

Caracterización del #MeToo en España. Una aproximación a través del análisis de la prensa y su impacto en la ciudadanía

Tania Brandariz Portela¹ y Roxana Popelka Sosa Sánchez²

Recibido: Septiembre 2021 / Revisado: Marzo 2022 / Aceptado: Marzo 2022

Resumen. La presente investigación consiste en un análisis de la caracterización del movimiento #MeToo en España a través de la cobertura de los casos de violencia sexual en las versiones digitales de *El País* y *ABC*. La ventana temporal escogida para el estudio es el período entre el 15 de octubre de 2017 y el 8 de marzo de 2018. La metodología de la investigación es un análisis de contenido cualitativo. Para eso, empleamos como categorías la evolución cronológica del #MeToo; los países sobre los que se proporciona cobertura mediática; los actores; las secciones; el tono y el tipo de violencia sexual que caracteriza las informaciones del movimiento. Además, realizamos un estudio cuantitativo a través de la herramienta Google Trends, que nos permite establecer el impacto del concepto #MeToo en la web. Entre los principales resultados destacamos que la mayor parte de las noticias de *ABC* y *El País* del #MeToo son sobre Estados Unidos y, concretamente, celebridades de Hollywood. Las secciones en que se incluyen las informaciones son 'Gente', 'Tribuna' y 'Cine'. Asimismo, el relato mediático sobre el #MeToo se centra en el abuso y el acoso sexual. También se constatan coincidencias entre la cobertura de casos del #MeToo y su impacto en la web. Los medios de comunicación no han conceptualizado la violencia sexual en su amplitud. Apenas se han creado historias sobre víctimas anónimas. Esta cobertura restringida a las celebridades dificulta la descripción de la violencia desde la perspectiva interseccional y acentúa el fenómeno de la cifra negra.

Palabras clave: #YoTambién, violencia sexual, periodismo, Hollywood, cuarta ola, feminismo.

[en] Characterisation of #MeToo in Spain. An approach through the analysis of the press and its impact on citizens

Abstract. This research consists of an analysis of the characterization of the #MeToo movement in Spain through the coverage of cases of sexual violence in the digital versions of *El País* and *ABC*. The chosen time window for the study is the period from October 15, 2017 to March 8, 2018. The research methodology we use is qualitative content analysis. For this, we use the chronological evolution of #MeToo as categories; the countries to which coverage is provided; actors; the sections; the tone and type of sexual violence that characterizes the news of the movement. Besides, we carried out a quantitative study through the Google Trends tool, which allows us to establish the impact of the #MeToo concept on the web. Among the main results, we highlight that most of the news on *ABC* and *El País* of #MeToo is about the United States and, specifically, Hollywood celebrities. The sections in which the information is included are 'People', 'Tribune' and 'Cinema'. Also, the media story about #MeToo focuses on sexual abuse and harassment. There are also coincidences between the coverage of #MeToo cases and their impact on the web. The media has not conceptualized sexual violence in its breadth. Hardly any stories about anonymous victims have been created. This coverage restricted to celebrities makes it difficult to describe violence from an intersectional perspective and accentuates the phenomenon of the black figure.

Keywords: #MeToo, sexual violence, journalism, Hollywood, fourth-wave, feminism.

Sumario: 1. Introducción. 2. Marco teórico y estado de la cuestión. 2.1. Datos de la violencia sexual en España. 2.2. Marco de la violencia sexual contra las mujeres. 2.3. Postfeminismo y neoliberalismo. 2.4. El #MeToo en Hollywood y su llegada a España. 3. Preguntas de investigación y metodología. 4. Resultados. 4.1. Análisis mediático. A. *Evolución cronológica octubre 2017 – marzo 2018*. B. *Los países que priman en la cobertura del #MeToo*. C. *Actores de la información*. D. *Sección*. E. *Tono*. F. *Tipo de violencia*. 4.2. Análisis con Google Trends. 5. Discusión y conclusiones. Financiación. Referencias bibliográficas.

Cómo citar: Portela, T. B.; Sosa Sánchez, R. P. (2022). Caracterización del #MeToo en España. Una aproximación a través del análisis de la prensa y su impacto en la ciudadanía, en *Revista de Investigaciones Feministas*, 13(1), pp. 375-388.

¹ Universidad Antonio de Nebrija, España.

tbrandariz@nebrija.es

ORCID: 0000-0002-0578-3986

² Universidad Complutense de Madrid, España.

rpsosa@ccinf.ucm.es

ORCID: 0000-0001-5922-826X

1. Introducción

El movimiento #MeToo inaugura, desde la industria cinematográfica hollywoodense, una movilización de carácter global, iniciada en las redes sociales, contra el acoso sexual. La denuncia de la violencia sexual es central porque se ubica en el corazón de la cuarta ola del movimiento feminista (Cobo, 2019). El punto de partida del #MeToo se encuentra en el año 2006, cuando la activista negra Tarana Burke denuncia en la red social *Myspace* múltiples casos de violencia sexual sufridos en comunidades donde desempeñaba su trabajo. El origen de este movimiento transnacional está estrechamente ligado al ciberfeminismo (Reverter, 2013; Núñez, Vázquez y Fernández, 2016). No obstante, la conceptualización de la teoría feminista de la violencia sexual contra las mujeres se remonta a los años 60 del siglo pasado (De Miguel, 2015).

La movilización feminista de la cuarta ola se halla inmersa en un contexto digital que favorece el movimiento global. Las redes sociales se han constituido como un espacio de lucha feminista (Sánchez y Fernández, 2017) y son determinantes en la articulación de los relatos de denuncia y consecuente solidaridad de la ciudadanía con las supervivientes de violencia sexual. El activismo feminista en redes sociales recibe el nombre de *hashtag feminism*, donde las mujeres comparten sus experiencias (Dixon, 2014). Los *hashtags* han favorecido la construcción de relatos organizados en los que se señala la desigualdad estructural de las mujeres, creando una “corriente de historias que han unido las experiencias” (Mendes, Keller & Ringrose, 2019: 1301-1302).

En la era de la convergencia tecnológica, Internet en general, y los medios sociales en particular, proporcionan a las mujeres la opción de participar como contrapúblicos (Fraser, 1990). Los contrapúblicos subalternos surgen como respuesta a las exclusiones de un grupo dentro de los públicos dominantes. Son “arenas discursivas paralelas donde los miembros de grupos sociales subordinados inventan y circulan contradiscursos, lo que a su vez les permite formular interpretaciones oposicionales de sus identidades, intereses y necesidades que ayudan a expandir el espacio” (Fraser, 1990: 67).

En nuestro país, el activismo online ha tenido un evidente impacto en el mundo offline, con movilizaciones masivas, reacciones políticas e incluso propuestas de modificación del Código Penal. El caso de ‘La Manada’, en España, representa la respuesta social a la violación de una joven en los San Fermín, articulada en Internet en torno al *hashtag* #YoSíTeCreo (Núñez y Fernández, 2019). Además, las redes sociales permiten la difusión de temáticas que no tienen cobertura mediática, convirtiéndose “en burbujas de información para algunos sectores de la audiencia, que se desconectan de la actualidad mediática por el feed de sus redes sociales” (Bernárdez, López y Padilla, 2021: 239).

No obstante, los medios de comunicación continúan teniendo una labor de socialización central (Castells, 2009) por su capacidad para fijar la agenda (McCombs, 2006). De esta forma, pueden favorecer las demandas del movimiento feminista si adquieren una posición de responsabilidad (Møller & Askanius, 2019). Partimos de investigaciones previas que constatan que, en la cobertura del #MeToo, los medios de comunicación han sido proclives a enmarcar la violencia sexual como un problema ocasional, no social y político (Hansson *et al.*, 2020). Hay autores que apuntan una tendencia a poner el foco en las celebridades y las industrias culturales (De Benedictis, Orgad y Rottenberg, 2019). Se pierde así la oportunidad de caracterizar la violencia sexual atendiendo a todas las víctimas, independientemente de situación económica, estatus o color de piel. La violencia sexual es violencia contra las mujeres.

El objetivo de esta investigación es analizar la forma en que se ha cubierto el #MeToo en nuestro país a través de la cobertura de los casos de acoso sexual en las versiones digitales de *El País* y *ABC*. Se trata de dos medios de comunicación generalistas españoles que representan la diversidad del espectro ideológico. Además, *El País* es el medio líder español, mientras que *ABC* es el segundo periódico digital más leído en España (Figuerio, 2021). Asimismo, en un primer momento, nos acercamos a las diferentes perspectivas del tratamiento mediático del movimiento #MeToo a través de un análisis de contenido cualitativo de los medios de comunicación elegidos.

En esta investigación, tomamos como ventana de análisis el período que abarca desde octubre de 2017 hasta marzo de 2018. La intención es conocer si la cobertura ha estado relacionada, en la línea de investigaciones previas, con la industria cultural, o si en España las historias relacionadas con la violencia sexual han estado protagonizadas por personalidades anónimas. Para ahondar en el análisis de contenido, reparamos en la sección en que se encuentran inmersas las noticias, con la intención de reflejar la posición editorial con respecto al #MeToo: la ruptura del silencio en torno a la violencia sexual.

Por otra parte, prestamos atención al tono en que se presentan las noticias (De Benedictis, Orgad & Rottenberg, 2019), así como al tipo de violencia que predomina en las informaciones y los países en que, desde la cobertura prensa, surgen historias del #MeToo. Prestamos atención a esta última cuestión para concluir si al hablar de #MeToo se repara en Estados Unidos, en particular, y países occidentales, en general, o si por lo contrario se da cobertura a sociedades que no son formalmente igualitarias, es decir, patriarcales duros (Puleo, 2005).

2. Marco teórico y estado de la cuestión

2.1. Datos de la violencia sexual en España

La Organización Mundial de la Salud (OMS) define violencia sexual como “la tentativa de consumir un acto sexual, los comentarios o insinuaciones sexuales no deseados, o las acciones para comercializar o utilizar de cualquier otro modo la sexualidad de una persona mediante coacción por otra persona, independientemente de la relación de esta con la víctima, en cualquier ámbito, incluidos el hogar y el lugar de trabajo” (Organización Panamericana de la Salud y Organización Mundial de la Salud, 2013). En España, en 2018, hubo más de 8.000 detenidos e investigados por delitos contra la libertad sexual, casi 2.000 más que en el 2017. En 2019 siguen aumentando los casos, hasta 9.335 (Ministerio del Interior, 2019).

En España, se denuncian más de 1.000 agresiones y abusos sexuales cada mes (Martín, 2020). Según datos del Ministerio del Interior (2019) los delitos contra la libertad sexual más frecuentes son abuso sexual (53,5%) y agresión sexual (25,6%). A estos dos delitos les sigue, por número de casos registrados, la pornografía de menores (5,7%), el exhibicionismo (4,5%) y el que nos ocupa: el acoso sexual (3,5%). Los delitos que no se corresponden con abuso sexual o agresión sexual constituyen el 22% del total (Ministerio del Interior, 2019). De acuerdo con los datos recogidos del año 2018, se registraron 6.066 denuncias por abuso sexual, 1.044 por abuso sexual con penetración, 1.917 por agresión sexual y 1.700 por agresión sexual con penetración (*EpData*, 2021).

En este estudio nos centramos en una manifestación específica de la violencia sexual contra las mujeres: el acoso sexual. Este hecho se justifica porque, por lo general, la denuncia del #MeToo nace de casos de acoso y abuso sexual de celebridades de Hollywood. Nos adherimos a la definición de acoso sexual recogida en la Ley Orgánica 3/2007, del 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres. En el artículo 7 se establece que “constituye acoso sexual cualquier comportamiento, verbal o físico, de naturaleza sexual que tenga el propósito o produzca el efecto de atentar contra la dignidad de una persona, en particular cuando se crea un entorno intimidatorio, degradante u ofensivo” (BOE, 2007).

La violencia sexual es consecuencia del sistema patriarcal, que produce la subordinación de las mujeres. Según datos del Ministerio del Interior del 2018, el número de víctimas de delitos contra la libertad sexual son, por sexos, 13.381 mujeres frente a 2.306 varones en un solo año (Ministerio del Interior, 2019). Por lo tanto, nos hallamos ante un fenómeno que afecta a todas las mujeres por el hecho de serlo, y que por lo tanto reviste un carácter estructural en nuestra sociedad.

No obstante, es preciso apuntar que la violencia sexual contra las mujeres está atravesada por el fenómeno de la cifra negra, es decir, todos aquellos casos que no se llegan a denunciar. Hasta el #MeToo, las mujeres víctimas de acoso, abusos y agresiones tenían más dificultades para denunciar por miedo a la victimización secundaria. Esta se define como la doble agresión a una víctima: por parte del agresor y posteriormente las instituciones y la sociedad, al cuestionar su relato. En ocasiones, las supervivientes no presentan denuncia por miedo a que no las crean o a que los Tribunales las culpen por el delito que han cometido sobre ellas (Doherty y Anderson, 1998).

En un nivel ideológico, nos hallamos, como sostiene la autora Celia Amorós (2005), ante la exigencia de “conceptualizar para politizar”. Solo con la conceptualización de un problema social se legitima la contestación social. Como sostiene la filósofa, pasar de la anécdota a la categoría es central para señalar la injusticia. No se trata de casos aislados, sino de un fenómeno. La subordinación sexual de las mujeres es desigualdad estructural: es un problema social y político.

2.2. Marco de la violencia sexual contra las mujeres

Aunque la señalización del movimiento feminista de la violencia contra las mujeres como injusticia de género se realiza en la tercera ola, en los años 60 y 70, las redes sociales aceleran un cambio cultural sin precedentes en la percepción de los delitos contra la libertad sexual. Los filósofos de la Ilustración habían apuntado la distancia entre el espacio público, reservado al ejercicio de la razón y los varones; y el espacio privado, ligado a la emoción y a los cuidados y, por lo tanto, el espacio de las mujeres. De esta forma, al hablar de violencia patriarcal, el movimiento feminista debe apuntar los límites entre el espacio público y el privado (Fraser, 2007).

En los años 70, la corriente del feminismo radical señala que los problemas personales de las mujeres, como la violencia, no son cuestiones individuales, sino sociales y políticas. Se realiza un análisis estructural de la situación de la mujer, superando la estricta lucha por la igualdad formal en el espacio público. Surge entonces en esta década el lema de ‘lo personal es político’. Se trata de un eslogan del movimiento feminista apuntado por la autora Carol Hanisch (1970, 2016) en *Notas del segundo año: “Liberación de la mujer”*.

Esta consigna empleada de manera generalizada en el movimiento implica la señalización de una estructura que ha dividido la realidad entre el espacio público y privado. Asimismo, ha reproducido la desigualdad de género sobre esa misma distancia antagónica. Los problemas considerados como privados que sufren las mu-

eres ya no son una anécdota, sino que pasan a ser una categoría: la violencia sexual y, en general, la violencia contra las mujeres, está atravesada por las relaciones de poder producidas por el patriarcado. Los estudios de las feministas radicales suponen, en la conceptualización de la violencia de género, el paso “de la interpretación patriarcal a la feminista” (De Miguel, 2005: 240).

En los años 80, se empieza a articular un movimiento feminista con una agenda en la que “el riesgo o la amenaza de violación se articulaba como concepto político” (Barjola, 2018: 69). Son los orígenes de la denuncia del movimiento feminista en España de la violencia sexual. No obstante, desde finales de los años 90, la lucha encarnada del movimiento feminista por la aprobación de una Ley Integral contra la Violencia de Género focaliza el debate de la violencia contra las mujeres, exclusivamente, en el entorno íntimo.

En España, entra en vigor la Ley Orgánica 10/1995, del 23 de noviembre. El objetivo es mover el bien jurídico protegido entre los artículos 178 al 194 del Código Penal: se abandona la antigua terminología de los delitos contra la honestidad y se pasa a hablar de libertad sexual (Goenaga, 1997) dejando a un lado el perdón de la ofendida. Este consistía en la capacidad de una mujer violada de perdonar al agresor antes del juicio, y que este pudiese quedar exento de cargo alguno.

Asimismo, la violencia sexual se va diluyendo como demanda, como categoría política y lucha específica. Finalmente, el 28 de diciembre de 2004 —hito histórico dentro de la historia del movimiento feminista español— el Congreso español aprueba, por unanimidad, la Ley Orgánica 1/2004 de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género, que supone enterrar de la agenda pública, mediática, social y feminista la lucha contra la violencia sexual.

Las disposiciones establecidas en la Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género, incluyen medidas de sensibilización, prevención y detección, así como educativas, sociales, asistenciales, sanitarias y penales siendo exclusivamente para esas situaciones. En España, el registro de la violencia de género “ha ido acompañado de controversias acerca de cuál es la manera más acertada de efectuarla. Los intereses mueven a los actores sociales en una pugna de poder cuyo resultado determina que se vaya escogiendo una forma u otra de contar más allá de los episodios reales de violencia” (Osborne, 2008: 102).

Desde entonces, la violencia sexual se ha ceñido tímidamente a acciones y medidas concretas que se han implementado desde las asociaciones de mujeres feministas, o de derechos humanos de atención a víctimas de violencia sexual, cada vez más precarizadas por la escasa financiación. Además, se focalizan los presupuestos en la atención e intervención en la violencia machista en el entorno íntimo. Consecuencia, asimismo, de la crisis económico-financiera mundial del año 2008 que, de forma determinante, golpea a España hasta el presente (Tardón, 2017).

2.3. Postfeminismo y neoliberalismo

Para el desarrollo de esta investigación, se hace necesario plantear el contexto en que surge el #MeToo: el postfeminismo. Gill (2016) define el postfeminismo como sensibilidad del neoliberalismo; entiende que supone una nueva luminosidad en la cultura. De esta forma, se impone la creencia de que se ha logrado la igualdad. Es así como el proyecto político feminista se vacía de contenido, dificultándose la comprensión de la historia, la agenda y los debates feministas.

Budgeon (2001) describe el postfeminismo como antifeminista. Según concluye, alienta a las mujeres jóvenes a perseguir sus libertades individuales a expensas de una identidad femenina colectiva: “las mujeres, para lograr sus objetivos, se construyen como sujetos individuales y no enfocan las cuestiones como problemas políticos” (Budgeon, 2001: 13).

La estrecha relación entre feminismo popular y neoliberalismo se apoya en los ideales de empoderamiento basado en el emprendimiento individual, en detrimento de la articulación política necesaria para la transformación colectiva. Las mujeres construyen su identidad sobre la autovigilancia y la objetivación sexual en base al mito de la elección en libertad y el deseo individual (Gill, 2016).

La cuarta ola feminista convive con una reacción aupada por los partidos de la derecha radical (Aladro y Requeijo, 2020) de países como Estados Unidos, Brasil, Polonia o España. El discurso del patriarcado neoliberal no se argumenta, se articula como la normalidad: una desigualdad naturalizada bajo la ficción de la igualdad propia de los patriarcados de consentimiento: en sociedades formalmente igualitarias (Puleo, 2005). Sucede que la falta privilegiada de esclavitud, siguiendo a Firestone (1976) no es lo mismo que libertad, porque “la capacidad de autodeterminación es la base de la libertad y la dependencia la raíz de la desigualdad” (Firestone, 1976: 122).

El movimiento feminista debe disputar la realidad, es decir, la idea de normalidad y sentido común. Los discursos determinan las conquistas culturales: cómo se asegura la hegemonía cultural y, consecuentemente, las perspectivas de cambio social (Fraser, 2015). En este contexto, las redes sociales se convierten en una herramienta determinante para el movimiento feminista, donde surgen movimientos transnacionales como el #MeToo. Este no sólo supone la ruptura del silencio, sino también un cambio de marco en la interpretación de la violencia contra las mujeres, concretamente la que nos ocupa: la violencia sexual.

2.4. El #MeToo en Hollywood y su llegada a España

En octubre de 2017 la actriz Alyssa Milano anima en la red social Twitter a difundir la frase “Yo también” (“Me Too” en inglés). Pocas horas después, el *hashtag* #MeToo se viraliza. Paralelamente, el diario estadounidense *The New York Times* publica un reportaje relatando casos de acoso sexual del productor cinematográfico Harvey Weinstein a actrices y modelos.

Sin embargo, al #MeToo la precede un intenso activismo antiviolación en redes sociales, que señala la objetivación sexual y la cosificación de las mujeres, materializado en *hashtags* como #SafetyTipsForLadies y #StopStreetHarassment. Además, previamente habían surgido otras iniciativas contra la violencia sexual. Por ejemplo, en el año 2011 se produce la Marcha de las Putas. Y desde el 2014 somos partícipes de *hashtags* como #YesAllWomen #MayBeHeDoesntHitYou #WhyIStayed o #WhyILeft.

De esta forma, las movilizaciones masivas como el #MeToo no responden sólo a eventos políticos particulares, sino que están vinculadas a un contexto más amplio en las redes sociales (De Benedictis *et al.*, 2019) a través de la promoción de campañas antiviolación como *Stop Rape Now*, *This is Not an Invitation to Rape Me* y *Project Unbreakable*. La importancia de estas iniciativas reside en que pueden conducir a la representación y la exposición de diversas experiencias, modificando la percepción social sobre la violación (Loney, 2015).

El activismo feminista en red permite crear espacios más seguros para movilizarse contra la agresión sexual mientras realiza “el trabajo radical de crear solidaridad interseccional” (Rentschler, 2014: 1174). Las redes sociales dan la oportunidad de que lo que comprendemos como una problemática individual se interprete en clave social o política. Esta percepción es fundamental para propiciar la contestación social de la injusticia: “al enfatizar la forma en que las historias individuales de opresión, que se compilan bajo un *hashtag*, demuestran experiencias colectivas de desigualdad estructural, el feminismo resalta la interacción del individuo y el colectivo” (Baer, 2016: 29).

No obstante, el #MeToo está caracterizado por la política de visibilidad. Aunque el #MeToo sea uno de los ejemplos de activismo feminista con más repercusión por su “compromiso con la denuncia del sexismo y el patriarcado” (Mendes, Ringrose y Keller, 2018: 236-237), el hecho de que lo hayan protagonizado celebridades de Hollywood tiene una importancia notable en el acceso a la oportunidad política y mediática. Solo las primeras 24 horas después de la historia de Weinstein, #MeToo se usa 500.000 de veces en Twitter y 12 millones de veces en Facebook (Renkl, 2017).

En España, en octubre de 2017, se comienzan a denunciar casos de acoso a través de los medios de comunicación privados y también de RTVE. Reconocidas actrices como Aitana Sánchez-Gijón o Leticia Dolera denuncian situaciones de acoso padecidas durante sus años de inserción en el ámbito de la industria cinematográfica (RTVE, 2017). Un año más tarde, en 2018, un grupo de más de 3.000 artistas plásticas se organizan en la red social Facebook a través de un grupo de usuarias denominado ‘La caja de Pandora’. Dicha plataforma se halla formada íntegramente por mujeres que relatan experiencias similares, y se origina a partir de la denuncia de acoso sexual por parte de un conocido comisario a la artista Carmen Tomé (*La Vanguardia*, 2018).

Por otro lado, el mediático caso de ‘La Manada’ supone, en España, la ruptura del silencio por el caso de violación a una joven en los San Fermín de Pamplona del año 2016. Con la primera sentencia del procedimiento judicial que condena por abuso sexual en lugar de agresión, la periodista Cristina Fallarás pone en marcha #Cuéntalo. La primera noche tiene 100 retuits; al tercer día, llega hasta los 10.000. Al décimo día, había sido comentado 3 millones de veces. El proyecto se convierte en una verdadera revolución colectiva: 790.000 usuarias y 160.000 tuits originales.

Las redes sociales como Twitter se convierten en la arena más importante de acción social en la que el movimiento feminista muestra su descontento e indignación con el sistema legal por el caso de ‘La Manada’ (Larrondo, Morales y Orbegozo, 2019). Paralelamente, las denuncias por agresiones sexuales inundan la industria cultural, desde los festivales de literatura hasta los de música (Serrano, 2018) y también la Universidad (Borraz y Requena, 2017).

Sin embargo, la fundadora Tarana Burke ha sentenciado que el #MeToo, con su popularización, se ha convertido en un movimiento para mujeres ricas y blancas. Además, apunta que se ha centrado en los agresores en lugar de facilitar las herramientas para sanar a las víctimas. Señala la mujer que acuñó el #MeToo que es necesario hablar de anónimas, mujeres racializadas y personas pobres que no tienen poder para denunciar (*Código Nuevo*, 2018). El movimiento habría perdido así, entiende, el eje central de su sentido: se pasa de denunciar la violencia sexual a las historias particulares de las celebridades (Clark, 2019).

3. Preguntas de investigación y metodología

Previamente a desarrollar la metodología, partimos de una serie de preguntas de investigación, en la línea de estudios similares en otros países para la caracterización del #MeToo (De Benedictis, Orgad y Rottenberg, 2019). Para nuestro estudio, buscamos contestar a las siguientes cuestiones:

- ¿Ha habido #MeToo en España?

- ¿A qué países pertenecen los casos de violencia sexual cubiertos por la prensa española?
- ¿Qué papel juegan los medios de comunicación en España ante las denuncias de acoso? ¿Plantean un tono positivo o negativo ante las informaciones?
- ¿Qué personalidades priman más, las víctimas o las personas en contra del #MeToo?
- ¿Ayudan los medios, en este sentido, a proporcionar visibilidad a la violencia sexual contra las mujeres?
- ¿Cómo se habla de acoso sexual y del abuso sexual? ¿Es una cuestión individual y anecdótica o social y política? ¿Se mencionan más tipos de violencia sexual?
- ¿Se relaciona el #MeToo con las celebridades y Hollywood o hay espacio para las historias anónimas?
- ¿Es el #MeToo un fenómeno de la industria del cine o se circunscribe a todas las mujeres?

Para cumplir con los objetivos propuestos, así como para dar respuesta a nuestras preguntas de investigación, hemos desarrollado un modelo de análisis que combina el método cuantitativo y cualitativo. Para la realización del estudio cualitativo hemos aunado, por un lado, el análisis de los encuadres que utiliza la prensa para analizar los medios de comunicación. Específicamente, el ‘encuadre de género’ y, por otro lado, empleamos el análisis de contenido como técnica de investigación social.

El universo de análisis de la presente investigación está compuesto por dos periódicos en las versiones digitales de *El País* y *ABC*. Se trata de dos medios de comunicación generalistas españoles que representan el espectro ideológico. *El País* es considerado como un medio de centro - izquierda, con tendencia más progresista. En el centro - derecha, se encuentra *ABC*, con una línea conservadora. Analizamos las versiones digitales de *El País* y *ABC* desde el 15 de octubre de 2017 hasta el 8 de marzo de 2018.

Filtramos en la búsqueda avanzada los dos medios de comunicación los conceptos ‘MeToo’, ‘Me Too’ y ‘#MeToo’. Para el estudio, solo hemos tenido en cuenta las informaciones que contenían #MeToo en el titular o en el subtítulo de la versión digital del medio de comunicación. El motivo de la elección de la ventana temporal es, por un lado, la publicación del tuit de la actriz Alyssa Milano del #MeToo. Por otra parte, tomamos como fin del período de análisis el 8-M, que se convierte en un hito del movimiento feminista en España (Cobo, 2019). Asimismo, entendemos que el tiempo elegido es significativo para el objeto de estudio y la caracterización del #MeToo en España.

Por otro lado, realizamos el análisis atendiendo a la evolución cronológica, determinando los picos de cobertura y, por lo tanto, los casos que hayan recibido una mayor atención mediática. Las noticias que forman parte de la muestra se han clasificado según las siguientes categorías de análisis: evolución cronológica de la cobertura del #MeToo, países que priman en la cobertura, actores en la información, secciones donde aparecen las noticias, el tono de la información y la tipología de violencia sexual que prima.

Para justificar las categorías de análisis, procedemos a la explicación de su sentido en el presente estudio. Con la evolución cronológica del #MeToo, buscamos determinar los picos de cobertura en ambos medios digitales. La intención es concluir cuáles son los casos de abuso o acoso sexual a los que se ha dado mayor cobertura en España. En consecuencia, reparamos en los países que priman en la cobertura del #MeToo. El objetivo que se persigue con esta categoría es determinar si el movimiento #MeToo se relaciona con su lugar de origen, Estados Unidos, o si los medios de comunicación lo abordan, en general, como un fenómeno transnacional y, en particular, centrándose en casos ocurridos en España.

Por otra parte, consideramos pertinente reparar en los actores de la información. Tomamos esta decisión porque hemos concluido, con la revisión bibliográfica, que el #MeToo está caracterizado por la política de la visibilidad (Clark, 2019). Asimismo, a través del análisis de la cobertura mediática, buscamos determinar si las fuentes y los actores de la información son celebridades o si también se proporcionan noticias de víctimas de violencia sexual anónimas.

Además, incorporamos la categoría de análisis que se refiere a la sección donde se coloca la noticia. Este aspecto aporta no solo significado añadido a la propia información, sino que indica la relevancia del contexto de la noticia por su trascendencia (Bernárdez, 2015). No es lo mismo que una noticia de violencia contra las mujeres tenga sección propia que el hecho de que se incluya en sociedad o cultura. Después, reparamos en la variable de tono (positivo, negativo, neutro u otros). Finalmente, atendemos al tipo de violencia sexual que prima en la cobertura de los medios de comunicación sobre el #MeToo.

Para completar el análisis, realizamos un estudio cuantitativo a través de la plataforma Google Trends, que determina el impacto de un concepto en la web. Diversos autores ya han seguido esta metodología (Villa y Cerdán, 2020; Springer, Menzel y Zieger, 2020). Se trata de una herramienta que, sobre los datos registrados en el motor de búsqueda de Google, muestra la frecuencia de temas filtrados por país y fecha, e incluso se pueden establecer comparativas entre los conceptos. Esta plataforma trabaja sobre el sector de las noticias para contribuir con el periodismo en la era digital (Google, 2021). Con esta herramienta buscamos concluir si existe coincidencia en los picos de cobertura del #MeToo y su impacto en la población.

El objetivo es medir si existe una correlación entre mayor cobertura de un tema e impacto en la opinión pública. Asimismo, estaremos en disposición de intuir cuál es el tema que ha suscitado un mayor debate y qué características presenta. Para ello, filtramos en la plataforma acotando a España, entre el 15 de octubre de 2017 y el 8 de marzo de 2018, con la palabra clave #MeToo.

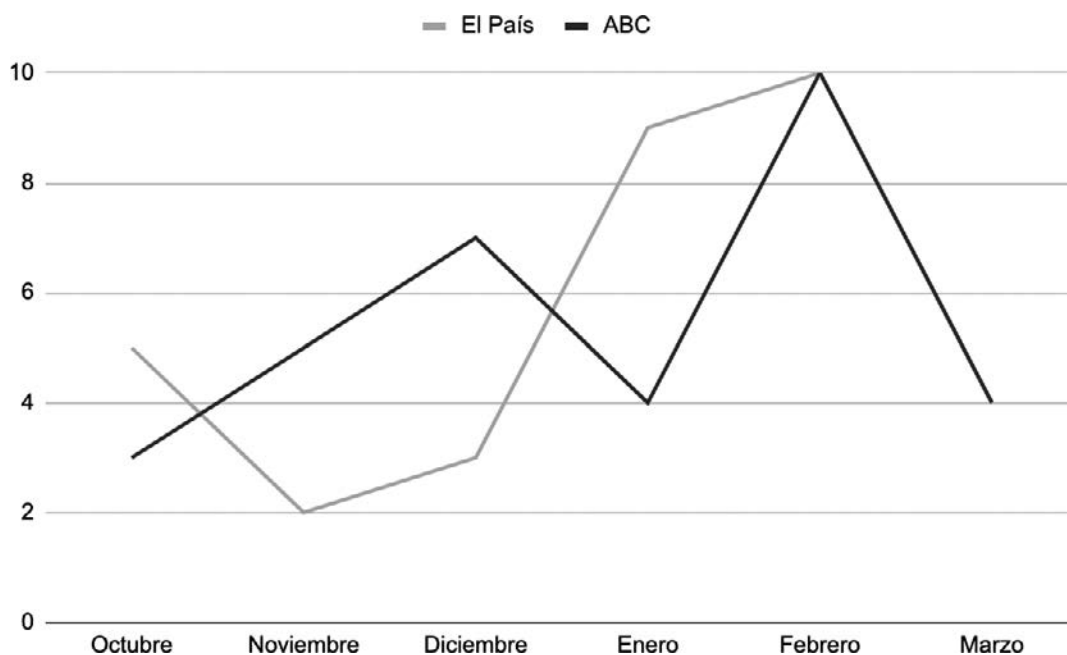
4. Resultados

4.1. Análisis mediático

A. Evolución cronológica octubre 2017 – marzo 2018

La evolución cronológica de *El País* y *ABC* muestra, en primer lugar, que el mes de febrero de 2018 es el que presenta un mayor número de noticias relacionadas con el movimiento. En ambos periódicos, un total de 10 informaciones que contienen en el titular o subtítulo #MeToo. No existe una tendencia que nos proporcione un resultado significativo en *ABC*. Sin embargo, en el periódico *El País*, desde el mes de noviembre de 2017 hasta febrero de 2018, el número de noticias dedicadas a casos de violencia sexual relacionados con el #MeToo crecen progresivamente (Gráfica 1). Este hecho podría estar motivado por el 8 de marzo de 2018, que presenta una agenda propia motivada por partidos políticos e instituciones (Molpeceres y Filardo, 2020).

Gráfica 1. Evolución cronológica del número de noticias que contienen en el título o subtítulo #MeToo en *El País* y *ABC* desde el 15 de octubre de 2017 hasta el 8 de marzo de 2018.



Fuente: Elaboración propia.

B. Los países que priman en la cobertura del #MeToo

Al analizar los países a los que se alude en la cobertura del #MeToo, tanto en el caso de *ABC* como de *El País*, se detecta que la mayor parte de las informaciones dedicadas al movimiento se centran en casos de violencia sexual contra las mujeres en Estados Unidos (Tabla 1 y Tabla 2). Asimismo, el #MeToo nace en la industria hollywoodiense y los medios de comunicación españoles lo abordan haciendo referencia constante al país. Los casos de abuso sexual y acoso sexual en España apenas tienen presencia.

Tabla 1. Noticias del #MeToo por países en *ABC*.

EE.UU: 20	Austria: 2	Oriente Medio: 1	Internacional / general: 1	Reino Unido: 1
España: 4	Alemania: 1	Palestina: 1	Suecia: 1	Unión Europea: 1

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 2. Noticias del #MeToo por países en *El País*.

EE.UU: 14	Colombia: 1	India: 2	España: 4	Gran Bretaña: 1
Francia: 3	China: 1	México: 1	Internacional / general: 6	

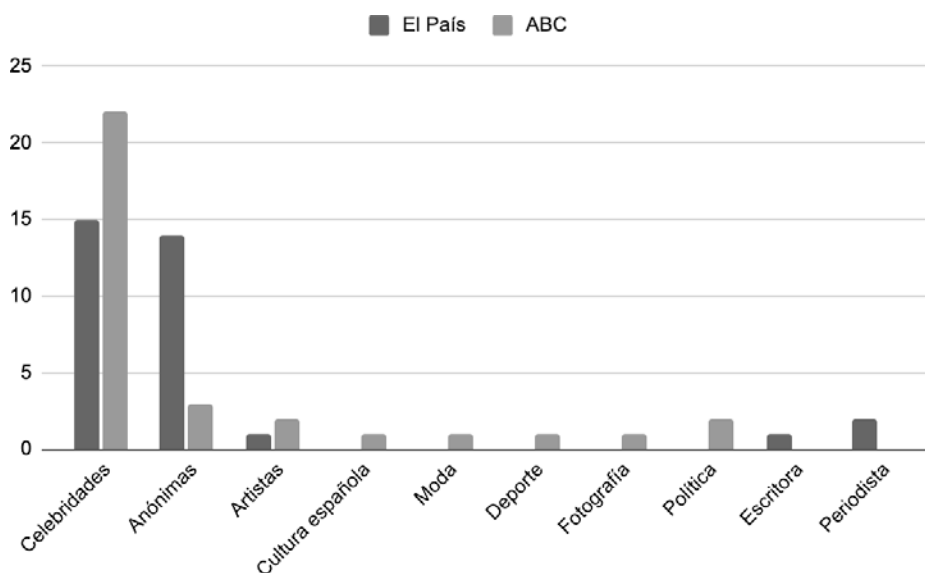
Fuente: Elaboración propia.

En el caso de *ABC* se perciben varias noticias que desdibujan implícitamente la importancia del #MeToo, al hacer hincapié en manifestaciones de la violencia en los patriarcados duros (Puleo, 2005). Como se ha apuntado, este concepto hace referencia a sociedades que no son formalmente igualitarias, en las que las mujeres son consideradas inferiores por naturaleza y que, por lo tanto, no tienen los mismos derechos que los varones. En este sentido, a pesar de que no hay una deslegitimación explícita del #MeToo, en *ABC* se publican dos noticias que hacen referencia a esta cuestión: “La mutilación genital femenina y el movimiento #MeToo” (Becerra, 2018) y “El #MeToo que denuncian las mujeres musulmanas en su peregrinación a La Meca” (*ABC*, 2018).

C. Actores de la información

Como se había apuntado en el marco teórico y en consonancia con investigaciones anteriores, la mayor parte de las informaciones de *El País* y *ABC* se centran en las celebridades. Entendemos, como apuntaba la mujer que acuñó el #MeToo, Tarana Burke, que es necesario hablar de anónimas, mujeres racializadas y personas pobres que no tienen poder para denunciar (*Código Nuevo*, 2018). Como se concluye a través de la Gráfica 2, las historias anónimas tienen presencia especialmente en el caso de *El País*, pero el #MeToo continúa relacionándose de manera significativa con las actrices de Hollywood. No obstante, a pesar de que la mayor parte de las informaciones se relaciona con la industria del cine en EEUU, también se proporciona cobertura, sobre todo en *ABC*, a la industria de la moda, el deporte o la política.

Gráfica 2. Actores del movimiento #MeToo en *El País* y *ABC*.



Fuente: Elaboración propia.

D. Sección

En lo que refiere a las secciones en que se incluye el movimiento #MeToo, concluimos que se relaciona, en *ABC* y en *El País*, más con la industria de Hollywood que con la denuncia de la violencia sexual, que es su motivación y su sentido. Esto es una buena prueba de la oportunidad con la que nace el movimiento: las celebridades de Hollywood. Por otra parte, resulta llamativo que, como se ve en la Tabla 3, en el caso de *El País* el mayor porcentaje de noticias se encuentren en la sección ‘Gente’ (39,4%) seguido de ‘Tribuna’ (27,3%). Por su parte, *ABC* también incorpora el mayor número de informaciones en ‘Gente’ (21,2%) y ‘Cine’ (18,2%). Como se puede ver, el movimiento #MeToo no se relaciona, en lo que refiere a la inclusión en sección, con la violencia contra las mujeres. Por otro lado, es destacable que en el caso de *El País* haya un total de 9 informaciones incluidas en la sección Tribuna o columna, que se corresponden con el género de la opinión, mientras que en *ABC* no haya ninguna.

Tabla 3. Secciones en las que se incluye el #MeToo en *El País* y *ABC*.

Periódico digital	Cultura	Internacional	Tribuna / Columna	Gente	Sociedad	Cine	Otros	Total
<i>El País</i>	8	3	9	13	0	0	0	33
<i>ABC</i>	5	4	0	7	5	6	6	33

Fuente: Elaboración propia.

E. Tono

En lo que refiere al tono, las informaciones se cubren con tono diferente en *El País* y *ABC* (Tabla 4). En el caso del primero, la mayor parte de las noticias son en tono positivo; en el caso del segundo, la mayoría son neutras. Para la construcción del tono en el relato del #MeToo, hemos atendido a la descripción del periodista, así como a las declaraciones que se incorporan de fuentes. Se detecta una constante dicotomía feminismo bueno – malo. Para esto, se relatan límites entre lo que es aceptable y lo que no en el #MeToo. Por ejemplo, en una noticia del día 18 de diciembre de 2017 de *ABC*, se escribe: “Matt Damon teme que a las mujeres se les vaya de las manos el movimiento #MeToo”.

Tabla 4. Tono de las noticias del #MeToo en *El País* y *ABC*.

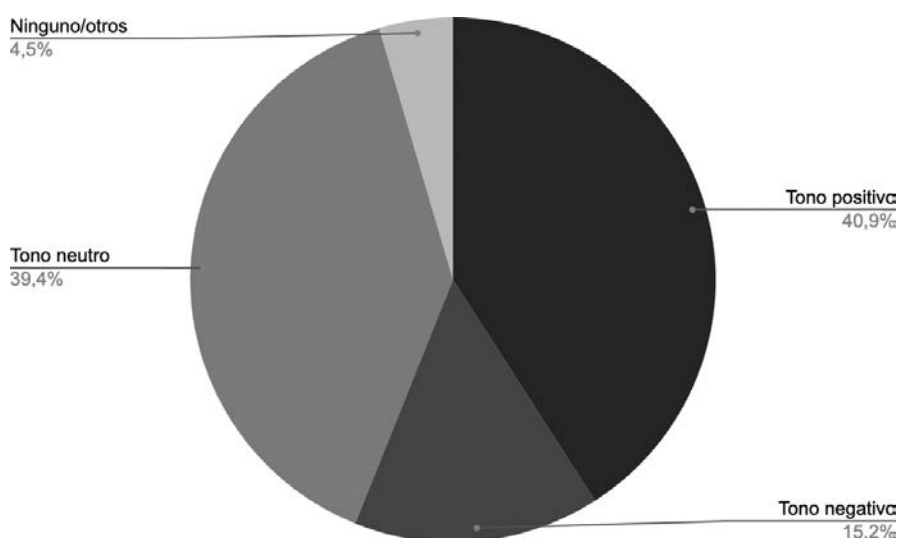
Periódico digital	Positivo	Negativo	Neutro	Ninguno/otros	Total
<i>El País</i>	24	5	4	0	33
<i>ABC</i>	3	5	22	3	33

Fuente: Elaboración propia.

En algunos casos *El País* y *ABC* articulan el discurso sobre fuentes en contra del #MeToo. Asimismo, el día 13 de febrero de 2018, *ABC* publica: “Michael Haneke se desmarca del movimiento #MeToo”. Según entiende el director, el #MeToo representa el puritanismo sexual que odia a los hombres. Un día antes, el *ABC* publica una noticia del mismo director y guionista de cine: “Michael Haneke carga contra las feministas de #MeToo: “es una caza de brujas”. Asimismo, el 18 de diciembre de 2017, se presenta la siguiente información en *ABC*: “Matt Damon teme que a las mujeres se les vaya de las manos el movimiento #MeToo”. En la misma línea, el 6 de marzo de 2018, se publica en *ABC*: “El #MeToo aburre a EEUU. Los Premios Oscar registran su peor audiencia de la historia”. De esta forma, se sugiere que el #MeToo debiera ser un evento espectacular que resulte divertido, pero la realidad es que, pese a haber nacido en la industria del espectáculo, es un movimiento transnacional que denuncia la violencia sexual contra las mujeres.

El País publica, el 10 de enero de 2018, la siguiente información crítica con el #MeToo: “Cien artistas e intelectuales francesas contra el “puritanismo sexual”. Unos días después, el 14 de enero de 2018, se escribe en *El País*: “Hay que dejar de creer que la mujer es siempre una víctima”. Se trata de una declaración de la escritora y crítica de arte Catherine Millet. El día 1 de febrero de 2018, *El País* publica: “Contra la hegemonía anglosajona”. En el subtítulo, se apunta: “El movimiento #MeToo no es originalmente puritano, pero entronca con el puritanismo”. Por otro lado, el 12 de febrero de 2018 se escribe: “Michael Haneke: El movimiento #MeToo se ha convertido en una caza de brujas”.

Gráfica 3. El tono en las noticias del #MeToo en *El País* y *ABC*.



Fuente: Elaboración propia.

Atendiendo a la suma de las informaciones de *ABC* y *El País* con respecto al tono con que se abordan, concluimos, como se refleja en la Gráfica 3, que la mayor parte se elaboran con tono positivo (40,9%) seguido de neutro (39,4%) y negativo (15,2%).

F. Tipo de violencia

Para el análisis del #MeToo y su caracterización, consideramos pertinente atender al tipo de violencia al que los medios de comunicación se refieren cuando cubren noticias relacionadas con el movimiento. En este sentido, se percibe el mismo número de noticias en el *El País* que tratan sobre acoso sexual y abuso sexual. En el caso de *ABC*, priman las de abuso sexual (48,1%) seguido también por las de acoso sexual (33,3%). Por lo tanto, son estos dos delitos los que caracterizan la cobertura de la violencia sexual en el #MeToo (Tabla 5). No obstante, también se habla de agresiones o violaciones, así como de otras conductas discriminatorias, por ejemplo, informaciones relacionadas con pornografía o abusos de poder.

Tabla 5. Tipo de violencia sexual en las noticias de *El País* y *ABC* del #MeToo.

Periódico digital	Acoso Sexual y agresiones sexuales	Agresiones sexuales	Abuso sexual y agresiones sexuales	Otras Conductas discriminatorias	Total
<i>El País</i>	11	0	11	10	32
<i>ABC</i>	9	1	13	4	27

Fuente: Elaboración propia.

4.2. Análisis con Google Trends

Para el análisis de Google Trends, hemos filtrado con el *hashtag* MeToo en España entre el 15 de octubre de 2017 y el 8 de marzo de 2018. Al realizar la búsqueda, como se concluye a partir de la gráfica 4, los días en que se perciben picos de impacto en la ciudadanía son el 17 de octubre de 2017; el 6 de noviembre de 2017; el 11 de noviembre de 2017; el 4 de diciembre de 2017; el 10 de enero de 2018; el 7 de febrero de 2018; el 26 de febrero de 2018; el 6 de marzo de 2018 y el 8 de marzo de 2018.

Gráfica 4. Evolución del concepto #MeToo en la web desde el 15 de octubre del 2017 hasta el 8 de marzo de 2018.



Fuente: Elaboración propia.

Para establecer una posible correlación de la cobertura mediática y del impacto en la ciudadanía, atendemos a los picos de cobertura mediática y a los proporcionados por Google Trends. En primer lugar, vemos que en el periódico *El País*, el día 10 de enero de 2018, se produce un pico informativo. Este se produce por la información titulada: “Cien artistas intelectuales francesas contra el “puritanismo sexual”. Se trata de una información que se articula como una crítica al #MeToo. Por otro lado, el 8 de marzo de 2018, que vemos un pico en el impacto en la web, también se refleja en la cobertura mediática. Asimismo, *El País* publica: “Trump y el #MeToo propulsan el feminismo en Estados Unidos”.

ABC publica el día 17 de octubre de 2017, percibiéndose también el mayor pico de impacto web, la siguiente noticia: “#MeToo: la campaña en redes sociales contra el acoso sexual”. Por otro lado, el día 26 de febrero de 2017, que también se ve un pico en el impacto en la ciudadanía que consume contenido en la web, *El País* publica dos informaciones: “Jennifer Lawrence inmortalizará la revolución #MeToo en un documental” y “Monica Lewinsky entona el #MeToo y narra por primera vez su encuentro con Bill Clinton”.

5. Discusión y conclusiones

En la presente investigación se ha analizado la caracterización del movimiento transnacional #MeToo a través del análisis de *ABC* y *El País*. El #MeToo es un fenómeno contra la violencia sexual ejercida por parte de directores y celebridades de Hollywood. Surge en octubre de 2017 en la red social Twitter, pero le precede un activismo anti-violación ciberfeminista. Para el análisis, hemos realizado un estudio que combina el método cualitativo y cuantitativo. La ventana de estudio ha sido el período entre el 15 de octubre de 2017 y el 8 de marzo de 2018.

Para la investigación hemos incorporado las siguientes categorías: evolución cronológica de la cobertura mediática, países que *ABC* y *EL País* apuntan para la conceptualización del #MeToo, actores de la información, secciones en que se incluyen las noticias, el tono (positivo, negativo o neutro) y, por último, el tipo de violencia sexual que se señala desde los medios de comunicación al referirse al #MeToo. Por otro lado, hemos realizado un estudio cuantitativo a través de la herramienta Google Trends, que nos ha proporcionado los resultados del impacto del concepto #MeToo, filtrando por país, España, y en el período de tiempo entre el 15 de octubre de 2017 y el 8 de marzo de 2018. El objetivo ha sido detectar coincidencias entre la cobertura de casos de violencia sexual del #MeToo en *El País* y *ABC* y su impacto en la ciudadanía.

En primer lugar, en lo que refiere a la evolución cronológica del #MeToo en ambos periódicos en el período analizado, concluimos que en el caso de *ABC* no se percibe un resultado significativo. Sin embargo, *El País*, desde noviembre de 2017 hasta febrero de 2018, presenta un crecimiento progresivo. Solo en el mes de noviembre se percibe una caída del número de noticias cubiertas por este medio. En lo que respecta a los países que protagonizan las informaciones del #MeToo, es decir, los lugares en que se señala que surge este movimiento, concluimos que en el caso de *ABC* el 60,6% de las noticias son de EE. UU., frente a un 12,1% de casos del #MeToo en España. En lo que respecta a *El País*, en la misma línea, se concluye un 42,4% de noticias del #MeToo; un 12,1% de España y un 18,2% de noticias genéricas o internacionales.

Por otro lado, uno de los objetivos de esta investigación ha sido determinar si el #MeToo era un fenómeno restringido a las celebridades, o si se proporcionaba cobertura a las historias anónimas. Tanto en *ABC* como en *El País* la mayor parte de las informaciones se relacionan con celebridades, aunque se proporciona cobertura a otras personalidades públicas: políticos, periodistas o escritores. En lo que refiere a las secciones en que se incluyen las noticias del #MeToo, *El País* incorpora el mayor porcentaje de noticias en la sección ‘Gente’ (39,4%) seguido de ‘Tribuna’ (27,3%). Por su parte, *ABC* también incluye el mayor número de informaciones en ‘Gente’ (21,2%) seguido de ‘Cine’ (18,2%). Este hecho es consecuencia de la anterior cuestión: la mayor parte de las noticias se relacionan con Hollywood. Y es así, en clave de industria y despolitizado, como se articula el movimiento. Además, es preciso destacar que el diario *El País* apuesta por incluir informaciones sobre el #MeToo en las secciones de opinión. Sin embargo, *ABC* no publica ninguna noticia del movimiento en ‘Tribuna’ o columna.

Sobre el tono de las noticias, hemos sumado las noticias de ambos medios de comunicación para una visión genérica del tono en la cobertura del #MeToo. Concluimos que en la mayor parte de las ocasiones el enfoque es positivo 40,9%, seguido de neutro 39,4% y, por último, negativo 15,2%. Para la construcción del tono negativo, las informaciones se construyen sobre declaraciones de personalidades públicas, que apuntan que el #MeToo es puritano o “se puede ir de las manos”. En lo que refiere al tipo de violencia sexual que prima en la cobertura del #MeToo, las dos que presentan mayor peso en las noticias son el abuso sexual y el acoso sexual. En el caso de *El País*, ambos tipos están equilibrados (11 noticias de abuso sexual y el mismo número de noticias sobre acoso sexual). Sin embargo, *ABC* publica 13 noticias sobre abuso sexual y 9 sobre acoso.

Por último, en el estudio con la herramienta Google Trends, hemos buscado coincidencias del impacto en la web del #MeToo con los picos informativos de casos de este movimiento en *El País* y *ABC*. En esta línea, en el caso de *El País*, se perciben coincidencias el día 10 de enero de 2018 y el 8 de marzo de 2018. En el primer caso, se trata de una información con notable repercusión mediática sobre un grupo de artistas que criticaban el #MeToo por representar “el puritanismo sexual”. Por otro lado, el 8 de marzo se corresponde con el Día Internacional de la Mujer; el propio evento genera repercusión mediática y social por sí mismo.

En *ABC*, se percibe una coincidencia entre el pico de la cobertura mediática y el impacto en la ciudadanía los días 17 de octubre de 2017 y 26 de febrero de 2017. En la primera fecha, se publica una noticia de la actriz Jennifer Lawrence, que consiste en la inmortalización de un documental sobre el #MeToo. En lo que refiere al 26 de febrero de 2017, *ABC* publica una noticia de Monica Lewinsky, que cuenta el escándalo político y sexual con Bill Clinton en 1998.

Las conclusiones de la presente investigación constatan estudios previos de características similares en otros países (De Benedictis, Orgad y Rottenberg, 2019). Los medios de comunicación *ABC* y *El País* han realizado una cobertura del #MeToo centrada en las celebridades de Estados Unidos y, en un segundo nivel, personalidades públicas. En la línea de lo argumentado, es necesario concebir el movimiento #MeToo como una oportunidad para denunciar la violencia sexual, que es el corazón de la cuarta ola (Cobo, 2019). Esta violencia no se restringe únicamente al acoso o al abuso sexual: es preciso conceptualizar otras tipologías, como las violaciones o la pornografía de menores, que tienen un espacio mínimo en la cobertura del #MeToo de *ABC* y *El País*.

Las víctimas anónimas, sin estatus y también sin poder, tienen todavía si cabe más dificultades para presentar denuncias que una celebridad o figura pública. No proporcionar historias sobre personas anónimas acentúa el fenómeno de la cifra negra. El #MeToo abre la puerta a la oportunidad de señalar, en general y con perspectiva interseccional, la denuncia de la violencia sexual. Para eso, los medios de comunicación deben comenzar por incluir la violencia contra las mujeres en una sección propia.

Financiación

Esta investigación forma parte del proyecto *Produce cultural en las redes sociales: Industria, Consumo Popular y Alfabetización Audiovisual de la juventud española con perspectiva de género*. ID: FEM2017-83302-C3-3-P. Instituto de Investigaciones Feministas, Universidad Complutense de Madrid. Departamento de Periodismo y Nuevos Medios. Dirigido por Dña. Asunción Bernárdez Rodal.

Referencias bibliográficas

- ABC (13 de febrero de 2018). El #MeToo que denuncian las mujeres musulmanas en su peregrinación a La Meca. *ABC*. https://www.abc.es/sociedad/abci-metoo-denuncian-mujeres-musulmanas-peregrinacion-meca-201802132112_noticia.html
- Aladro, E. y Requeijo, P. (2020). Discurso, estrategias e interacciones de Vox en su cuenta oficial de Instagram en las elecciones del 28-A. Derecha radical y redes sociales. *Revista Latina de Comunicación Social*, (77), 203-229. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2020-1455>
- Amorós, C. (2005). *La gran diferencia y sus pequeñas consecuencias para las luchas de las mujeres*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- Askanius, T. y Møller, J. (2019). «Framing gender justice: a comparative analysis of the media coverage of #metoo in Denmark and Sweden». *Nordicom Review*, 40(2), 19-36. DOI:10.2478/nor-2019-0022
- Baer, H. (2016). Redoing feminism: Digital activism, body politics, and neoliberalism *Feminist Media Studies*, 16(1), 17-34. DOI: 10.1080/14680777.2015.1093070
- Barjola, N. (2018). *Microfísica sexista del poder. El caso Alcàsser y la construcción del terror sexual*. Barcelona: Virus Editorial.
- Becerra, B. (6 de febrero de 2018). La mutilación genital femenina y el movimiento #MeToo. *ABC*. https://www.abc.es/sociedad/abci-mutilacion-genital-femenina-y-movimiento-metoo-201802052057_noticia.html
- Bernárdez, A. (2015). *Mujeres (s) en medios: propuestas para analizar la comunicación masiva con perspectiva de género*. Madrid: Editorial Fundamentos.
- Bernárdez, A., López, N. y Padilla, G. (2021). Cultura y movilización social contra la violencia sexual a través de Twitter: el caso del fallo judicial “#LaManada” en España. *Revista Latina de Comunicación Social*, (79), 237-262. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2021-1502>
- BOE (23 de marzo de 2007). Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres. *BOE*, (71). <https://www.sepe.es/LegislativaWeb/verFichero.do?fichero=09017edb8004a1de>
- Borraz, M. y Requena, A. (19 de diciembre de 2017). La Universidad Complutense registra 15 denuncias por acoso en el primer año de protocolo contra las agresiones sexuales. *eldiario.es*. https://www.eldiario.es/sociedad/universidad-complutense-madrid-registra-denuncias_1_2991601.html
- Budgeon, S. (2001). Emergent feminist (?) identities: Young women and the practice of micropolitics. *European Journal of Women's Studies*, 8(1), 7-28. DOI: 10.1177/135050680100800102
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial.
- Clark, R. (2019). I see you, I believe you, I stand with you”: #MeToo and the performance of networked feminist visibility. *Feminist Media Studies*, 1-19. <https://doi.org/10.1080/14680777.2019.1628797>
- Cobo, R. (2019). La cuarta ola feminista y la violencia sexual. *pArAdigma Revista Universitaria de Cultura*, (22), 134-138. <https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/17716/134%20Cobo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Código Nuevo (2018). La fundadora del #MeToo critica que el movimiento ha perdido toda su esencia. *Código Nuevo*. <https://www.codigonuevo.com/feminismo/fundadora-metoo-critica-movimiento-perdido-esencia>
- De Benedictis, S., Orgad, S. y Rottenberg, C. (2019). #MeToo, popular feminism and the news: A content analysis of UK newspaper coverage. *European Journal of Cultural Studies*, 22 (5-6), 718-738. <https://doi.org/10.1177/1367549419856831>
- De Miguel, A. (2015). La revolución sexual de los sesenta: una reflexión crítica de su deriva patriarcal. *Investigaciones Feministas*, (6), 20-38. https://doi.org/10.5209/rev_INFE.2015.v6.51377
- Dixon, K. (2014). Feminist online identity: Analyzing the presence of hashtag feminism. *Journal of Arts and Humanities*, 3(7), 34-40. <https://doi.org/10.18533/journal.v3i7.509>
- Doherty, K. y Anderson, I. (1998). Talking about rape. *The Psychologist*, 11(12), 583-586. https://www.researchgate.net/publication/237284135_Talking_about_rape

- EpData* (2021). Denuncias y delitos por agresión y abusos sexuales en datos y gráficos. *EpData*. <https://www.epdata.es/datos/denuncias-delitos-agresion-abuso-sexual-datos-graficos/251>.
- Figuerero, J. (2021). La cobertura en ABC y El País de los sondeos del CIS en cuanto a la valoración de los principales líderes políticos españoles en el año 2019. En N. Sánchez-Gey, Valenzuela, M. y Cárdenas-Rica (Ed.), *La comunicación a la vanguardia. Tendencias, métodos y perspectivas* (pp. 258-273). Madrid: Fragua.
- Firestone, S. (1976). *La dialéctica del sexo: en defensa de la revolución feminista*. Barcelona: Editorial Kairós.
- Fraser, N. (1990). Rethinking the public sphere: A contribution to the critique of actually existing democracy. *Social Text*, (25-26), 56-80. DOI:10.2307/466240
- Fraser, N. (2015). *Fortunas del Feminismo. Del capitalismo orquestado por el estado a la crisis neoliberal*. Editorial Traficantes de Sueños. Madrid.
- Fraser, N. (2007). Transnationalizing the Public Sphere, On the Legitimacy and Efficacy of Public Opinion in a Post-Westphalian World. *Theory Culture & Society*, 24(4), 7-30. DOI: 10.1177/0263276407080090
- Gill, R. (2016). «Post-postfeminism?: New feminist visibilities in postfeminist times». *Feminist Media Studies*, 16(4), 610-630. DOI: 10.1080/14680777.2016.1193293
- Goenaga, R. (1997). «Delitos contra la libertad sexual». *EGUZKILORE*, número Extraordinario 10. <https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/27196/05-delitos-contra-libertad-sexual.pdf?sequence=1>
- Hanisch, C. (2016). «Lo personal es político». Ediciones Feministas Lúcidas – Diario Femenino. http://www.diariofemenino.com.ar/documentos/lo-personal-es-politico_final.pdf
- Hansson, K., Malin, S., Ganetz, H. & Sandgren, M. (2020). Legitimising a Feminist Agenda: The#metoo petitions in Sweden 2017–2018. *Nordic Journal of Media Studies*, 2(1), 121-132. DOI: 10.2478/njms-2020-0011
- Larrondo, A., Morales, J. y Orbegozo, J. (2019). Feminist hashtag activism in Spain: measuring the degree of politicisation of online discourse on #YoSíTeCreo, #HermanaYoSíTeCreo, #Cuéntalo y #NoEstásSola. *Communication & Society*, 32(4), 207-221. DOI: 10.15581/003.32.4.207-221
- La Vanguardia* (2018b). Tres mil mujeres crean el foro contra el acoso La Caja de Pandora. *La Vanguardia*. <https://www.lavanguardia.com/vida/20180129/44395654598/tres-mil-mujeres-crean-el-foro-contra-el-acoso-la-caja-de-pandora.html>
- Loney, R. (2015). Beyond the spectacle of suffering: Representations of rape in online anti-rape activism. *Loney-Howes R*, 33, 1-17. <https://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=5032&context=sspapers>
- Martín, J. (2020). En España se denuncian más de 1.000 agresiones y abusos sexuales cada mes. *RTVE*. <https://www.rtve.es/noticias/20200303/espana-registra-cada-mes-mas-1000-denuncias-agresiones-abusos-sexuales/2000794.shtml>
- McCombs, M. (2006). *Estableciendo la agenda: el impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Madrid: Grupo Planeta (GBS).
- Mendes, K. Keller, J. & Ringrose, J. (2019). Digitized narratives of sexual violence: Making sexual violence felt and known through digital disclosures. *New Media & Society*, 21(6), 1290-1310. <https://doi.org/10.1177/1461444818820069>
- Mendes, K., Ringrose, J. & Keller, J. (2018). #MeToo and the promise and pitfalls of challenging rape culture through digital feminist activism. *European Journal of Women's Studies*, 25(2), 236-246. DOI: 10.1177/1350506818765318
- Ministerio del Interior (2019). Informe sobre delitos contra la libertad e indemnidad sexual en España. http://www.interior.gob.es/documents/642317/12812393/Informe_delitos_libertad_indemnidad_sexual_Espa%25C3%25B1a_2019_126210034.pdf/af914177-ccc7-4d6f-800b-e00637e87548
- Núñez, S. y Fernández, D. (2019). Posverdad y victimización en Twitter ante el caso de La Manada: propuesta de un marco analítico a partir del testimonio ético. *Investigaciones feministas*, 10(2), 385-398. <https://dx.doi.org/10.5209/infe.66501>
- Núñez, S., Vázquez, S. y Fernández, D. (2016). Ciberfeminismo contra la violencia de género: análisis del activismo online-offline y de la representación discursiva de la víctima 1/ Cyberfeminism against Gender-Based Violence: Analysis of online-offline Activism and the Discursive Representation of the Victim. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 22(2), 861. <http://dx.doi.org/10.5209/ESMP.54240>
- Organización Panamericana de la Salud y Organización Mundial de la Salud. (2013). Hojas informativas de la OPS/OMS sobre la violencia contra la mujer. https://www.who.int/reproductivehealth/publications/violence/rhr12_37/es/v
- Osborne, R. (2008). De la «violencia» (de género) a las «cifras de la violencia»: una cuestión política. *Empiria. Revista de Metodología de Ciencias Sociales*, (15), 99-124. <https://doi.org/10.5944/empiria.15.2008.1201>
- Puleo, A. (2005). El patriarcado: ¿una organización social superada?. *Mujeres en red*. <https://www.mujeresenred.net/spip.php?article739>
- Renkl, M. (2017). The Raw Power of #MeToo. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2017/10/19/opinion/the-raw-power-of-metoo.html>
- Rentschler, C. (2014). Rape culture and the feminist politics of social media. *Girlhood Studies*, 7(1), 65-82. DOI: <https://doi.org/10.3167/ghs.2014.070106>
- Reverter, S. (2013). Ciberfeminismo: de virtual a político. *Teknokultura*, 10(2), 451-461. <http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/84352/159-752-2-PB.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- RTVE* (26 de octubre de 2017). «Leticia Dolera y otras actrices denuncian acoso sexual en el cine español». *RTVE*. <https://www.rtve.es/noticias/20171026/actriz-leticia-dolera-denuncia-director-tv-agredio-sexualmente-cuando-tenia-18-anos/1630607.shtml>

- Sánchez, J.M. y Fernández, D. (2017). Subactivismo feminista y repertorios de acción colectiva digitales: prácticas ciberfeministas en Twitter. *Profesional de la Información*, 26(5), 894-902. DOI: 10.3145/epi.2017.sep.11
- Serrano, N. (21 de junio de 2018). Los festivales de música declaran la guerra a las agresiones sexuales. *ABC*. https://www.abc.es/cultura/abci-festivales-musica-declaran-guerra-agresiones-sexuales-201806202027_noticia.html
- Springer, S., Menzel, L. y Zieger, M. (2020). Google Trends reveals: Focus of interest in the population is on treatment options rather than theories about COVID-19 animal origin. *Brain, Behavior, and Immunity*, 87, 134-135. <https://doi.org/10.1016/j.bbi.2020.05.005>
- Tardón, B. (2017). *La violencia sexual: desarrollos feministas, mitos y respuestas normativas globales*. Tesis Doctoral. Facultad de Filosofía y Letras. Instituto Universitario de Estudios de La Mujer. Universidad Autónoma de Madrid.
- Villa, A. D. y Cerdán, V. (2020). Bulos durante la pandemia del Covid-19 en España: un estudio a través de Google Trends. *Revista Latina de Comunicación Social*, (78), 169-182. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2020-1473>