. Fuente principal de la información</u>	<u>1. Gobierno español.</u> <u>5. Expertos</u>
<u>14. Tono</u>	<u>1. Positivo</u>
<u>15. Contenido</u>	<u>2. Opinativo</u>

-

INDICADORES DE PROPAGANDA

<u>16. Mecanismos de propaganda</u>	<u>1. Selección de la información</u> <u>8. Opiniones como hechos</u>
-------------------------------------	--

Ficha de medición de tuits de líderes sobre la ley solo sí es sí

INDICADORES DE LOCALIZACIÓN

<u>1. N° de tuit</u>	39
----------------------	----

<u>2. Fecha</u>	06/02/2023
<u>3. Texto del tuit</u>	<p>Esta mañana el @gpscongreso va a registrar su Proposición de Ley para modificar la 'Ley del Solo Sí es Sí'.</p> <p>Damos así respuesta a los aspectos que están generando alarma social, actuando concretamente sobre lo que está fallando.</p> <p>@isabelrguez</p>
<u>4. Enlace al tuit (URL)</u>	https://twitter.com/PSOE/status/1622532369231003653?s=20
<u>5. Líder político o medio feminista</u>	5. @PSOE

INDICADORES DE DIFUSIÓN

<u>5. N° de retuits</u>	84
<u>6. N° de likes</u>	138
<u>7. N° de reproducciones</u>	18,8 mil

INDICADORES DE CONTENIDO MULTIMEDIA

<u>8. Contenido audiovisual</u>	1. <u>Vídeo</u>
<u>9. Hashtags (#)</u>	2. <u>No</u>

<u>10. Menciones</u>	<u>1. Otro u otra político/a</u> <u>4. Alguna institución pública</u>
-----------------------------	--

INDICADORES DE TEMÁTICA Y CONTENIDO

<u>11. Temática</u>	<u>1. Concienciación sobre la ley</u>
<u>12. Estrategia del tuit</u>	<u>5. Ninguna</u>
<u>12. Presencia de bulos</u>	<u>2. No</u>
<u>13. Fuente principal de la información</u>	<u>1. Gobierno español.</u>
<u>14. Tono</u>	<u>3. Neutro</u>
<u>15. Contenido</u>	<u>1. Informativo</u>

INDICADORES DE PROPAGANDA

<u>16. Mecanismos de propaganda</u>	<u>1. Selección de la información</u>
--	---------------------------------------

Ficha de medición de tuits de líderes sobre la ley solo sí es sí

INDICADORES DE LOCALIZACIÓN

<u>1. N° de tuit</u>	40
<u>2. Fecha</u>	28/02/2023
<u>3. Texto del tuit</u>	♥ La Ley del Solo Sí es Sí es una ley buena que permite tener una visión integral de la protección de las mujeres. Hace unas semanas, como anunciamos, presentamos una propuesta de reforma para corregir sus consecuencias no deseadas. @mjmonteroc en @CanalSurRadio
<u>4. Enlace al tuit (URL)</u>	https://twitter.com/PSOE/status/1630495776961974276?s=20
<u>5. Líder político o medio feminista</u>	5. @PSOE

INDICADORES DE DIFUSIÓN

<u>5. N° de retuits</u>	116
<u>6. N° de likes</u>	150
<u>7. N° de reproducciones</u>	19,4 mil

INDICADORES DE CONTENIDO MULTIMEDIA

<u>8. Contenido audiovisual</u>	<u>1. Vídeo</u>
<u>9. Hashtags (#)</u>	<u>2. No</u>
<u>10. Menciones</u>	<u>1. Otro u otra político/a</u> <u>2. Algún medio de comunicación</u>

INDICADORES DE TEMÁTICA Y CONTENIDO

<u>11. Temática</u>	<u>2. Propaganda sobre la ley</u>
<u>12. Estrategia del tuit</u>	<u>1. Personalización del líder</u>
<u>12. Presencia de bulos</u>	<u>2. No</u>
<u>13. Fuente principal de la información</u>	<u>4. Otro político o política</u>
<u>14. Tono</u>	<u>1. Positivo</u>
<u>15. Contenido</u>	<u>2. Opinativo</u>

INDICADORES DE PROPAGANDA

<u>16. Mecanismos de propaganda</u>	<u>1. Selección de la información</u> <u>2. Apelación a la emoción</u> <u>8. Opiniones como hechos</u>
--	--

Ficha de medición de tuits de líderes sobre la ley solo sí es sí

INDICADORES DE LOCALIZACIÓN

<u>1. N° de tuit</u>	41
<u>2. Fecha</u>	31/01/2023
<u>3. Texto del tuit</u>	<p>El Gobierno ha estado muy pendiente de cómo se ha ido aplicando la Ley del sólo sí es sí.</p> <p>La mejor forma de defenderla es llevar a cabo los ajustes técnicos necesarios. @isabelrguez #CMin</p>
<u>4. Enlace al tuit (URL)</u>	https://twitter.com/PSOE/status/1620407800835743747?s=20
<u>5. Líder político o medio feminista</u>	5. @PSOE

INDICADORES DE DIFUSIÓN

<u>5. N° de retuits</u>	69
<u>6. N° de likes</u>	105
<u>7. N° de reproducciones</u>	5.481

INDICADORES DE CONTENIDO MULTIMEDIA

<u>8. Contenido audiovisual</u>	<u>1. Vídeo</u>
<u>9. Hashtags (#)</u>	<u>1. Sí</u>
<u>10. Menciones</u>	<u>1. Otro u otra político/a</u>

-

INDICADORES DE TEMÁTICA Y CONTENIDO

<u>11. Temática</u>	<u>1. Concienciación sobre la ley</u>
<u>12. Estrategia del tuit</u>	<u>1. Personalización del líder</u>
<u>12. Presencia de bulos</u>	<u>2. No</u>
<u>13. Fuente principal de la información</u>	<u>1. Gobierno español.</u>
<u>14. Tono</u>	<u>3. Neutro</u>
<u>15. Contenido</u>	<u>2. Opinativo</u>

INDICADORES DE PROPAGANDA

<u>16. Mecanismos de propaganda</u>	<u>1. Selección de la información</u> <u>3. Apelación a la autoridad</u>
--	---

TRIBUNA FEMINISTA: @TFeminista_

Ficha de medición de tuits de líderes sobre la ley solo sí es sí

INDICADORES DE LOCALIZACIÓN

<u>1. N° de tuit</u>	42
<u>2. Fecha</u>	14/02/2023
<u>3. Texto del tuit</u>	@amparo_manes Contrarreforma de la Ley del «solo sí es sí» https://tribunafeminista.org/2023/02/contrarreforma-de-la-ley-del-solo-si-es-si/ a través de @TFeminista_
<u>4. Enlace al tuit (URL)</u>	https://twitter.com/TFeminista_/status/1625527713690750976?s=20
<u>5. Líder político o medio feminista</u>	<u>6. @TFeminista_</u>

INDICADORES DE DIFUSIÓN

<u>5. N° de retuits</u>	9
--------------------------------	---

<u>6. N° de likes</u>	14
<u>7. N° de reproducciones</u>	288

INDICADORES DE CONTENIDO MULTIMEDIA

<u>8. Contenido audiovisual</u>	<u>3. Enlace</u>
<u>9. Hashtags (#)</u>	<u>2. No</u>
<u>10. Menciones</u>	<u>1. Otro u otra político/a</u>

INDICADORES DE TEMÁTICA Y CONTENIDO

<u>11. Temática</u>	<u>1. Concienciación sobre la ley</u>
<u>12. Estrategia del tuit</u>	<u>4. Alianzas con instituciones, partidos, otros líderes</u>
<u>12. Presencia de bulos</u>	<u>2. No</u>
<u>13. Fuente principal de la información</u>	<u>5. Expertos</u>

<u>14. Tono</u>	<u>3. Neutro</u>
<u>15. Contenido</u>	<u>1. Informativo</u>

INDICADORES DE PROPAGANDA

<u>16. Mecanismos de propaganda</u>	<u>9. Ninguno</u>
--	-------------------

Ficha de medición de tuits de líderes sobre la ley solo sí es sí

INDICADORES DE LOCALIZACIÓN

<u>1. N° de tuit</u>	43
<u>2. Fecha</u>	26/02/2023
<u>3. Texto del tuit</u>	@altamiragonzalo "A propósito de la ley del “solo si es si” y sus efectos “indeseados”. Es pertinente la reforma” https://tribunafeminista.org/2023/02/a-proposito-de-la-ley-del-solo-si-es-si-y-sus-efectos-indeseados-es-pertinente-la-reforma/ a través de @TFeminista_
<u>4. Enlace al tuit (URL)</u>	https://twitter.com/TFeminista_/status/1629866167706820615?s=20
<u>5. Líder político o</u>	<u>6. @TFeminista_</u>

<u>medio</u> <u>feminista</u>	
----------------------------------	--

INDICADORES DE DIFUSIÓN

<u>5. N° de retuits</u>	3
<u>6. N° de likes</u>	5
<u>7. N° de reproducciones</u>	158

INDICADORES DE CONTENIDO MULTIMEDIA

<u>8. Contenido audiovisual</u>	<u>3. Enlace</u>
<u>9. Hashtags (#)</u>	<u>2. No</u>
<u>10. Menciones</u>	<u>1. Otro u otra político/a</u>

INDICADORES DE TEMÁTICA Y CONTENIDO

<u>11. Temática</u>	<u>1. Concienciación sobre la ley</u>
---------------------	---------------------------------------

<u>12. Estrategia del tuit</u>	<u>5. Ninguna</u>
<u>12. Presencia de bulos</u>	<u>2. No</u>
<u>13. Fuente principal de la información</u>	<u>5. Expertos</u>
<u>14. Tono</u>	<u>3. Neutro</u>
<u>15. Contenido</u>	<u>1. Informativo</u>

INDICADORES DE PROPAGANDA

<u>16. Mecanismos de propaganda</u>	<u>9. Ninguno</u>
--	-------------------

MALDITA.ES: @maldita

Ficha de medición de tuits de líderes sobre la ley solo sí es sí

INDICADORES DE LOCALIZACIÓN

<u>1. N° de tuit</u>	44
<u>2. Fecha</u>	01/02/2023

<u>3. Texto del tuit</u>	El principio de no retroactividad y una posible reforma de la ley del ‘solo sí es sí’: solo tendría efecto sobre delitos cometidos a partir de su entrada en vigor
<u>4. Enlace al tuit (URL)</u>	https://twitter.com/maldita/status/1620792797879242752?s=20
<u>5. Líder político o medio feminista</u>	7. @maldita

INDICADORES DE DIFUSIÓN

<u>5. N° de retuits</u>	1
<u>6. N° de likes</u>	4
<u>7. N° de reproducciones</u>	8.953

INDICADORES DE CONTENIDO MULTIMEDIA

<u>8. Contenido audiovisual</u>	<u>3. Enlace</u>
<u>9. Hashtags (#)</u>	<u>2. No</u>
<u>10. Menciones</u>	<u>5. Ninguno</u>

INDICADORES DE TEMÁTICA Y CONTENIDO

<u>11. Temática</u>	<u>1. Concienciación sobre la ley</u>
<u>12. Estrategia del tuit</u>	<u>5. Ninguna</u>
<u>12. Presencia de bulos</u>	<u>2. No</u>
<u>13. Fuente principal de la información</u>	<u>3. Medios de comunicación</u>
<u>14. Tono</u>	<u>3. Neutro</u>
<u>15. Contenido</u>	<u>1. Informativo</u>

INDICADORES DE PROPAGANDA

<u>16. Mecanismos de propaganda</u>	<u>9. Ninguno</u>
--	-------------------