

Identidades y exposición a las violencias *online*. Aproximación a una clasificación temática de los mensajes de odio

Identities and exposure to online violence. Approach to a thematic classification of hate messages

Carmen Romo Parra

Universidad de Málaga. España.

cromo@uma.es

[CV] 

Lucía Sell Trujillo

Universidad de Sevilla. España.

luciasell@us.es

[CV] 

María Teresa Vera Balanza

Universidad de Málaga. España.

mvb@uma.es

[CV] 

José Jesús Delgado Peña

Universidad de Málaga. España.

jdelgado@uma.es

[CV] 

Este artículo forma parte de los resultados del Proyecto Nacional de I+D+i “Produsage juvenil en las redes sociales y manifestaciones de las desigualdades de género: nuevas formas de violencia” (FEM2017-83302-C3-2-P) (Ministerio de Economía, Industria y Competitividad, 2018-2021).

Cómo referenciar este artículo / Referencia normalizada.

Romo Parra, C., Sell Trujillo, L., Vera Balanza, T. y Delgado Peña, J. J. (2023). Identidades y exposición a las violencias online. Aproximación a una clasificación temática de los mensajes de odio. *Revista Latina de Comunicación Social*, 81, 538-553.

<https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2023-1998>

RESUMEN

Introducción: A través de las redes sociales circulan ideas que promueven la justicia y la igualdad, permitiendo, a su vez, la propagación de mensajes de odio que favorecen el ejercicio de la violencia

online. Bajo estas premisas, a partir de la percepción de la población juvenil dentro del territorio de la Comunidad Autónoma de Andalucía, se cuantifica, describe y sistematiza, desde una perspectiva de género, las violencias que transitan en las redes sociales. **Metodología:** desde un enfoque cuantitativo, se realiza una encuesta a través de cuestionario. El formulario se distribuye entre la población comprendida entre los 14 y los 30 años de edad, utilizando la técnica de bola de nieve, consiguiendo registrar un total de 938 participaciones. **Resultados:** se muestra un impacto diferenciado de las percepciones de violencias en función del sexo y de la orientación sexual, en tanto que son más las mujeres y sobre todo las personas que se declaran como no binarias las que más agresiones han recibido, así como aquellos sujetos definidos con una orientación sexual no heteronormativa. Respecto a las temáticas y las categorías sistematizadas a partir de los relatos violentos recabados, claramente las referidas al aspecto físico y a las posturas políticas e ideológicas concentran casi la mitad de los comentarios totales. **Discusión y conclusiones:** se profundiza en el análisis de las violencias en red, especialmente volcadas en el ataque a los cuerpos no normativos, las identidades subversivas y las subjetividades diversas.

Palabras clave: Violencia; Redes sociales; Discurso de odio; Identidad digital; Estudios de género; Juventud.

ABSTRACT

Introduction: Ideas that promote justice and equality circulate through social networks, allowing, at the same time, the propagation of hate messages that favour exert online violence. Under these premises, based on the perception of the youth population within the territory of the Autonomous Community of Andalusia, violence on social networks is quantified, described and systematized from a gender perspective. **Methodology:** A questionnaire survey was conducted using a quantitative approach. The form was distributed among the population aged between 14 and 30, using the snowball technique, and a total of 938 participants were registered. **Results:** A different impact of violence according to sex and sexual orientation is shown, with women and especially people who declare themselves as non-binary being the ones who have received more aggressions, as well as those people defined themselves with a non-heteronormative sexual orientation. Regarding the themes and categories systematized from the violent accounts collected, clearly those referring to physical aspect and political and ideological stances account for almost half of the total comments. **Discussion and conclusions:** the analysis of networked violence, especially the attack on non-normative bodies, subversive identities and diverse subjectivities, is explored in greater depth.

Keywords: Violence; Social media; Hate speech, Digital identity; Gender studies; Youth.

1. Introducción

Las redes sociales constituyen un campo de investigación ineludible para entender las nuevas formas de conexión y relación de la población mundial en el siglo XXI (van Dijck, 2013; Fernández, 2014; Giraldo-Luque y Fernández-Rovira, 2020). Analizar este nuevo espacio de construcción de realidad implica reconocer nuevas pautas y condicionantes de las relaciones sociales (Moral-Jiménez, 2004; Domínguez y López, 2015; Vizcaíno-Verdú *et al.*, 2020). La diversificación de este entorno se expresa a partir de los datos publicados en junio de 2020 (DXMedia, 2020), que concluye que la red social Facebook es la más seguida por la población mundial conectada, seguida por YouTube y Whatsapp. Instagram ocupa el sexto lugar en ese *ranking*. Sin embargo, cuando se introduce en el análisis la variable edad, se produce una ligera mutación. De hecho, si bien en 2019 se confirmaba YouTube como la red más usada por jóvenes, en 2021 Instagram adelanta ligeramente a YouTube (de la que se destaca su transparencia, inmediatez, sencillez y falta de huella). El Informe *We are social* (2022) confirma esta

tendencia y contabiliza una audiencia de 22.05 millones de personas usuarias de Instagram en España. En cualquiera de los casos, generar y consumir imágenes se convierte en la esencia de las redes sociales y en el fundamento de lo que las personas jóvenes quieren/buscan para relacionarse, a lo que se une el porcentaje de casi un 60% de conexión con la red TikTok, una plataforma basada en compartir micro-videos (de entre quince y veinte segundos). Diferentes estudios sostienen que en octubre de 2020 se superaban los 100 millones de personas activas que la usan de manera diaria; en especial adolescentes que han nacido con la presencia de YouTube. En España la tercera oleada del EGM ya confirma la superación de la televisión como medio con mayor número de personas usuarias, por las que optan por YouTube, Facebook y Spotify, si bien las preferencias mutan en cuanto incluimos a los y las usuarias más jóvenes. TikTok^[1] exige como edad mínima para crear un perfil los 13 años aunque no se necesita consentimiento de ninguna persona adulta, lo cual le concede un atractivo especial para estos adolescentes.

Así la llamada *Generación Z* o postmillennials constituye un colectivo especialmente activo dentro de las redes (Marinas, 2019; Gómez-de-Travesedo y Gil-Ramírez, 2020) y más en una etapa que se encuentra inmersa en ese fácil e ilimitado acceso a la información y al conocimiento que provee la Red. Son personas que se caracterizan por no entender “su mundo” sin los dispositivos móviles y a quienes les resulta relevante contar con una imagen digital activa. Pueden dejarse influenciar con más facilidad por quienes ostentan reputación digital medida por seguidores y seguidoras y sus gustos, relaciones y prioridades las marcan lo digital (Lasén, 2015). Así lo expresan los resultados de la macroencuesta realizada a jóvenes de España de julio de 2021 que destaca que el 51% de la juventud española se siente más integrada dentro de las redes que fuera de ellas (PlayGround, 2021). En un sentido similar al propuesto por Losada-Díaz *et al.* (2021) citando a Caro y Selva (2017), para el contexto global de desconfianza hacia los partidos políticos y hacia la política, los medios sociales se perfilan como herramientas de gran utilidad para acercar al político a la ciudadanía; de igual forma, la participación de la juventud y su actividad pública se sustenta sobre idénticos factores: la desintermediación de los medios tradicionales, la progresiva audiovisualización del medio y la hibridación de los espacios público, privado e íntimo. En el caso del análisis que proponemos, el foro digital promueve un diálogo facilitado por las imágenes en torno a las violencias a partir de las experiencias vividas, percibidas u observadas.

Las redes sociales, por tanto, se muestran como vehículo para la circulación de ideas y valores, también de aquellos que promueven la justicia y la igualdad y reaccionan ante el patriarcado, especialmente en torno a eventos nacionales y globales como el #Metoo, el #Yositecreo, #HaciaLaHuelgaFeminista, #NiUnaMenos, entre otros (Alonso-González, 2021) en un giro emotivo en torno a la indignación, la ira, la rabia o la furia (Gómez-Nicolau *et al.*, 2021). De 2017 a 2021 se ha experimentado un incremento significativo que presenta que el 50% de la juventud española se considera feminista. Ahora bien, esto no deja de evidenciar la enorme disparidad cuando los términos se concretan y afloran los matices: el 74,2% de las chicas y el 50,4% de los chicos perciben la violencia de género como un problema social muy grave; el 20% de los varones entre 15 y 29 años niega la violencia de género afirmando que se trata de “un invento ideológico” (Centro Reina Sofía sobre adolescencia y juventud y FAD, 2021).

De otro lado, las relaciones *online* también permiten que los mensajes de odio y las agresiones transiten y se expandan, definiendo un entorno que parece especialmente proclive al ejercicio de la violencia (de-Jesús-Sánchez, 2020; Núñez-Domínguez y Sell-Trujillo, 2021). En este sentido la investigación realizada por el Departamento de Educación, Política Lingüística y Cultura del Gobierno Vasco en 2013 señala (respecto de adolescentes vascos) que los comentarios sobre el cuerpo femenino es uno de los aspectos que las chicas más identifican como humillaciones, aunque no necesariamente como agresiones, y lo que más les molesta es que se difundan sin control, sin saber hasta dónde pueden llegar. Sin embargo, este miedo no les impide seguir subiendo fotografías (Estébanez y Vázquez,

2013, p. 58). También se explicita que el grupo de jóvenes vascos entiende que las redes se usan para ejercer control sobre la pareja, aunque, desde su perspectiva, este control no tiene un sesgo de género y lo ejercen indistintamente chicas y chicos (Estébanez y Vázquez, 2013, p. 54). Y muy taxativos son los datos que ofrece la Delegación del Gobierno para la Violencia de Género que, en un informe publicado en 2015 (Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, 2015), señala que aunque nuestra juventud, en un 96% entre las mujeres y en un 92% entre los hombres, considera inaceptable la violencia de género, no todas las formas de violencia de género concitan el mismo rechazo ni todos los comportamientos que constituyen maltrato son identificados como tales (2015, p. 4). Estos datos también reflejan que uno de cada tres jóvenes no identifica comportamientos de control con violencia de género (2015, p. 5). Paradójicamente, las redes se manifiestan en contra de mensajes que cuestionen la promoción de la diversidad: “It’s never OK to encourage violence or attack anyone based on their race, ethnicity, national origin, sex, gender, gender identity, sexual orientation, religious affiliation, disabilities, or diseases”; aunque dejando un sinuoso margen a la ambigüedad: “When hate speech is being shared to challenge it or to raise awareness, we may allow it. In those instances, we ask that you express your intent clearly” (Instagram, 2022). Esto es, mientras que de un lado se prohíben las manifestaciones explícitas de odio, se proporciona una infraestructura que posibilita la circulación de mensajes de contenido violento, siempre que sea para crear conciencia de manera explícita señalando al contenido y a la persona. Se genera, así, una acumulación de mensajes ofensivos que buscan aludir y cuestionar al otro.

Como sostenemos, la situación descrita no solo es contradictoria en el sentido de que conviven en el mismo espacio digital global tanto los discursos emancipatorios como los abiertamente misóginos (Jane, 2016; Ging y Siapera, 2018; Tortajada y Vera, 2021; Alichie, 2022); sino que en vez de ensanchar los territorios de la expresión los ataques se intensifican en proporción directa al grado de participación y como reacción patriarcal, tal y como vamos a explorar a continuación en este análisis.

2. Objetivos

El objetivo principal de este estudio consiste en explorar la percepción que tienen las y los jóvenes sobre los contenidos y mensajes violentos recibidos a través de las redes sociales. La investigación se encamina a elaborar una tipología de la violencia desde un enfoque fenomenológico, atendiendo a la percepción de la misma de nuestra población de estudio: jóvenes entre 14 y 30 años de edad dentro del territorio de la Comunidad Autónoma de Andalucía. Son ellas y ellos los que determinan sobre la base de sus percepciones, experiencias e impacto subjetivo la violencia y agresividad de dichos mensajes. Esta investigación se realizó como parte del proyecto “Produce usage juvenil en las redes sociales y manifestaciones de las desigualdades de género: nuevas formas de violencia”, financiado por el Plan Nacional de I+D+i (MINECO), entre los años 2018-2022.

El objetivo específico primero consistió en conocer la medida en la que nuestra población percibía un volumen alto de agresión y ataques violentos a través de las redes sociales; contabilizando, además, su apreciación sobre si los ataques que habían recibido personalmente estaban relacionados con el género de las personas participantes. Con la formulación del objetivo específico segundo se pretendió analizar los contenidos de los mensajes que eran interpretados y relatados como violentos por las personas informantes con el fin de elaborar una taxonomía de la violencia en las redes.

3. Metodología

La recopilación de datos se realizó a través de un formulario *online* que contenía 14 preguntas, aunque solamente tres de ellas son de relevancia para la propuesta metodológica planteada. Las dos primeras preguntas se elaboraron para dar respuesta al objetivo primero y la tercera pregunta atiende al objetivo específico segundo del presente estudio:

- a. ¿Has visto o leído en algún momento comentarios ofensivos o violentos en las respuestas o comentarios en las redes sociales?
- b. ¿Has sufrido ataques en las redes sociales en algún momento por alguna razón relacionada con tu género?
- c. Relata alguna experiencia que hayas visto o creado en redes sociales y que te haya impactado en relación a contenidos ofensivos y/o violentos.

Las dos primeras cuestiones estaban cerradas a partir de las opciones de respuesta “sí”, “no” y “no sabe/no contesta”. La tercera constituía una pregunta abierta en la que de forma voluntaria se pidió a las personas participantes que comentaran alguna experiencia en los términos que consideraran más oportunos.

El cuestionario se distribuyó utilizando un muestreo no probabilístico mediante la técnica de bola de nieve (*snowball sampling*) (Leighton *et al.*, 2021) que consiguió registrar 938 participaciones. El levantamiento de información se realizó durante el mes de mayo de 2021 contando con la colaboración de jóvenes universitarios y estudiantes de secundaria, y sus respectivos contactos.

Las redes sociales en las que las personas participantes mencionaron haber presenciado mensajes de odio fueron YouTube, TikTok, Twitter, Instagram, Facebook y WhatsApp.

Las variables sociodemográficas utilizadas para matizar las respuestas fueron el sexo y la orientación sexual.

Con toda la información recabada se realizó un análisis descriptivo de frecuencias, utilizando la herramienta Microsoft Excel versión 365. Para la sistematización de los datos obtenidos en la pregunta abierta se siguió un método inductivo (Charmaz, 2014), realizándose una codificación abierta de los datos con el propósito de construir una tipología que emergiera a partir del análisis de contenido de los relatos incluidos por las personas informantes. Para ello, se realizó la primera codificación, consensuada y refrendada a través del índice de fiabilidad inter-evaluadora. Posteriormente, los códigos fueron agrupados en distintas categorías de manera inductiva. Estas categorías fueron agrupadas en tres grandes grupos temáticos que atendían a la heterogeneidad de los mensajes, procurando obtener la máxima cohesión interna. Con este propósito, tal y como puede verse en la tabla 1, las temáticas que configuran la taxonomía de las violencias en las redes sociales se refieren a (i) relatos sobre los grupos o colectivos a los que se dirigen las violencias; (ii) relatos sobre los ataques en función del aspecto físico y de las ideas de las personas; y (iii) relatos sobre las formas de violencia mencionadas por los sujetos participantes en el estudio.

Tabla 1. *Categorías y temáticas.*

Descripción	Categorías	Temáticas
Expresiones de odio contra el colectivo de mujeres en función de distintos aspectos relacionados con las actitudes y los modos de ser y de estar de las mujeres dentro del medio social.	Mujeres en general	Relato de situaciones violentas y comentarios ofensivos contra determinados grupos o colectivos.
Expresiones de odio contra el colectivo de hombres en función de distintos aspectos relacionados con las actitudes y los modos de ser y de estar de los hombres dentro del medio social.	Hombres en general	

Relatos de situaciones de homofobia, y en especial de transfobia, y ataques contra el colectivo LGTBIQ+ en general.	LGTBIQ+	
Comentarios que implican racismo y que culpabilizan a personas inmigrantes de la situación del país.	Grupos étnicos e inmigrantes	
Ataques contra influencers e ilustradoras consideradas feministas en función de distintos aspectos como su físico y sus ideas.	Influencers	
Ataques contra la apariencia, los estilos de vida y las ideas que muestran en las redes personas famosas o populares.	Personas famosas	
Comentarios e imágenes hirientes o jocosas contra personas en base a su discapacidad.	Personas con discapacidad	
Manifestaciones ofensivas contra el aspecto físico y la apariencia de personas anónimas, especialmente mujeres, y relacionadas ocasionalmente con la expresión de ideas feministas.	Aspecto físico y apariencia	Relato de comentarios ofensivos y violentos respecto al aspecto físico y las posturas políticas e ideológicas de las personas.
Expresiones de odio contra el feminismo, que incluye algún enfrentamiento entre corrientes del movimiento feminista, con especial alusión a las críticas contra el 8M.	Feminismo	
Comentarios sexistas en general, centrados singularmente en la reivindicación de los roles tradicionales de género aplicados a las mujeres.	Expresiones sexistas	
Ataques contra todo tipo de ideas y tendencias políticas de todo signo.	Tendencias políticas	
Relato de situaciones y comentarios agresivos, ofensivos y violentos de carácter general.	Violencia en general	Relatos sobre formas de violencia.
Comentarios que reflejan banalización y justificación en especial de la violencia sexual y, en general, remitidos a la violencia de género.	Violencia de género	
Relato de situaciones de bullying, donde se mencionan sobre todo el ejercido contra las niñas, y de cyberbullying.	Bullying	
Se contemplan imágenes y situaciones en las que se maltrata a los animales.	Maltrato animal	

Fuente: Resultados de la investigación. Elaboración propia.

4. Resultados

Como hemos mencionado, se obtuvieron un total de 938 respuestas. Respecto a la distribución de la muestra hay que hacer notar que las respuestas de las mujeres supusieron aproximadamente 2/3 del total de los registros. Esto es, 65,4% de mujeres frente al 32,4% de la participación de hombres; declarándose como no binarios el 2,2% de las personas encuestadas.

Asimismo, las tres cuartas partes de las personas informantes se identificaron como heterosexuales (75,8%), registrándose un 24,2% que se definió dentro del colectivo LGTBIQ+.

La edad de las personas participantes en nuestro estudio se concentra entre los 18 y los 22 años: aproximadamente ocho de cada diez informantes (77,4%) se ubicaban en esta franja de edad. A ellas y a ellos les siguen jóvenes entre los 14 y los 17 (12,3%); bajando de forma drástica en los dos últimos intervalos de edad. Solo contabilizamos un 6,5% entre los 23 y 26 años y un 3,8% que declaró hallarse en el intervalo de edad entre los 27 y los 30 años.

En lo que concierne a la ocupación, el 81,6% declaró dedicarse exclusivamente a estudiar, aunque existe un 13,2% adicional que compatibiliza esta actividad con el desempeño de un trabajo remunerado. A su vez, el 3,6% afirmó dedicarse exclusivamente a trabajar y finalmente un 1,6% se halla en situación de desempleo.

4.1. La agresión en las redes: impacto diferenciado en la percepción de violencia en función del sexo y la orientación sexual

Cuando preguntábamos si habían visto o leído en algún momento comentarios que consideraran ofensivos o violentos en las redes sociales, las personas encuestadas declaraban que sí casi en su totalidad, dado que registramos un 91,5% de respuestas afirmativas frente a un escaso 6,0% que no habían visto comentarios de esta índole, en tanto que un 2,6% no sabía precisar o no quería contestar a esta pregunta.

Significativamente, la tendencia se invierte cuando la pregunta se dirigía a los ataques en función del género y además los interpelaba personalmente. A la pregunta de si en algún momento sintieron ser objeto de ataques en las redes sociales por alguna razón relacionada con su género, la respuesta general mayoritaria es que no (78,9%). No obstante, existe un porcentaje nada desdeñable de personas entrevistadas que responde afirmativamente (17,1%) y un 4,1% que no sabe o no contesta.

Sin embargo, estos últimos datos se matizan si los filtramos en función del sexo y la orientación sexual de las personas entrevistadas.

Solo un 8,2% de los hombres manifiestan haberse sentido atacados en las redes por cuestiones relacionadas con su género, en tanto que este porcentaje sube al 20,4% en el caso de las mujeres, incrementándose hasta alcanzar al 47,6% de las personas que se manifiestan no binarias. En fin, las diferencias de los ataques recibidos por cuestiones relacionadas con el género que perciben cada uno de estos colectivos es más que significativa.

Tabla 2. *Percepción de violencia recibida por cuestiones de género en razón del sexo y de la orientación sexual.*

Sexo % (absolutos)	Sí	No	NS/NC	Total
Hombres (304)	8,2 (25)	91,1 (277)	0,7 (2)	100,0 (304)
Mujeres (613)	20,4 (125)	74,1 (454)	5,5 (34)	100,0 (613)
No binarios (21)	47,6 (10)	42,9 (9)	9,5 (2)	100,0 (21)
Orientación sexual% (absolutos)	Sí	No	NS/NC	Total
Heterosexual (711)	14,2 (101)	82,1 (584)	3,7 (26)	100,0 (711)
LGTBIQ+ (227)	26,0 (59)	68,7 (156)	5,3 (12)	100,0 (227)

Fuente: Resultados de la investigación. Elaboración propia.

La orientación sexual marca también las distancias entre los sujetos encuestados. Las personas que se declaran con una orientación sexual no heteronormativa se han sentido atacadas en 11,8 puntos porcentuales más que las que se declaran heterosexuales.

4.2. Hacia una taxonomía de la violencia

En este apartado se analizan los relatos sobre experiencias vistas o creadas con contenidos ofensivos y/o violentos en redes sociales que incluyen una tipología amplia en función de las motivaciones, de las razones y de los propósitos de quienes lo ejercen, implicando tanto los discursos de odio como la comunicación violenta y su potencial relación entre los actos comunicativos y la posibilidad de causar daño físico, o daño moral o ataques al honor o a la dignidad, la incitación o la ofensa a la sensibilidad colectiva (Miró, 2016).

En primer término, narraron experiencias 777 personas del total de los 938 sujetos encuestados. En la tabla 3 se establece el aporte de relatos en función del sexo y la orientación sexual.

Observamos que los hombres no participan en algo más del doble porcentual que las mujeres, las cuales no atestiguan experiencias en un porcentaje similar a las personas no binarias. Claramente, la mayoría de los comentarios proceden del colectivo de mujeres. En primer término, porque constituyen la cantidad mayoritaria de personas encuestadas ya que tenemos aproximadamente dos mujeres por cada hombre; además, en términos porcentuales esta relación sube a 2,4 mujeres que relatan experiencias por cada hombre que lo hace.

En el caso de la orientación sexual, es significativo que a pesar de la escasa muestra del colectivo LGTBIQ+ respecto a las personas que se declaran heterosexuales, aquellos reportan un porcentaje algo superior a estos.

Tabla 3. *Aporte de relatos sobre contenidos ofensivos y/o violentos en función del sexo y la orientación sexual.*

Aporte de relatos	Sexo % (absolutos)			Orientación sexual % (absolutos)	
	Hombres	Mujeres	No binarios	Heterosexual	LGTBIQ+
No relata 17,2 (161)	26,3 (80)	12,7 (78)	14,3 (3)	18,1 (129)	14,1 (32)
Relata 82,8 (777)	73,7 (224)	87,3 (535)	85,7 (18)	81,9 (582)	85,9 (195)
Total 100,0 (938)	100,0 (304)	100,0 (613)	100,0 (21)	100,0 (711)	100,0 (227)

Fuente: Resultados de la investigación. Elaboración propia.

Respecto a las temáticas y las categorías sistematizadas a partir de dichos relatos, claramente la temática referida al aspecto físico y a las posturas políticas e ideológicas concentra casi la mitad de los comentarios totales.

Las categorías que ocupan el primer y el segundo lugar en la distribución de frecuencias totales, como podemos observar en la tabla 4, son las referidas al aspecto físico y la apariencia, que supone más de 1/5 parte de las respuestas totales; y el feminismo, que concentra el 15,3%, de los relatos; constituyendo ambas una parte importante de la temática anterior, que ya destacábamos por contener el mayor número de citas.

Respecto a los matices que introduce la variable sexo, encontramos que los ataques que los hombres han mencionado más son los dirigidos al feminismo (17%), seguidos muy de cerca por la percepción de situaciones de violencia en general y los ataques contra el aspecto físico y la apariencia, esta última categoría concentrando un 14,7% de las frecuencias totales de las respuestas de este colectivo. Curiosamente, esta última categoría es la más presente para el colectivo de mujeres, en tanto que supone un 26,7% de las citas, siendo mencionado el feminismo en segunda posición pero a gran distancia de la categoría anterior.

Si realizamos un análisis de la razón porcentual entre las preocupaciones de hombres y mujeres, podemos reseñar algunos resultados interesantes que se explicitan en la tabla 4. Los ataques al aspecto físico y la apariencia de las personas a través de las redes, preocupa a dos mujeres por cada hombre que relata situaciones de este tipo. Por su parte, también encontramos a cuatro mujeres por cada hombre alarmada por los ataques a *influencers*. Al contrario, tenemos dos hombres por cada mujer que reporta violencia contra el colectivo LGTBIQ+. Por su parte, aunque las referencias a la violencia de género en términos de frecuencias no son muy significativas, se puede concluir que por cada dos hombres preocupados por este tema hay tres mujeres.

Respecto a las personas que se declaraban no binarias, teniendo en cuenta que constituyen un colectivo con una presencia muy exigua en nuestro estudio, comentan eminentemente experiencias relacionadas con los ataques al colectivo LGTBIQ+, a *influencers*, y situaciones de violencia en general.

En lo que concierne a la orientación sexual, las personas que se declaran heterosexuales subrayan especialmente ataques en función del aspecto físico y la apariencia, con un 23,7%, bajando al 13,7% para el caso del feminismo y al 12,9% para la violencia en general. Sin embargo, las personas LGTBIQ+ reportan en un porcentaje muy similar las situaciones de ataques contra el aspecto físico y los ataques al feminismo, suponiendo el conjunto de ambas categorías el 40% del total del colectivo, ocupando un tercer y cuarto lugar muy parejos, las agresiones contra el colectivo LGTBIQ+ y la percepción de la violencia en general. Es significativo que, si nos centramos en las alusiones a la hostilidad contra el feminismo, a este último colectivo les preocupe un 50% más en términos porcentuales que al colectivo que se declara heterosexual.

Tabla 4. Tipología de relatos por temáticas y categorías en función del sexo y la orientación sexual.

Temáticas	Categorías	Sexo % (absolutos)			Orientación sexual % (absolutos)	
		Hombres	Mujeres	No binarios	Heterosexual	LGTBIQ+
Relato de situaciones violentas y comentarios ofensivos contra determinados colectivos.	Mujeres en general (27)	2,2 (5)	4,1 (22)	0,0 (0)	3,3 (19)	4,1 (8)
	Hombres en general (2)	0,9 (2)	0,0 (0)	0,0 (0)	0,3 (2)	0,0 (0)
	LGTBIQ+ (70)	12,9 (29)	6,9 (37)	22,2 (4)	8,4 (49)	10,8 (21)
	Grupos étnicos e inmigrantes (14)	2,7 (6)	1,5 (8)	0,0 (0)	2,1 (12)	1,0 (2)
	Influencers (67)	2,7 (6)	10,8 (58)	16,7 (3)	8,2 (48)	9,7 (19)
	Personas famosas (48)	7,6 (17)	5,8 (31)	0,0 (0)	5,7 (33)	7,7 (15)
	Personas con discapacidad (6)	1,8 (4)	0,4 (2)	0,0 (0)	1,0 (6)	0,0 (0)
	Subtotal 30,1% (234)	29,5 (69)	67,5 (158)	3 (7)	72,2 (169)	27,8 (65)
Relato de comentarios ofensivos y violentos respecto al aspecto físico y las posturas políticas e ideológicas de las personas.	Aspecto físico y apariencia (177)	14,7 (33)	26,7 (143)	5,6 (1)	23,7 (138)	20,0 (39)
	Feminismo (119)	17,0 (38)	14,8 (79)	11,1 (2)	13,7 (80)	20,0 (39)
	Expresiones sexistas (40)	5,4 (12)	5,0 (27)	5,6 (1)	5,5 (32)	4,1 (8)
	Tendencias políticas (52)	8,9 (20)	5,6 (30)	11,1 (2)	7,4 (43)	4,6 (9)

	Subtotal	26,5	71,9	1,6	75,5	24,5
	49,9 (388)	(103)	(279)	(6)	(293)	(95)
Relatos sobre formas de violencia.	Violencia en general	15,6	10,7	16,7	12,9	10,3
	(95)	(35)	(57)	(3)	(75)	(20)
	Violencia de género	4,5	6,5	11,1	5,8	6,7
	(47)	(10)	(35)	(2)	(34)	(13)
	Bullying	2,2	0,9	0,0	1,4	1,0
(10)	(5)	(5)	(0)	(8)	(2)	
Maltrato animal	0,9	0,2	0,0	0,5	0,0	
(3)	(2)	(1)	(0)	(3)	(0)	
Subtotal	33,6	63,2	3,2	77,4	22,6	
20 (155)	(52)	(98)	(5)	(120)	(35)	
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
100,0 (777)	(224)	(535)	(18)	(582)	(195)	

Fuente: Resultados de la investigación. Elaboración propia.

5. Discusión y Conclusiones

Podemos sistematizar nuestras reflexiones en dos grandes líneas de fuerza. Por un lado, si bien nuestros y nuestras informantes constatan casi en su totalidad haber presenciado intercambios que podían percibirse como ofensivos o violentos en las redes sociales, esta tendencia se invierte cuando se les interpela acerca de si han percibido reacciones violentas o agresivas a sus entradas o comentarios en las redes en función de su género u orientación sexual. Parece que, aunque los y las jóvenes han estado expuestos a situaciones de violencia, esta no les concierne personalmente, sobre todo a los chicos, que, de manera muy elocuente, no se sentían atacados frente al colectivo de mujeres y sobre todo al de las personas que se declaraban no binarias. Así mismo, desde la perspectiva de la orientación sexual, las personas con una orientación sexual no heteronormativa se sintieron diana de mensajes de odio en mayor medida que las que se manifiestan heterosexuales. Así la implicación resulta diferencial cuando cruzamos las variables género y orientación sexual. En este sentido hay plena coincidencia con los resultados del *Informe de la encuesta sobre delitos de odio* (2021, 30-31) donde se computan que los principales motivos discriminatorios son: orientación sexual o identidad de género (35,47%); sexo/género (27%); ideología (22,88%) o racismo/xenofobia (20,14%), en ocasiones incluso de manera combinada.

En segundo término y respecto al relato de experiencias ofensivas y/o violentas, más de 4/5 partes de las y los participantes ofrecieron comentarios, siendo las chicas las que más reflexiones aportaron. Estas últimas, además, habían presenciado en la red sobre todo agresiones contra el aspecto físico y la apariencia de las personas, un dato consonante con los resultados del estudio del Departamento de Educación, Política Lingüística y Cultura del Gobierno Vasco que mencionábamos al inicio. El Ministerio del Interior de España (2021, p. 28) computa que en esta edición más de un 50% de las personas víctimas de delitos de odio han recibido ofensas o amenazas por redes sociales o internet, lo que pone de manifiesto lo importante del fenómeno del discurso de odio en esa vía de comunicación.

Las mujeres también mostraban preocupación sobre los mensajes hostiles contra el feminismo en línea con los resultados de Menéndez *et al.* (2021), aunque a gran distancia de las ofensas a los sujetos en función de su apariencia; siendo, por otra parte, los ataques contra el feminismo el aspecto más resaltado por los hombres. La exacerbación de estos mensajes hostiles se corresponde con la situación que describen Núñez y Fernández (2019, p. 386) cuando establecen que siendo este el momento en que el activismo feminista se ha visto obligado a competir por el espacio discursivo en redes sociales, los relatos se tensionan y disputan el territorio simbólico en construcción.

Por su parte, las personas que se declaraban no binarias eminentemente relataron ataques al colectivo LGTBIQ+, a *influencers*, y situaciones de violencia en general. También la orientación sexual marca algunas distancias ya que, si bien las y los definidos como heterosexuales reportan en un orden descendente situaciones de violencia contra el aspecto físico y la apariencia, contra el feminismo y situaciones de violencia en general; aquellas y aquellos con orientaciones definidas dentro del colectivo LGTBIQ+ relatan en un porcentaje muy similar las situaciones de ataques contra el aspecto físico y contra el feminismo, suponiendo el conjunto de ambas categorías casi la mitad de sus reseñas. Es revelador que, si nos centramos en las alusiones contra el feminismo, a este último colectivo les preocupe un 50% más en términos porcentuales que al colectivo que se declara heterosexual. Dentro del exiguo porcentaje de denuncia (según el Ministerio del Interior en este tipo de delitos se aprecia un nivel de infradenuncia que oculta el 90% de los casos y el 80% en Europa según la FRA. Ministerio del Interior de España, 2021, p. 50) son las personas LGTBIQ+ las que interpusieron más denuncias en comparación con el resto de la muestra. En sintonía con Momoitio (2014, p. 25) las lógicas, si las hubiera, son tanto antifeministas como lesbóforas, son reactivas a la visibilidad de los relatos sobre las violencias, sobre los cuerpos no normativos, sobre las identidades subversivas, sobre las subjetividades diversas.

6. Referencias

- Alichie, B. O. (2022). You don't talk like a woman: the influence of gender identity in the constructions of online misogyny. *Feminist Media Studies*. <https://doi.org/10.1080/14680777.2022.2032253>
- Alonso-González, M. (2021). Activismo social femenino en la esfera pública digital. *Vivat Academia*, 154, e1239. <https://doi.org/10.15178/VA.2021.154.E1239>
- Caro, L. y Selva, D. (2017). Uso de Instagram como medio de comunicación política por parte de los diputados españoles: la estrategia de humanización en la “vieja” y la “nueva” política. *El Profesional de la Información*, 26(5), 903-915. <https://doi.org/10.3145/epi.2017.sep.12>
- Centro Reina Sofía sobre adolescencia y juventud y FAD (2021). *Barómetro Juventud y Género 2021. Identidades y representaciones en una realidad compleja*. <https://www.adolescenciayjuventud.org/publicacion/barometro-juventud-genero-2021/>
- Charmaz, K. (2014). *Constructing grounded theory*. Sage.
- de-Jesús-Sánchez, M. (2020). La violencia digital de la generación Z. *Revista mexicana de orientación educativa*, 5, 2-9. <https://doi.org/10.31206/rmdo282020>
- Domínguez, F. y López, R. (2015). Uso de las redes sociales digitales entre jóvenes universitarios de México. Hacia la construcción de un estado del conocimiento. *Revista de Comunicación de la Universidad de Piura*, 14, 48-69.

- DXMedia. (2020). *Las redes sociales con más usuarios*. <https://bit.ly/3zEFHPW>
- Estébanez, I. y Vázquez, N. (2013). *La desigualdad de género y el sexismo en las redes sociales*. Servicio central de publicaciones del gobierno vasco. https://www.observatoriodelainfancia.es/oia/esp/documentos_ficha.aspx?id=3954
- Fernández Paradas, A. (coord.) (2014). *Interactividad y redes sociales*. ACCI.
- Ging, D., & Siapera, E. (2018) Special issue on online misogyny. *Feminist Media Studies*, 18(4), 515-524. <https://doi.org/10.1080/14680777.2018.1447345>
- Giraldo-Luque, S. y Fernández-Rovira, C. (2020). Redes sociales y consumo digital en jóvenes universitarios: economía de atención y oligopolios de la comunicación en el siglo XXI. *El profesional de la Información*, 29(5), 1-15. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.sep.28>
- Gómez Nicolau, E., Medina-Vicent, M. y Gámez Fuentes, M. J. (2021). Expresar la rabia femenina. Las reivindicaciones feministas hoy. En: *Mujeres y Resistencias En Tiempos De Manadas*. Universitat Jaume I, Instituto Universitario de Estudios Feministas y de Género Purificación Escribano. <http://dx.doi.org/10.6035/AgoraFeminista.2021.1>
- Gómez-de-Travesedo Rojas, R., y Gil-Ramírez, M. (2020). Generación Z y consumo de información política: entre la televisión y los nuevos formatos mediáticos, *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, 50, 62-79. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2020.i50.05>
- Instagram. (2022). *Comunidad: Respect other members of the Instagram community*. https://help.instagram.com/477434105621119/?helpref=hc_fnav
- Jane, E. A. (2016). Online misogyny and feminist digilantism. *Continuum*, 30(3), 284-297, <https://doi.org/10.1080/10304312.2016.1166560>
- Lasén, A. (2015). Mediaciones digitales de las relaciones sociales y familiares de los jóvenes. En: C. Torres Albero (Dir.), *España 2015. Situación social* (pp. 1587-1594). CIS
- Leighton, K., Kardong-Edgren, S., Scheidereith, T., & Foisy-Doll, C. (2021). Using Social Media and Snowball Sampling as an Alternative Recruitment Strategy for Research. *Clinical Simulation in Nursing*, 55, 37-42. <https://doi.org/10.1016/j.ecns.2021.03.006>
- Losada-Díaz, J. C., Zamora-Medina, R. y Martínez-Martínez, H. (2021). El discurso del odio en Instagram durante las Elecciones Generales 2019 en España. *Revista Mediterránea de Comunicación/Mediterranean Journal of Communication*, 12(2), 195-208. <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM.19142>
- Marinas, L. (2019). Instagram: Donde Millennials, Generación Z, McLuhan y Bolter se cruzan. *Cuadernos de Información y Comunicación*, 24, 187-201. <https://doi.org/10.5209/ciyc.6464>
- Menéndez Menéndez, M., Amigot Leache, P. y Iturbide Rodrigo, R. (2021). Narrativas sexistas y hostilidad en foros de prensa digital: análisis en diarios de ámbito local. *Investigaciones Feministas*, 12(1), 5-17. <https://doi.org/10.5209/infe.68665>

- Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad. (2015). *Percepción de la violencia de género en la adolescencia y la juventud*. <https://bit.ly/3UkIoQ3>
- Ministerio del Interior, España. (2021). *Informe de la encuesta sobre delitos de odio. Informe 2021*. Ministerio del Interior: Oficina Nacional de lucha contra delitos de odio. <https://bit.ly/3ZPr0UH>
- Miró Llinares, F. (2016). Taxonomía de la comunicación violenta y el discurso del odio en Internet. *IDP. Revista de Internet, Derecho y Política*, 22, 82-107. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=78846481007>
- Momoitio, A. (2014). Violencias patriarcales en Red. En: T. Donoso-Vázquez (Ed.), *Violencias de género 2.0* (pp. 13-28). Kit-book.
- Moral-Jiménez, M^a. V. (2004). Jóvenes, redes sociales de amistad e identidad psicosocial: la construcción de las identidades juveniles a través del grupo de iguales, *Revista galega-portuguesa de psicología e educación*, 11, 183-206. <https://ruc.udc.es/dspace/handle/2183/7011>
- 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-Domínguez, T. y Sell-Trujillo, L. (2021). La cara oscura de la red para las feministas. En: A. Bernárdez Rodal y G. Padilla (Eds.), *Deshaciendo nudos en el social media* (pp. 255-278). Tirant lo Blanch.
- PlayGround. (2021). *El futuro es ahora*. <https://elfuturoesahora.org/survey-results.html>
- Tortajada, I. y Vera, T. (2021). Presentación del monográfico: Feminismo, misoginia y redes sociales. *Investigaciones Feministas*, 12(1), 1-4. <https://doi.org/10.5209/infe.74446>
- van Dijck, J. (2013). *The culture of connectivity. A critical history of social media*. Oxford University Press.
- Vizcaíno-Verdú, A., Contreras-Pulido, P. y Guzmán-Franco, M^a. D. (2020). Construcción del concepto fanbullying: Revisión crítica del acoso en redes sociales. *Pixel-bit*, 57, 211-230. <https://doi.org/10.12795/pixelbit.2020.i57.09>
- We Are Social. (2022). Digital 2022 Spain. We are social. Ltd. & Hootsuite Inc. <https://wearesocial.com/es/blog/2022/01/digital-2022/>

Artículos relacionados

- Alonso-González, M. (2021). Activismo social femenino en la esfera pública digital. *Vivat Academia, Revista de Comunicación*, 154, 133-156. <https://doi.org/10.15178/va.2021.154.e1239>
- Díaz Ospina, J. (2022). El uso del videojuego como herramienta de prevención del ciberacoso en niños. *Opción*, 38, 184-204. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7527567>
- Juárez Rodríguez, J. (2020). Los roles de género en la música infantil de la plataforma digital Youtube. *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información*, 25(1), 19-37. [http://doi.org/10.35742/rcci.2020.25\(1\).19-37](http://doi.org/10.35742/rcci.2020.25(1).19-37)
- Mateos Casado, C. (2021). La pandemia en la sombra. Mujeres víctimas de violencia de género confinadas frente a una doble amenaza en la COVID-19. *Historia y Comunicación Social*, 26(Especial), 107-119. <https://doi.org/10.5209/hics.74246>
- Toro González, S. y Pérez-Curiel, C. (2021). Populismo político en tiempos de COVID. Análisis de la estrategia de comunicación de Donald Trump y Boris Johnson en Twitter. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 54, 1-24. <https://doi.org/10.15198/seeci.2021.54.e700>

AUTOR/ES:

Carmen Romo Parra

Departamento de Psicología Social, Trabajo Social y Servicios Sociales y Antropología Social. Facultad de Estudios Sociales y del Trabajo, Universidad de Málaga. España.

Es profesora titular del área de Trabajo Social y Servicios Sociales del Departamento de Psicología Social, Trabajo Social y Servicios Sociales y Antropología Social de la Universidad de Málaga. Ha sido coordinadora del Máster Universitario en Investigación e Intervención Social y Comunitaria de la Universidad de Málaga entre 2014 y 2018. La autora imparte materias vinculadas a la intervención social desde la perspectiva de género en grado y máster y es integrante del Seminario de Estudios Interdisciplinarios de la Mujer de la Universidad de Málaga desde 1990. Así mismo, cuenta con un sexenio de investigación y participa en proyectos de carácter autonómico, nacional y europeo y con publicaciones científicas vinculadas a los estudios de las mujeres y del género.

cromo@uma.es

Índice H: 5

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-4296-0558>

Lucía Sell Trujillo

Departamento de Psicología Social, Facultad de Psicología, Universidad de Sevilla. España.

Profesora ayudante doctor en la Universidad de Sevilla y doctora en Psicología Social por la London School of Economics. Ha investigado en el campo de las políticas públicas en el CSIC, en la Comisión Europea y para el gobierno británico. Ha estado trabajando como mediadora cultural en

barrios periféricos de la ciudad de Sevilla. Es miembro del comité científico permanente de la Dirección General de Violencia De Género, Igualdad de Trato y Diversidad de la Junta de Andalucía, que coordina el Congreso Internacional para el Estudio de la Violencia contra las Mujeres. Sus líneas de investigación están relacionadas con la desigualdad y violencia de género, las redes sociales, la estigmatización territorial, la feminización de la pobreza y los movimientos sociales. luciasell@us.es

Índice H: 7

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-9841-4505>

Scopus ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=26036685200>

María Teresa Vera Balanza

Departamento de Periodismo. Facultad de Ciencias de la Comunicación. Universidad de Málaga. España.

Profesora Titular de Periodismo. Codirectora del Proyecto Nacional de I+D+i “Produsage juvenil en las redes sociales y manifestaciones de las desigualdades de género: nuevas formas de violencia” (FEM2017-83302-C3-2-P). Y los proyectos europeos: “AAA Arguments Against Aggression”. “Strategies and Tools against Hate Speech in Face -to-Face Encounters and in Social Media” (2018-2021) y “Non-formal Skills improvement and Recognition for adult learners”, para el periodo 2020-2022. Ha participado en el Global Media Monitoring Project WACC 2015 y ha coordinado al equipo de España en la edición de 2020. Su última publicación es “Feminismos, violencias y redes sociales. Prácticas y estrategias iberoamericanas contra los discursos del odio”. mvb@uma.es

Índice H: 4

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-3089-4469>

Scopus ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57657262700>

José Jesús Delgado Peña

Departamento de Didáctica de la Matemática, de las Ciencias Sociales y de las Ciencias Experimentales. Facultad de Ciencias de la Educación. Universidad de Málaga. España.

Profesor Titular, destaca su labor como coordinador de grupos de investigación especialmente en el ámbito de la Cooperación Internacional, la Innovación Educativa y el Aprendizaje Permanente, tanto en el ámbito nacional (2 proyectos), como del programa Erasmus+ (8 proyectos). Ha producido un amplio número de publicaciones entre artículos (34), libros y capítulos (32), creaciones profesionales (4), y contribuciones a congresos (68). Cuenta, además, con numerosas estancias en centros extranjeros, tanto de América Latina (Panamá, Cuba, Ecuador) como Europa (Alemania, Dinamarca, Reino Unido, Suecia). Ha sido Director del Aula de Mayores+55 Universidad de Málaga durante 4 años y actualmente ejerce como Vicerrector Adjunto de Cooperación Internacional y Presidente del Grupo de Trabajo de Didáctica de la Geografía de la Asociación Española de Geografía (AGE). jdelgado@uma.es

Índice H: 3

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-5807-1317>