

# El Feminismo en la Red. Análisis del impacto de los movimientos Ni Una Menos, Me Too y Time's Up

**Daniela I-CARPIO LUZURIAGA**

Departamento de Ciencias de la Comunicación-Universidad Técnica Particular de Loja  
Loja, 1101608, Ecuador

**Lilia K-CARPIO JIMÉNEZ**

Departamento de Ciencias de la Comunicación-Universidad Técnica Particular de Loja  
Loja, 1101608, Ecuador

**Rosario J-PUERTAS HIDALGO**

Departamento de Ciencias de la Comunicación-Universidad Técnica Particular de Loja  
Loja, 1101608, Ecuador

**Kruzkaya E-ORDÓÑEZ**

Departamento de Ciencias de la Comunicación-Universidad Técnica Particular de Loja  
Loja, 1101608, Ecuador

## RESUMEN

Actualmente Internet y las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), específicamente las redes sociales son un gran aliado para las personas y para los movimientos feministas. Se propone analizar el impacto que generan los movimientos feministas surgidos en las redes sociales. Como muestra de estudio se toman las cuentas de Facebook y Twitter de los movimientos Ni Una Menos, *Me Too* y *Time's Up*. El estudio es cuantitativo para recopilar datos de las cuentas analizadas, la muestra corresponde a enero, febrero y marzo de 2019. Las variables de análisis son: seguidores, publicaciones, tipo de publicaciones e interacción. El contenido que se observa en estas cuentas va desde violencia, acoso, femicidio, entre otros.

**Palabras Claves:** Feminismo; Activismo; Internet; Redes Sociales; Ni Una Menos, Me Too; Time's Up

## 1. INTRODUCCIÓN

Los movimientos feministas a lo largo de la historia se han centrado en luchar por diferentes causas, por ejemplo, en el ámbito político y social; además, buscan terminar con las brechas salariales, conseguir un trabajo seguro, justo y digno, igualdad entre hombres y mujeres, entre otros puntos. Sin embargo, en la actualidad se siguen manteniendo ciertas diferencias que imposibilitan el pleno desarrollo de los derechos de la mujer. Entre los principales problemas que actualmente asechan están: violencia, acoso y femicidio.

Este tipo de problemáticas han generado el surgimiento de nuevos movimientos sociales en defensa de la mujer, movimientos cuya protesta se desarrolla en Internet, principalmente en los medios sociales, plataformas que permiten dar a conocer sus convicciones, testimonios, actividades, etc. El objetivo de estos movimientos es generar conciencia en la sociedad y acabar con las problemáticas.

Los medios sociales son las herramientas de comunicación donde las personas se han convertido en prosumidores, es decir,

producen y consumen información; por ende, los movimientos feministas se han visto en la necesidad de tener presencia en redes para así comunicar e intercambiar criterios con personas de cualquier parte del mundo y en cualquier momento.

## 2. METODOLOGÍA

La metodología de investigación es cuantitativa, a través del análisis de la gestión en los medios sociales Facebook y Twitter, de los movimientos sociales feministas Ni Una Menos (@niunamenos\_), *Me Too* (@metoomvmt) y *Time's Up* (@TIMESUPNOW), movimientos que han generado mayor alcance e impacto en la sociedad.

El enfoque cuantitativo “usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías” [1].

Se utiliza la herramienta digital *Fanpage Karma* (www.fanpagekarma.com) que se caracteriza por extraer datos de distintas plataformas sociales. Las variables de análisis que se consideran son: número de seguidores; publicaciones; comentarios; tipo de publicaciones o contenido; rendimiento; interacción y reacciones de los usuarios al tipo de contenido.

El periodo de análisis comprende desde el 1 de enero hasta el 31 de marzo de 2019. Se consideran importantes estos meses por mantener un tiempo cercano a los eventos de premiación de la industria cinematográfica de Hollywood, y marzo por conmemorarse varios eventos que representan a la mujer.

## 3. MOVIMIENTOS FEMINISTAS EN RED

El ser humano tiene la necesidad básica de relacionarse y comunicarse a través de sonidos, señales, dibujos, mímicas y escritos; con el objetivo de entender, compartir conocimientos, experiencias y sentimientos para poder convivir. Desde el surgimiento de Internet, especialmente de los medios sociales, la comunicación entre las personas se ha facilitado, permitiendo

comunicarse desde cualquier parte del mundo y en cualquier momento con amigos, conocidos y desconocidos.

El uso de la TICs ha facilitado las acciones y estrategias de los movimientos feministas, por la capacidad de transmitir información, de organizarse e interactuar entre miembros de las comunidades, además, limita las brechas espaciales y económicas que antes de Internet eran obstáculos para crear movimientos de alcance global.

“A través de las redes sociales los individuos permanecen conectados, comunicados. Permiten el desarrollo de nuevos aprendizajes debido a la diversidad de información creando un espacio de encuentro, de activismo, que permita una redefinición del ejercicio de poder” [2].

Más de 4.5 billones de personas usan Internet, mientras que los usuarios de redes sociales han superado la marca de 3.8 billones. Casi el 60% de la población mundial tiene acceso a Internet, y las últimas tendencias sugieren que más de la mitad de la población total usará los medios sociales a mediados de este año [3].

Facebook, fue creada por Mark Zuckerberg en el 2004 y se ha consolidado como uno de los medios sociales más importantes a nivel mundial por la gran cantidad de usuarios activos que tiene, aproximadamente, 2.5 mil millones. Es una de las primeras opciones que consideran las personas, esto se debe a su facilidad al momento de registrarse y su usabilidad. Facebook se creó con la finalidad de mantener, construir y reconstruir las relaciones con esos viejos amigos de la escuela, del barrio, de la iglesia y de los lugares que se frecuentan. Es necesario crear una identidad con los intereses para descubrir y unir a personas o grupos con los mismos gustos. Mark Zuckerberg menciona que la plataforma permite “Dar a la gente el poder de construir comunidad y acercar al mundo” [4].

Los medios sociales no solo son para individuos particulares, sino también para grupos, empresas u organismos que necesiten llegar a más y diversos públicos.

Twitter es un microblog presentado al público en 2006. Cuenta con alrededor de 339 millones de usuarios activos. Se caracteriza por compartir publicaciones cortas e interactivas con un límite de 280 caracteres. Permite compartir las reflexiones, pensamientos y vivencias, acompañada de enlaces, fotos, videos y los famosos *hashtags* que permiten viralizar y buscar de manera rápida una temática.

Twitter se enfoca en la brevedad e inmediatez, por lo que, las marcas, empresas, celebridades y otras entidades se han sumergido en esta red para comunicarse, ofrecer beneficios, compartir e intercambiar ideas y opiniones, en tiempo real.

En el estudio realizado por Sánchez-Duarte, y Fernández-Romero mencionan que: Gracias a Twitter y a otras redes la frase “yo sola no puedo, con amigas sí” se hace posible. Por ejemplo, si quiero boicotear a marcas que patrocinan el machismo, yo sola no puedo interpelarlas. En Internet creas redes activas. Si todas sabemos que una de nosotras lo va a hacer y le decimos a las marcas y a los medios de comunicación: ‘os estamos vigilando, no voy a consumir esta marca’, será efectivo [5].

Uno de los cofundadores de Twitter, Jack Dorsey, menciona que: “No considero que Twitter sea una red social, sino una herramienta de comunicación” [6].

Internet y los medios sociales permiten emitir mensajes, compartir experiencias, crear opiniones y promover diálogos; ayudan a superar la distancia que existe entre las personas para comunicarse. De igual manera, a los movimientos feministas les ayuda a ganar espacio en la sociedad, crear nuevos grupos y contenidos, y sobre todo que cada día más mujeres se unan a la lucha a través de estas plataformas.

Un movimiento social es un conjunto de personas organizadas que tienen un mismo objetivo y adversario que es el cambio social. Existen diferentes tipos de movimientos que buscan el cambio en diferentes espacios como: el cultural, económico, ambiental, político, etc., en este caso, el movimiento feminista defiende a la mujer y también persigue el cambio de algunas leyes en bienestar de la misma [7].

“Los movimientos son virales siguiendo la lógica de las redes de Internet. Esto no es sólo por el carácter viral de la difusión de los propios mensajes, especialmente de las imágenes movilizadoras, sino por el efecto modelo de los movimientos que surgen por todas partes. Hemos observado el contagio viral entre países, ciudades e instituciones: Ver y oír las protestas en otros sitios, incluso en contextos distantes y culturas diferentes, inspira la movilización porque dispara la esperanza en la posibilidad de un cambio” [8].

Dentro de los movimientos sociales feministas que se encuentran en medios sociales se han considerado Ni Una Menos, *Me Too*, *Time's Up*; movimientos con gran acogida a nivel mundial.

**Ni Una Menos:** el movimiento nace a partir del hartazgo por la violencia machista, que tiene su punto más cruel en el femicidio. Se nombró así, sencillamente, diciendo basta de un modo que a todas y todos conmovió: ni una menos es la manera de sentenciar que es inaceptable seguir contando mujeres asesinadas por el hecho de ser mujeres o cuerpos disidentes y para señalar cuál es el objeto de esa violencia [9]. Surge el 11 de mayo de 2015 a raíz de la muerte de Chiara Páez, adolescente de 14 años, embarazada y brutalmente golpeada en Rufino en Argentina. Este femicidio se le atribuyó a su novio Manuel Mansilla de 16 años [10]. Ante este cruel suceso, un grupo de mujeres de diferente edad, raza, estatus y religión se unieron para realizar una marcha (Figura 1) que tuvo gran acogida en diferentes partes de Argentina. Con gritos, panfletos y carteles pedían justicia para Chiara y para todas las mujeres que han muerto.



Figura 1. Marcha del 3 de junio de 2015, Plaza Congreso, Argentina. Fuente: EFE

El movimiento Ni Una Menos tiene como objetivo erradicar los femicidios, la violencia, y crear organizaciones, hogares y refugios para la protección de la mujer [11].

**Me Too:** Tarana Burke, nació en Nueva York en 1973, activista de los derechos civiles y fundadora del movimiento que surge inicialmente como una frase en el medio social *MySpace* en 2006, centrado en ayudar a mujeres de escasos recursos que hayan sido sobrevivientes de algún tipo de violencia, y de las niñas y niños que han sido abusados sexualmente [12]. Posteriormente “Me Too (#metoo), en español Yo También, toma fuerza como un *hashtag* en medios sociales a partir de las agresiones sexuales generadas en la industria del cine, en octubre de 2017” [13]. Esto a partir del escándalo que enfrentaba el productor de cine Harvey Weinstein, acusado de abuso, acoso e incluso violaciones; fue arrestado el 25 de mayo de 2018 y condenado en marzo de 2020 a 23 años de prisión.



Figura 2. Tweet de Alyssa Milano, 2017

Gana audiencia y es reconocido a nivel mundial a través de Alyssa Jayne Milano, actriz, productora y activista que en 2017 publicó un tweet (Figura 2) invitando a que todas las mujeres que hayan sido víctimas de abuso, acoso o violencia escribieran en su cuenta el *hashtag* #MeToo, para tener una idea del problema que se atravesaba, no esperó que la respuesta sobrepasara las mil personas [14].

**Time's Up:** surge el 1 de enero de 2018 por un grupo de mujeres de la industria cinematográfica de Hollywood. Su objetivo es el empoderamiento de la mujer y la penalización a todas las empresas, estudios y agencias que soporten el acoso, maltrato y abuso que sufren muchas de ellas. El movimiento arranca con gran audiencia en 2018 durante los premios Globo de Oro [15]. La productora de la serie de televisión *Grey's Anatomy*, Sonda Rhimes, en un comunicado también se manifestó a favor de este movimiento, entre sus palabras están: “Ganarse la vida no debería ser a costa de la seguridad, la dignidad o la moral de nadie. Ya es hora de cambiar la cultura del entorno donde la mayoría de nosotros pasamos la mayor parte de nuestro día: el lugar de trabajo” [16].

Como se puede ver en la Figura 3, el movimiento *Time's Up* hace hincapié en tres cosas: se acabó el tiempo del silencio, se acabó el tiempo de esperar y se acabó el tiempo de tolerar la discriminación, el acoso y el abuso. Prácticamente se puede deducir que Harvey Weinstein fue la gota que derramó el vaso, y fue el motivo para que las mujeres tomaran fuerza y valor para hablar y denunciar.



Figura 3. Tweet de Reese Whitherspoon, 2018

Durante el siglo XXI, los movimientos feministas han logrado mucho, cada día tienen más integrantes y seguidores/as en medios digitales. En Estados Unidos son varios los movimientos que destacan, y en América Latina se han expandido de manera muy notoria. Las activistas son escuchadas, reclaman sus derechos y proponen cambios; de la misma manera, buscan terminar con cada uno de los casos que vulneran la vida y el cuerpo de la mujer, aunque siguen existiendo ciertas diferencias.

Así mismo, los movimientos feministas son respaldados por figuras del mundo del espectáculo como, por ejemplo, Emma Watson, Roxane Gay, Marielle Franco, Malala Yousafzai, entre otras.

#### 4. RESULTADOS

**Análisis de Facebook y Twitter:** el año de creación de las cuentas Ni Una Menos, *Me Too*, y *Time's Up* son iguales en los dos medios sociales analizados. La primera es creada en 2015 y las dos últimas en 2017 y 2018. En el medio social Facebook la cuenta con mayor cantidad de seguidores es Ni Una Menos y en Twitter es la cuenta *Time's Up*.

El número total de seguidores entre las dos redes sociales, para Ni Una Menos es de 407.432; siendo Facebook la red social con el mayor número. *Me Too* cuenta con 166.382 seguidores, en este caso Twitter abarca la mayor cantidad de usuarios; y, el movimiento *Time's Up* tiene un total de 137.670 seguidores concentrados mayoritariamente en Twitter.

En la Tabla 1, se hace una comparativa del crecimiento en seguidores, tomando de referencias los datos de 2018 [17].

**Tabla 1.** Crecimiento de seguidores entre 2018 y 2019

Cuenta	Seguidores hasta 20/06/2018	Seguidores hasta 31/01/2019	Crecimiento Total
Ni Una Menos	63.051	407.432	344381
Me Too	26.567	166.382	139815
Time's Up	83.369	137.670	54301

En menos de un año la cuenta con mayor crecimiento en seguidores es Ni Una Menos. *Time's Up* aunque en un inicio tuvo una cantidad de seguidores significativa, en un año no se evidencia un crecimiento elevado.

De las tres cuentas analizadas, la que genera mayor interacción en Facebook, a través de sus publicaciones, es Ni Una Menos; mientras que, en Twitter son *Me Too* y *Time's Up*.

El contenido de las tres cuentas es diferente, cada movimiento abarca los problemas que enfrentan las mujeres desde diferentes perspectivas. En el caso de, Ni Una Menos se caracteriza por contenido que va en función de temáticas de interés con el que las mujeres y usuarios se sienten identificados, por ejemplo, el femicidio; *Me Too* se encarga de mostrar casos de acoso, violencia, asaltos sexuales y, principalmente, brindar apoyo a las víctimas; y, *Time's Up* se centra, específicamente, en los problemas que las mujeres enfrentan en la industria del cine, el acoso y las desigualdades laborales.

Sin embargo, en Facebook el movimiento *Me Too* encabeza en rendimiento (10,0%) y crecimiento (9.5k), y en el caso de Twitter lidera *Time's Up* en rendimiento (100,0%) y crecimiento (13k).

En la Tabla 2, se indica en que medio social se desenvuelve de mejor manera cada movimiento. Ni Una Menos tiene más seguidores en Facebook, de igual manera, la interacción de los usuarios es mejor en esta red, debido a que realizan publicaciones con contenido de valor. En cambio, los movimientos *Me Too* y *Time's Up* obtuvieron mayor cantidad de seguidores en Twitter y sus publicaciones se centraron en esta misma red, dándoles un resultado favorable en su crecimiento y rendimiento.

**Tabla 2.** Comparación de las cuentas en Facebook y Twitter.

	Fans		Publicaciones		Compromiso		Interacción		Crecimiento		Rendimiento de perfil	
	Facebook	Twitter	Facebook	Twitter	Facebook	Twitter	Facebook	Twitter	Facebook	Twitter	Facebook	Twitter
Ni Una Menos	x		x		x		x		X		x	
Me Too		x		x		x		x		x		X
Time's Up		x		x		x		x		x		X

A continuación (Tabla 3), se establece una lista de etiquetas; las mismas que se obtienen por observación directa, y que se encuentran divididas de acuerdo con cada una de las cuentas analizadas.

En la lista de palabras claves o etiquetas de contenido se analizan indicadores como: número de publicaciones, número de comentarios, y número de reacciones.

**Tabla 3.** Etiquetas o palabras clave seleccionadas para estudio.

<i>Me Too</i>	<i>Time's Up</i>	Ni Una Menos	Otras
<i>Equal pay</i> – pago/salario igualitario	<i>Survivors</i> -sobrevivientes	Aborto legal	Empatía
<i>Discrimination</i> -discriminación	<i>Sexual assault and violence</i> -Violencia y asalto sexual	Ni una menos – libertad	Aborto
<i>Encourage</i> -alentar	<i>Support</i> -apoyo	Educación Sexual	Inclusión
<i>Sexual harassment</i> -acoso sexual		Salud pública	Acoso laboral
<i>Pregnancy discrimination</i> -discriminación por maternidad/embarazo		Justicia social	Equidad salarial
<i>Sexual violence</i> -violencia sexual		Derechos humanos	Reforzar leyes discriminatorias
<i>Parental paid leave</i> - permiso de maternidad pagado		Muerte	Víctimas sexuales
<i>Gender pay gap</i> -diferencia salarial por cuestión de género		Dignidad	Justicia
<i>Inclusion</i> -inclusión		Inequidad	Políticas
<i>Empowerment</i> -empoderamiento		Ley del aborto	<i>Toxic Workplace</i>
<i>Brave</i> -valentía			Superviviente de acoso sexual
<i>Gender equity</i> -equidad de género			Acoso
Violencia sexual			Equidad e igualdad
Trabajo digno, seguro y justo			Femicidio
Acoso sexual			Feminicidio
			Machismo
			Violencia doméstica

En la Figura 4, se evidencian las etiquetas que tienen mayor número de publicaciones. Estas etiquetas o palabras claves van en función del tipo de contenido que publican los movimientos, basándose en los problemas que enfrentan las mujeres en la actualidad.

*Support/apoyo* es la etiqueta que tiene el pico más alto con 53 publicaciones; le sigue *empowerment/empoderamiento* con 31 publicaciones; justicia social (22); igualdad (16); injusticia (12) y las demás están en menos de 10 publicaciones. Estas palabras van de la mano con los casos que han sido denunciados y siguen sin solución, y que en eventos especiales como, por ejemplo, en

los *Academy Award* o premios Óscar, o durante el 8 de marzo, fueron mencionados. Además, a través de *playlist* se trata de empoderar a las mujeres.

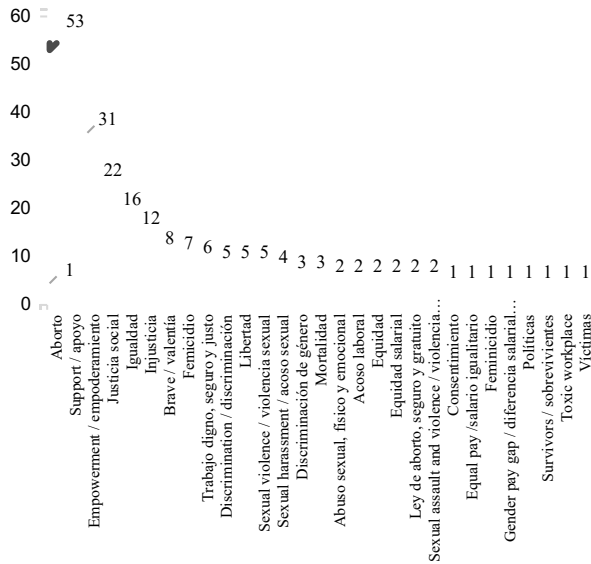


Figura 4. Número de publicaciones por etiqueta  
Fuente: *Fanpage karma*. Elaboración: las autoras

Aunque, los movimientos feministas publiquen y se enfoquen en ciertos temas como, por ejemplo, apoyo, empoderamiento, justicia, e igualdad; es importante analizar como los seguidores reaccionan e interactúan acerca de estos contenidos a través de los comentarios.

En la Figura 5, se observa que la etiqueta *support/apoyo* es la que tiene mayor cantidad de comentarios 691; le sigue justicia social con 156 comentarios; femicidio (114); *empowerment/empoderamiento* (72); *brave/valentía* (62); injusticia (42); ley de aborto seguro y gratuito (34) y las demás fluctúan en menos de 30 comentarios.

Si comparamos las Figuras 4 y 5, se puede mencionar que, *support/apoyo* es el tema principal tanto para los movimientos, como para los usuarios; es aquí donde se presenta el índice más alto. Así mismo, justicia social, empoderamiento, valentía, e injusticia se encuentran dentro de los temas de interés común. En el caso de la etiqueta femicidio los movimientos realizan solo 7 publicaciones, pero los usuarios comentan alrededor de 114 veces siendo el tercer tema más comentado. De igual manera, la etiqueta sobre ley de aborto seguro y gratuito es publicada solamente 2 veces, pero los seguidores realizan 34 comentarios.

Si bien los movimientos y los usuarios tienen un mismo interés se demuestra que hay temas que a los seguidores les importa más, y si el objetivo es que los seguidores se queden en estas cuentas los movimientos tienen que generar más contenido sobre los temas que les interesan a los usuarios, y brindarles ayuda y guiarles sobre temas puntuales, por ejemplo, el feminicidio y el aborto seguro y gratuito.

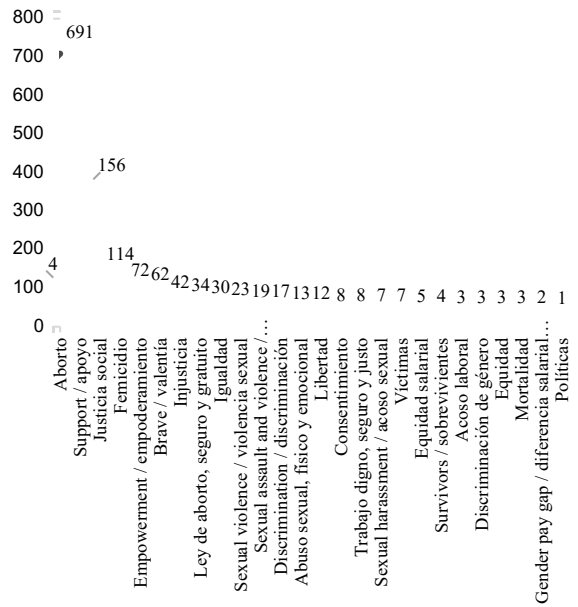


Figura 5. Número de comentarios por etiqueta  
Fuente: *Fanpage karma*. Elaboración: las autoras

Referente al total de reacciones comentarios y compartidos que se muestra en la Figura 6, se sigue manteniendo *support/apoyo* como uno de los primeros con 2.368; y le sigue justicia social (5.925); femicidio (5.217); empoderamiento (3.021); igualdad (1.630); ley de aborto, seguro y gratuito (1.624); injusticia (1.284) y las demás oscilan por debajo de los 100.

Se puede concluir que estos son los temas principales que hoy en día enfrentan las mujeres. Muchos de ellos son problemas que ya se mencionaban o trataban en las luchas iniciales de los movimientos feministas, y que hasta el momento no se han logrado erradicar.

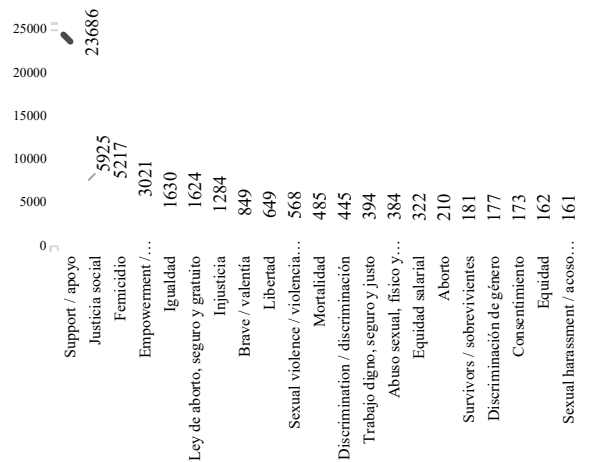


Figura 6. Total de reacciones, comentarios y compartidos  
Fuente: *Fanpage karma*. Elaboración: las autoras

Las publicaciones que realizaron los movimientos se presentan en la Figura 7, donde se observa que la cuenta Ni Una Menos realizó 73 publicaciones; *Me Too* (54); y *Time's Up* (699), siendo la cuenta con mayor número de publicaciones durante el periodo de análisis.

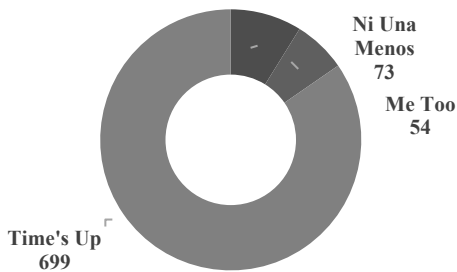


Figura 7. Número de publicaciones de las cuentas

Fuente: *Fanpage karma*. Elaboración: las autoras

Finalmente, la Tabla 3 muestra la cantidad total de reacciones, comentarios y compartidos que tuvo cada cuenta. Ni Una Menos es la cuenta que generó mayor reacción e interacción por parte de sus usuarios, aunque solo desarrollo actividad en la red social Facebook alcanzó los 34k; mientras que *Me Too* llegó a los 2.5k; y *Time's Up* (5.5k)

Tabla 3. Total de reacciones, comentarios y compartidos

Ni Una Menos	34k
<i>Me Too</i>	2,5k
<i>Time's Up</i>	5,5

Fuente: *Fanpage karma*

## 5. CONCLUSIONES

Indudablemente estos movimientos han ayudado a que las víctimas de acoso, abuso, y violencia levanten su voz, de igual manera a que las mujeres sean más solidarias entre sí. La historia del feminismo se continúa escribiendo hasta conseguir una completa igualdad de derechos entre hombres y mujeres.

A través del estudio de las cuentas Ni Una Menos, *Me Too* y *Time's Up* se observa el impacto que generan las mismas con el apoyo de los medios sociales. Los primeros movimientos feministas se limitaban a tener integrantes de una misma comunidad, en cambio que, con los medios sociales los movimientos son más grandes y llegan a públicos de diferente tipo y en diferentes partes del mundo.

Los movimientos analizados y que representan las nuevas formas de activismo en lo que va del presente siglo, a través del Internet y principalmente de las redes sociales han generado impacto en la sociedad. Este estudio demuestra el alcance que tienen a través del número de usuarios o seguidores que cada día va en aumento. Igualmente lo hacen a través de las publicaciones y las interacciones que generan con sus usuarios.

Se identificó las siguientes problemáticas que enfrentan hoy en día las mujeres: la discriminación, opresión, patriarcado y machismo. Lo cual se evidencia a través de los altos índices de violencia, acoso, abuso y el más grave el femicidio; los mismos que se dan a conocer a partir de historias, campañas y marchas que actualmente tienen su origen en las redes sociales y en las cuentas analizadas.

Los temas que tratan los movimientos Ni Una Menos, *Me Too*, y *Time's Up* son de interés social, por ejemplo, femicidio, aborto seguro y gratuito, empoderamiento, apoyo y justicia; lo cual les ha permitido ganar audiencia y generar mayor impacto.

Facebook y Twitter son las redes donde iniciaron sus actividades, sin embargo, manejan otras redes como Instagram, en donde se

unieron después de uno y dos años; y a pesar de que YouTube es la segunda plataforma social más usada en el mundo solo el movimiento *Me Too* se encuentra en la misma (467 suscriptores). Esto deja abierta la posibilidad para seguir analizando los movimientos feministas actuales.

## 6. REFERENCIAS

- [1] Sampieri, R., Collado, C., y Lucio, P. Definiciones de los enfoques cuantitativo y cualitativo, sus similitudes y diferencias. **Metodología de la investigación**. 2-21. 2014. <https://cutt.ly/lzsjX3C>
- [2] Gas, S. ¿En qué contribuye el feminismo producido en las redes sociales a la agenda feminista? **Dossiers Feministes**, 25, 2019, 147-167, DOI: <http://dx.doi.org/10.6035/Dossiers.2019.25.10>
- [3] Kemp, S. Digital 2020: 3.8 billion people use social media. we are social. <https://cutt.ly/vsjOJEU>
- [4] CNN Money. Mark Zuckerberg explica por qué cambió la misión de Facebook. *Estrategia & Negocios*. 2017. <https://cutt.ly/FsjIRXY>
- [5] Sánchez-Duarte, J., y Fernández-Romero, D. Subactivismo feminista y repertorios de acción colectiva digitales: prácticas ciberfeministas en Twitter. **El profesional de la información**. 26(5), 894-902. 2017. <https://cutt.ly/oszllPg>
- [6] Dorsey, J. Twitter no es una red social sino una herramienta de comunicación. (R. Muñoz, y A. Riveiro, Entrevistadores). 2009. <https://cutt.ly/ZsjJzQ9>
- [7] Porta, D., y Diani, M. **Los movimientos sociales**. Madrid: CIS. 2011
- [8] Castell, M. (2012). **Redes de indignación y esperanza. Los movimientos sociales en la era de internet**. Madrid: Alianza Editorial
- [9] Ni Una Menos. Carta Orgánica. Ni Una Menos. 2017. <https://cutt.ly/6sjAg2P>
- [10] Llorente, A. "Ni una menos": Chiara Páez, la adolescente embarazada de 14 años cuyo brutal asesinato dio origen al movimiento contra la violencia machista. BBC. 2020. <https://cutt.ly/3sjO5v0>
- [11] Centenera, M. Cuatro años de Ni Una Menos, el movimiento que rompió el silencio de las argentinas. 2019. El País. <https://cutt.ly/FsjIgwX>
- [12] Ávila, Y. ¿Cómo surgió el movimiento Me Too y cómo revivió en México?. *Animal Político*. 2019. <https://cutt.ly/tsjULjH>
- [13] Carpio, L., Ordoñez, K., y Suing, A. **El activismo social feminista: la violencia de género como centro mediático**. Sevilla: Egregius. 2018
- [14] Dio Bleichmar, E. Cuando las gotas forman un torrente. El movimiento #MeToo. *Aperturas psicoanalíticas: Revista de psicoanálisis*. (57). 2018. <https://cutt.ly/fsjH5Eh>
- [15] Bajo, N. Time's Up: todos de negro contra el acoso sexual. TELVA. 2018. <https://cutt.ly/GsjUMmM>
- [16] Miller, H. Time's Up: la iniciativa de las actrices de Hollywood para luchar contra el acoso sexual. HUFFPOST. 2018. <https://cutt.ly/SsjPcfo>
- [17] Carpio, L.; Ordoñez, K. Puertas, R; & Suing, A. Feminist groups in the internet age. Congreso Universitario Internacional sobre la comunicación en la profesión y en la Universidad de hoy: Contenidos, investigación, innovación y docencia, **CUICIID**, DOI: 10.15178/CUICIID.2018