



Metodologia

L'obtenció de la mostra s'ha realitzat amb **dos softwares específics** per treballar amb xarxes socials. Per **Twitter** s'ha utilitzat **Node XL Pro**, a través del qual s'han cercat piulades publicades que continguin els següents **hashtags o keywords**: #Feminismo OR Feminismo OR #ViolenciaMachista OR Violencia Machista OR #ViolenciadeGenero OR Violencia de genero Or #Feminazis OR Feminazis OR #NotAllMen Or Not all men OR #YoNoTeCreo OR “Mujer AND Fregar” OR Provocadora OR Zorra OR #Zorra OR #Patriarcado OR Patriarcado OR Guarra OR “Mujer AND Deporte” OR 8M OR #8M.

Com que la cerca de resultats s'estén a **tot l'àmbit iberoamericà**, no s'ha filtrat per geolocalització, sinó per **idioma** i per **data de publicació**. En aquest sentit, s'han cercat piulades recents, publicades entre els anys **2020-2022**.

Pel que fa a l'obtenció dels posts d'**Instagram** i **Facebook** s'ha fet servir el **programa especialitzat CrowdTangle** i s'han utilitzat els mateixos paràmetres de filtre que amb el Node XL Pro. Entre les **tres plataformes** s'ha obtingut **més de 500.000 registres**.

En tots tres casos, **les dades** s'han descarregat en **format (.xlsx)** per poder treballar-les amb el programa ofimàtic **Excel**.

Per l'**anàlisi dels mitjans**, se cercaran amb aquests **mateixos indicadors** les publicacions dels mitjans més seguits segons el **Marco General de los Medios en España (AIMC, 2022)**. Pels **perfils institucionals** s'analitzaran aquelles **administracions** que tinguin entre les seves competències directes **el combat del masclisme i la lluita per la igualtat de gènere**.

La metodologia és **mixta** (quantitativa i qualitativa) amb **profunditat analítica, interpretativa i descriptiva**. Es fonamenta en un **disseny d'investigació propi (Suau-Gomila, 2020)** que s'ha usat amb èxit en l'**anàlisi de la comunicació política i la comunicació de crisi i emergències a les xarxes socials**. Així, per l'**estudi dels mitjans** es farà també una **anàlisi deontològica** de les publicacions a partir d'**Alsius (1999) i Pont-Sorribes (2008)**.

Les **tècniques de recerca** que es faran servir consisteixen en el **Social Network Analysis**, l'**anàlisi del contingut**, les **entrevistes en profunditat semiestructurades** i els **focus group**.

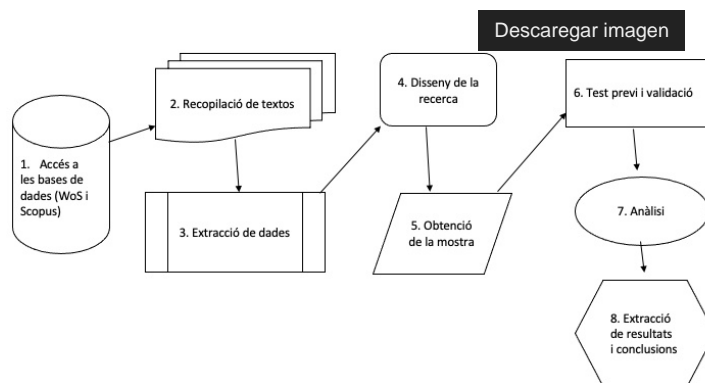


Diagrama de flux de la recerca. Font: elaboració pròpia a partir de Suau-Gomila (2020).



Fonts citades

Asociación de Investigación de Medios de Comunicación (2022). Marco General de los Medios en España 22. Consultat a: <https://www.aimc.es/a1mc-c0nt3nt/uploads/2022/01/marco2022.pdf>

Alsius, S. (1999). *Codis ètics del periodisme televisiu*. Barcelona: Pòrtic.

Pont-Sorribes, C. (2008). *Protocols, actors i comunicació institucional en episodis d'emergència. Estudi de la gestió informativa de l'esfondrament d'un túnel del metro al Carmel de Barcelona*. Tesi doctoral. Universitat Pompeu Fabra, Barcelona. Consultat a: <https://tdx.cat/handle/10803/7525?locale-attribute=en#page=1>

Suau-Gomila, G.(2020). *Microblogging electoral: usos y funciones en Twitter de la política emergente española en las campañas electorales del 20 de diciembre de 2015 y del 26 de junio de 2016*. Tesi doctoral: Universitat Pompeu Fabra. Consultat a: <https://www.tdx.cat/handle/10803/670013#page=1>