



Universidad de Valladolid

Curso 2020-2021

Facultad de Filosofía y Letras

Grado en Periodismo

Una aproximación del discurso de odio en Twitter: El caso de la ley trans

Alumna: Alba Mieres Naveiras

**Tutoras: Eva Campos Domínguez y
Cristina Renedo Farpón**

**Departamento: Hª Moderna, Contemporánea, de América, Periodismo, Comunicación, Audiovisual y
Publicidad**

Convocatoria: Segunda. Julio de 2021

UNA APROXIMACIÓN DEL DISCURSO DE ODIO EN TWITTER: EL CASO DE LA LEY TRANS

AUTORA: Alba Mieres Naveiras

TUTORAS: Eva Campos Domínguez y Cristina Renedo Farpón

Descripción: Este trabajo tiene por objetivo explorar el tipo de discurso de odio en Twitter. Para ello, se analiza los mensajes publicados en esta red social sobre la ley trans, cuyo borrador salió publicado el día 2 de febrero de 2021. Para ello, se aborda un análisis de contenido de un total de 82 tweets en dos estudios distintos. El primero abarca desde el día 2 de febrero, fecha de la publicación del borrador de la ley trans, hasta el día 28 de febrero. El segundo tiene como intervalo de tiempo desde el 26 de mayo de 2021, día en que se aprobó dicha ley en Canarias, hasta el 4 de junio. Ambos estudios tienen por objetivo indagar tanto en el tipo de discurso de odio que más abunda en Twitter, así como el tipo de usuario que lo promueve. Las conclusiones apuntan a que las ofensas a la sensibilidad colectiva es el tipo de ataque más común y que los perfiles ordinarios son los que lo escriben.

Palabras clave: Twitter, discurso del odio, transexual, ley trans, redes sociales

AN APPROACH TO HATE SPEECH ON TWITTER: THE CASE OF THE TRANS LAW

AUTHOR: Alba Mieres Naveiras

TUTOR: Eva Campos Domínguez y Cristina Renedo Farpón

Abstract: The aim of this study is to explore the type of hate speech on Twitter. To do so, it analyses the messages published on this social media about the Trans Law, whose draft was published on 2 February 2021. To do so, a content analysis of a total of 82 tweets was carried out in two different studies. The first covers the period from 2 February, the date of publication of the draft of the Trans Law, to 28 February. The second covers the period from 26 May 2021, when the law was passed in the Canary Islands, to 4 June. Both studies aim to find out both the type of hate speech that is most abundant on Twitter, as well as the type of user who promotes it. The conclusions point to the fact that offences to collective sensibilities are the most common type of attack and that ordinary profiles are the ones who write them.

Key words: Twitter, hate speech, transgender, Trans law, social media

Índice

1. Introducción	6
1.1 Justificación de la investigación	6
1.2 Plan de trabajo	6
1.2.1 Planteamiento del trabajo de campo	6
1.2.2. Objetivos:	7
1.2.3 Hipótesis:	7
2. Marco teórico	8
2.1. Definición del discurso del odio	8
2.2. La polarización en las redes y los filtros burbuja	9
2.3. La influencia de los medios de comunicación en la imagen de la transexualidad en la opinión pública	10
2.4. Comparación del tratamiento informático del colectivo trans en las redes sociales y media online	14
2.5. El discurso de odio en internet y en las redes sociales	15
2.5.1. Introducción a las redes sociales	15
2.5.2. El discurso del odio en Twitter	18
2.5.3. La normativa de Twitter	20
2.5.4. Libertad de expresión. Bloquear y silenciar en Twitter	21
2.6. Discurso del odio contra el colectivo LGBT en internet y redes sociales	22
2.6.1. Diferencias entre transexual, transgénero y travesti	23
2.7. La ley para la igualdad real y efectiva de las personas trans	24
2.7.1. La ley transexual Portuguesa. Una comparación con el país vecino	26
2.7.2. La ley de vagos y maleantes: Un vistazo hacia atrás.	27
2.8. El movimiento feminista. Relación con el colectivo trans	28
3. Metodología	29
3.1. Objetivos e hipótesis	29
3.2. Tipo de investigación, técnica y enfoque	30
3.3. Instrumento de análisis y recogida de información	30
3.4. Muestra	31
3.5. Ficha de codificación	33
4. Análisis de resultados	34
4.1. La muestra	35

5. Conclusiones	51
5.1. Dificultades y limitaciones surgidas durante la investigación.....	54
5.2. Futuras líneas de investigación.....	54
6. Bibliografía	55

1. Introducción

1.1 Justificación de la investigación

La presente investigación analiza los comentarios de odio publicados en Twitter tras la aprobación del borrador de la ley trans presentada por Irene Montero, la actual ministra de Igualdad. Previa a ello, la polémica ha estallado cuando Montero planteó la opción de que la nueva ley para la igualdad real y efectiva de las personas trans¹ contemplara que los menores tuvieran la posibilidad de cambiar de sexo en el registro sin necesidad de un informe médico o del consentimiento de sus padres o tutores. Pero el borrador de la ley también contemplaba la autodeterminación de género para todas las personas trans. Es decir, que puedan cambiar de sexo en el registro, nuevamente, sin ningún informe médico ni psicológico.

Es por ello por lo que las opiniones respecto a esta nueva ley se enfrentaron, incluso dentro de otros colectivos como el feminista². Por un lado, estaban las mujeres cis que opinaban que era un gran avance para los derechos de las mujeres trans, y por el otro había mujeres que defendían que la ley provocaría un retroceso en las políticas de igualdad entre los dos sexos.

También en redes sociales se ofendió y atacó al colectivo trans. Si bien es cierto que al tratarse de Internet siempre puede haber nuevos comentarios, este trabajo ha procurado abarcar un número de tweets que atacaron tanto a la nueva ley como al colectivo, además de respuestas a otros comentarios.

1.2 Plan de trabajo

1.2.1 Planteamiento del trabajo de campo

¹ Recuperado de:

<https://www.igualdad.gob.es/servicios/participacion/consultapublica/Paginas/2020-consulta02.aspx>

² Los medios convencionales hicieron eco de este enfrentamiento, como por ejemplo RTVE. Recuperado de: <https://www.rtve.es/noticias/20201119/despatologizar-personas-trans-clave-futura-ley-levanta-criticas-entre-parte-del-feminismo/2057445.shtml>

El trabajo de campo se ha llevado a cabo a través del análisis de contenido de un total de 82 tweets a través de fichas de codificaciones. Se han realizado dos estudios con la finalidad de conocer, en primer lugar, el tipo de discurso de odio imperante en la red social, y después descubrir qué tipo de usuario es el que está detrás de la creación y la propagación de estos mensajes.

1.2.2. Objetivos:

Se plantean los siguientes objetivos que guían esta investigación:

- O1. Conocer el tipo de mensaje que se publican sobre el borrador de la ley trans en Twitter. Para ello, se analizan tweets que contengan alguna forma de discurso de odio sobre la comunidad trans y hacer una codificación para poder clasificarlos en función del tipo que más abunde. El soporte principal de la investigación es la publicación del borrador de la ley trans el 2 de febrero de 2021 y la aprobación de dicha ley en Canarias el 26 de mayo de 2021.

Para el primer estudio se ha realizado una exploración en el propio buscador de Twitter tomando como referencia las fechas ya expuestas y los hashtags #LeyTrans, #NoLeyTrans y #QueerEsMisoginia.

En el caso del segundo estudio, que va desde el 26 de mayo hasta el 4 de junio, se utilizó el hashtag #LeyTransEsPatriarcal, que surgió a raíz de su aprobación en el parlamento canario.

- O2. El segundo objetivo es **analizar el tipo de usuario** que escribe el mensaje para saber cuáles son los perfiles que dominan la conversación. Para ambos estudios se han creado diversos tipos de perfiles (como usuario común, periodista o profesor/a) en función de la información expuesta en la biografía del usuario.

1.2.3 Hipótesis:

En relación con los objetivos establecidos, se han planteado dos hipótesis:

- Hipótesis 1: En los tweets se utiliza de forma mayoritaria la ofensa a la sensibilidad colectiva en lugar de amenazas individuales a usuarios concretos.
- Hipótesis 2: Los usuarios que dominan la conversación y por tanto el discurso del odio son usuarios normales y no *influencers* (quienes tienen más de 10.000 seguidores en Twitter), ni periodistas ni políticos.

2. Marco teórico

2.1. Definición del discurso del odio

Para comprender la siguiente investigación es necesario definir qué es el discurso de odio. Para ello, en este TFG tomamos en consideración Resolución del Comité de Ministros del Consejo de Europa (20) de 1997³, que señala como tales:

todas las formas de expresión que propaguen, inciten, promuevan o justifiquen el odio racial, la xenofobia, el antisemitismo u otras formas de odio basadas en la intolerancia, incluida la intolerancia expresada por agresivo nacionalismo y el etnocentrismo, la discriminación y la hostilidad contra las minorías, los inmigrantes y las personas de origen inmigrante.

Para otros autores, como Kaufman (2015, p.41), el discurso del odio viene de la traducción en inglés de *hate speech* y puede considerarse como tal si cumple cuatro criterios: “criterio de grupo discriminado tipificado, criterio de humillación, criterio de malignidad y criterio de intencionalidad” (2015, p. 16). En otras palabras, la finalidad de este tipo de mensajes es provocar una reacción negativa en un grupo minoritario.

Por tanto, la definición se puede resumir en la que nos ofrecen Bustos, De Santiago, Miró y Rengifo (2019, p.26), quienes aseguran que

estos mensajes (...) están integrados por expresiones que incitan a la violencia, la discriminación, el odio y la animadversión hacia una persona o grupos de personas debido a su religión, género, orientación sexual, discapacidad, nacionalidad, propiciando la intolerancia y la hostilidad.

El método de propagación puede ser “de forma oral, escrita, audiovisual, en los medios de comunicación o en internet” (Bustos et al., 2019, p.26). Tradicionalmente han sido los medios de comunicación los que han sido portavoces de todo tipo de comentarios, pero en la actualidad este formato ha cambiado. Según un estudio de los autores Campos-Freire, Rúas-Araújo, López-García y Martínez-Fernández, incluso “los responsables de las empresas de comunicación tradicionales coinciden a la hora de valorar las redes sociales como instrumentos que conservan y proyectan su valor más allá de sus negocios tradicionales” (Campos-Freire et al., 2016 p. 454). Con la aparición de internet en primer lugar y de las redes sociales en segunda instancia, el mundo de la comunicación ha encontrado otros escenarios para compartir todo tipo de opiniones. Reflexiones que suelen apelar más a los sentimientos que a la razón.

Los medios de comunicación tradicionales como la prensa, la radio o la televisión pueden generar alcance internacional, pero las nuevas tecnologías tienen mayor capacidad de viralización. Como señala Yang, “Uno de los desarrollos más interesantes

³ Recuperado de: <https://plataformaciudadanacontralaislamofobia.wordpress.com/resolucion-20-de-1997-del-consejo-de-europa/>

en el activismo digital en los últimos años es el aumento del activismo de los hashtags, entendiéndolo como la protesta discursiva en las redes sociales a través de una etiqueta, una frase u oración” (Yang, 2016, p.13).

Para poner en contexto el párrafo anterior, explicaremos algunos ejemplos a continuación. Durante el verano de 2020 muchos usuarios españoles de las redes sociales mostraron su rechazo frente a la brutalidad policial que acabó con la vida de George Floyd⁴, compartiendo el hashtag #BlackLivesMatter que en ese momento también empleaban ciudadanos estadounidenses.

Este mismo hashtag ya había sido usado con anterioridad en 2013. Fue otro asesinato de un ciudadano de color en Estados Unidos lo que creó el hashtag en 2013. Como explica Yang, “#BlackLivesMatter, por ejemplo, fue un movimiento protesta que sucedió tanto en las calles como en las redes sociales en respuesta a la absolución de George Zimmerman en julio de 2013 por la muerte a tiros del adolescente Africano-Americano Trayvon Martin⁵” (Yang, 2016, p.13).

Sin embargo, el discurso de odio cuenta con mucha presencia en internet, en contraposición con los movimientos activistas, hasta el punto de que algunas redes como Twitter se han convertido en un foro de discusiones entre opiniones que en ocasiones son completamente opuestas. Para poder entender mejor esta oposición entre ideas es necesario hablar sobre la polarización y los filtros burbuja.

2.2. La polarización en las redes y los filtros burbuja

La polarización se da “cuando los usuarios de una red social generan y debaten contenidos sociales o políticos en diferentes grupos relativamente cerrados y definidos por valores comunes sin apenas interlocución con otros grupos o comunidades” (Robles, et al, 2019, p. 196). Estos mismos autores destacan que “como consecuencia de dicho proceso, el espacio público digital se ve fragmentado y, los posibles efectos positivos de la producción digital, cuestionados” (2019, p. 196).

La polarización de contenidos tiene lugar porque los usuarios son incapaces de abarcar todos los mensajes y la información disponible en una red social, como por ejemplo

⁴ George Floyd fue un ciudadano estadounidense de color que fue asesinado por un policía llamado Dereck Chauvin. Chauvin detuvo a Floyd por realizar una compra por un billete falso, lo esposó y lo tumbó boca abajo en el suelo, presionando su rodilla en el cuello de Floyd, que murió de asfixia. El suceso fue grabado en vídeo y provocó la ira de la ciudadanía, la cual utilizó las últimas palabras de Floyd (“No puedo respirar”) como lema en las protestas contra la policía.

⁵ Trayvon Martin era un adolescente afroamericano que fue asesinado a tiros por el vigilante George Zimmerman durante un tiroteo. Cuando sucedieron los hechos, Martin se encontraba visitando a su familia y no iba armado. Zimmerman declaró que lo había matado en defensa propia y la justicia lo dejó libre, lo que creó controversia entre la población afroamericana y conllevó a la creación del movimiento *BlackLivesMatter*.

Twitter. “Los algoritmos (...) sistematizan nuestras huellas, identifican los *trending topics* y nos entregan mensajes que son política e ideológicamente consistentes con nuestras ideas y preferencias. Así (...) consolidan la segregación homofílica y apuntalan la polarización” (Aruguete, 2019, pp. 23-24).

Así, la misma autora explica que “los individuos tienden a unirse a comunidades con las que comparten valores y a afiliarse a grupos sociales y colectivos para evitar el dilema de vivir en el aislamiento intelectual” y que en la red sucede lo mismo ya que “los moradores virtuales optan por seguir a usuarios cuya ubicación en el espectro ideológico se asemeja a la propia” (Aruguete, 2019, p. 23). En la sociedad española encontramos un claro ejemplo de polarización en la política, de nuevo refiriéndonos al movimiento del 15-M.

La ruptura del tradicional bipartidismo tras el proceso de acción colectiva conocido como el 15-M y la aparición de nuevos partidos políticos como Podemos o Ciudadanos, la emergencia del populismo de derecha representado por el partido político VOX, el proceso abierto sobre el derecho o no de autodeterminación en Cataluña o las dificultades para la formación de gobierno han generado una cierta inestabilidad política gracias a la cual existe una reseñable polarización política (Robles et al., 2019, p. 200).

En esta polarización juega un papel muy importante el llamado filtro burbuja. Para explicar esta teoría tomamos como referencia el libro de Eli Pariser titulado *El filtro burbuja: Cómo la web decide lo que leemos y lo que pensamos* del año 2017. En él, se explica que los buscadores procuran ofrecer al usuario una búsqueda con el contenido que será más relevante para dicho usuario. Por ello, sólo aparecen noticias que sean de su interés, omitiendo otras cuyas características son diferentes. El filtro burbuja, por tanto, provoca una individualización del contenido.

Esta customización sí responde a las preguntas que podamos hacer en la red, pero lo hace en base a nuestra búsqueda previa de información, basándose en nuestra ideología o gustos, y no propone cuestiones o debates más allá de nuestra búsqueda. El filtro burbuja limita por ende las ideas de las personas y por tanto un intercambio de información.

Por otro lado, el autor también señala que las noticias más vistas circulan por la red con independencia del medio de comunicación y las menos consultadas desaparecen, lo cual provoca una limitación de la información.

2.3. La influencia de los medios de comunicación en la imagen de la transexualidad en la opinión pública

Los medios de comunicación tienen una gran influencia sobre la población. Pueden ser utilizados para visibilizar una injusticia y crear consciencia, o bien pueden transmitir

ciertos estereotipos. Como señala Israel (2000), gran parte de la información que recibimos acerca de la política y la sociedad nos llega a través de las publicaciones de los medios.

En el marco de la transexualidad, Sánchez Torrejón declara que “los medios de comunicación perpetúan los tópicos e imágenes que siguen funcionando como base ideológica para las desigualdades causadas” (Torrejón, 2016, p. 65). También la autora señala que “es urgente que desde los medios de comunicación se haga un tratamiento de las noticias relacionadas con la transexualidad, desde un prisma de la inclusión social y el respeto a la identidad de género” (2016, p. 66). En muchas ocasiones, los medios al hablar del colectivo LGBT sólo se centran en una parte del colectivo y no en su globalidad.

Históricamente –y aún en la actualidad- se han primado las reivindicaciones y el estudio de las imágenes culturales sobre la orientación sexual del deseo erótico (OSDE) y, más concretamente, sobre aquellos anhelos orientados hacia personas del mismo sexo, frente a cuestiones relacionadas con la identidad sexual, quedando estas relegadas a un segundo plano muchas veces inexistente (Araujo, 2019, p. 152).

Así, las investigaciones hechas sobre el tratamiento de los medios al colectivo trans suelen caer en estereotipos. De este modo Billard (2016, p. 4198-4199) señala nueve puntos deslegitimadores sobre las personas transexuales en el tratamiento de la información.

1. La denominación indica si un autor o un orador se refiere al individuo transexual por su nombre de nacimiento (deslegitimador) en vez del nombre elegido por el individuo (legitimador)
2. El uso de los pronombres señala si un autor u orador se refiere a una persona transgénero por el pronombre asignado al nacer (deslegitimador) o por los pronombres elegidos por el individuo (legitimador).
3. Las referencias en pasado indican si un autor o un orador se refiere de forma adecuada al pasado de la persona transgénero afirmando explícitamente que la persona fue de un género distinto del que el individuo se identifica actualmente (deslegitimador) o simplemente diciendo que la persona era del género con el que se identificaba (legitimación).
4. La aplicación de los términos indica si el autor o el orador aplica adecuadamente los términos transgénero, transexual y demás (legitimador) o lo hace de forma inapropiada (deslegitimador).
5. La caracterización de la transexualidad indica cuándo un autor u orador lo califica erróneamente (deslegitimación) en una de las muchas maneras que

incluyen, pero no se limitan a categorizar a los hombres transgénero con las mujeres o a las mujeres transgénero con los hombres; equiparar la transexualidad con lo drag, *cross-dressing*, o travestismo; y referirse a la transexualidad como una elección, un estilo de vida, enfermedad, etc.

6. Difamaciones e insultos: Indica si un escritor u orador se refiere a un individuo transgénero como “transexual”, “*she-male*” u otro insulto transfóbico, equipara la transexualidad con una perversión sexual, acción, etc.; o llama a una persona transgénero por algún nombre queriendo ofender, como (...) “Sr. Mamá”. (deslegitimador).
7. La difamación indica si un autor u orador sugiere que un transgénero tiene antecedentes penales o amorales sin fuentes o evidencias, o cuando es totalmente irrelevante para la historia (deslegitimación).
8. Tácticas de choque: señala si un autor o un orador utiliza la identidad de género de una persona transexual como táctica de choque o gancho para llamar la atención del lector (deslegitimación). No todas las referencias de los titulares a la identidad de género de una persona transexual son deslegitimadoras; sólo las referidas en que el autor intenta sorprender a la audiencia describiendo a una persona y relevando su identidad de género como si fuera algo inesperado.
9. Centrarse en los genitales/sexualización indica si un autor o un orador centra la discusión de un individuo transgénero en los genitales de la persona o la representa como un objeto sexual (deslegitimación).

Según el estudio de Araujo, *Trans en los media: Un estudio comparativo piloto del tratamiento de la transexualidad en la prensa generalista y los medios de comunicación digitales*, se llega a la conclusión de que “los medios nativos digitales ofrecen un enfoque más diverso y completo sobre este hecho de diversidad sexual que la prensa generalista” (2019, p.162), y que además los resultados obtenidos “apuntan que los elementos de deslegitimación más habituales en los medios de comunicación están estrechamente relacionados con la conceptualización, la terminología y las expresiones utilizadas, destacando especialmente la sustantivación de la situación de transexualidad” (2019, p. 163).

Además, el análisis afirma que “los medios de comunicación improntan principalmente una imagen negativa de la transexualidad y carecen de análisis en profundidad que acompañen a los hechos noticiosos” (Araujo, 2019, p.163). Es por lo que, aunque los medios de comunicación informen más sobre la transexualidad, deben de hacerlo evitando caer en elementos que dañen al colectivo trans.

Una sociedad plural y globalizada necesita de unos medios de comunicación social comprensivos con la diferencia y la diversidad, que promueva el reconocimiento del derecho a la libre autodeterminación del género como un derecho fundamental debe ser una garantía, para prevenir y evitar situaciones de discriminación por identidad de género y favorecer una sociedad inclusiva que rompa con el binarismo heteronormativo (Torrejón, 2016, p. 67).

Por ello, Adolfo Carratalá, a pesar de que defiende que “diversas organizaciones han elaborado estudios y guías de estilo sobre cómo enfrentarse de manera ética y responsable a la construcción del discurso”, lo cierto es que “el colectivo de personas transexuales, que sí ha logrado un destacado reconocimiento a sus reivindicaciones durante los últimos años gracias a reformas legislativas, no cuenta con iniciativas similares en relación a su tratamiento en la prensa” (2011, p. 185).

De este modo en su estudio *¿Smail o Cristina? Desigualdad e identidad transexual en el discurso periodístico*, el autor propone diez puntos (2011, p. 199-200) a modo de recomendaciones para informar sobre las personas transexuales:

- 1) Los y las transexuales son mujeres y hombres transexuales. Transexual es adjetivo, no sustantivo.
- 2) Siempre se tomará como referencia el sexo de destino (con el que la persona se identifica). Por lo tanto, el periodista respetará la identidad con la que se presente socialmente la persona transexual, esté o no de acuerdo con su sexo biológico. Los nombres, pronombres y adjetivos referidos a ella deberán concordar con dicho género.
- 3) La transexualidad es un rasgo más de los muchos que caracterizan a un determinado individuo. Sólo se considerará significativo, y por lo tanto será destacado, cuando los elementos de la información indiquen que esa característica es relevante al guardar una relación directa con el tema de la noticia y resulte imprescindible para su comprensión.
- 4) El término empleado será transexual y no travesti o travestido dado que estos últimos indican otro tipo de realidades.
- 5) Las personas transexuales que deciden someterse a la cirugía afrontan una reasignación de sexo y no un cambio de sexo.
- 6) Si el hombre o mujer transexual sobre la que gire la noticia ha fallecido o no es accesible, es preferible identificarla con sustantivos como “víctima” o “persona” hasta que las fuentes e indagaciones oportunas nos permitan dar con el género con el que se presentaba. También pueden emplearse iniciales o apellidos como alternativa cuando la oración no incorpore de manera definida el género gramatical. Del mismo modo, el sujeto puede ser elidido en las ocasiones que lo permitan sin crear confusión para evitar una innecesaria repetición de los mismos términos.

- 7) Si la información trata sobre un conflicto en el que la transexualidad ha sido objeto de discriminación, es recomendable contactar con organizaciones de defensa de los derechos de las personas transexuales para recoger sus opiniones y sus valoraciones.
- 8) Los casos de violencia hacia las personas transexuales por el simple hecho de serlo deben ser abordados como un problema social y no como un caso aislado. La buena documentación y fuentes expertas contribuirán a una buena contextualización.
- 9) En este sentido, si se trata de un caso en el que la persona transexual ha sido víctima de un acto de transfobia, es conveniente que el medio asuma una postura explícitamente crítica con la inclusión de algún comentario o editorial en el que se condenen los hechos y se adopte una postura de defensa de los derechos y libertades.
- 10) Evitar el amarillismo y los enfoques morbosos en los que las cuestiones anatómicas o sexuales dominan la cobertura realizada.

2.4.Comparación del tratamiento informático del colectivo trans en las redes sociales y media online

En cuanto a las redes sociales, las propias personas trans hablan del colectivo y de su situación. “La población transexual cada vez es más activa creando conocimientos en línea sobre la identidad transexual y sus problemas a través de blogs activos y el intercambio de recursos” (McInroy y Craig, 2015, p. 608). Por su parte, Mehra, Merkel y Bishop apuntan que los resultados de su estudio

revelan cómo los miembros LGBT perciben el uso de la comunicación en línea para el desarrollo positivo de sus identidades *queer*. También sugieren cómo Internet se está convirtiendo en una herramienta para que los individuos marginados se encarguen de sus vidas (2004, p. 789).

Las personas LGBT encuestadas que participaron en el estudio identificaron una serie de funciones del mensaje (Mehra, Merkel y Bishop, 2004, p. 789):

1. Que proporciona información compartida sobre un evento relacionado con LGBT;
2. Que ayuda a promover la participación de personas LGBT haciendo una declaración política a la comunidad heterosexual sobre las personas LGBT;
3. Que genera la participación de personas LGBT con el fin de proporcionar apoyo social y psicológico a sí mismos y a otros miembros de la comunidad;
4. Que es un recurso informativo sobre los hechos históricos relacionados con las atrocidades que se cometieron contra la comunidad LGBT;

5. Que proporciona a los miembros LGBT un lugar para socializar y vincularse con otros miembros.

Sin embargo, McInroy y Craig también destacan que “desafortunadamente (...) la falta de atención de las perspectivas de los jóvenes LGBTQ continúa aún en la representación de la población transexual en medios offline y en línea” (2015, p. 608). Ya que a pesar de que las redes pueden ser portales de visibilización, también lo son para la discriminación.

Los participantes también discutieron la representación de las personas transexuales en los medios de comunicación digitales. Varios colaboradores consideraron que, si bien la transfobia existía en los medios de comunicación fuera de línea, era más encubierta que la transfobia en línea. Sentían que el anonimato online permitía a las personas ser más explícitamente transfóbicos. (2015, p 612).

En conclusión, los medios tradicionales y los digitales cometen el error de caer en estereotipos o no visibilizar al grupo Trans dentro del colectivo LGBT. Y a pesar de que las propias personas transexuales utilicen las redes para compartir sus experiencias, dar visibilidad, etc., lo cierto es que aún no obtienen demasiada atención y son víctimas de usuarios que los discriminan, sintiéndose impunes debido a la opción del anonimato en la red.

2.5. El discurso de odio en internet y en las redes sociales

2.5.1. Introducción a las redes sociales

En nuestra sociedad actual nos parece impensable que una persona no tenga redes sociales. Como señalan los autores Rodríguez y Pequeño, “A la luz de la investigación realizada por la compañía *Leverage New Media* (2014): Pinterest (80 millones), Instagram (200 millones), LinkedIn (270 millones), Google+ (400 millones), Twitter (570 millones), Facebook (1.150 millones)” (2017, p. 173).

Y añaden además otro estudio de *The Cocktail Analysis* realizado en 2015, en el que se señala que “un 90% de los usuarios de redes sociales tiene cuenta activa en, al menos, una de las principales redes sociales (Facebook, Tuenti, Twitter, Google+, LinkedIn, Instagram, Pinterest)” (Rodríguez y Pequeño, 2017, p. 173).

Pero con el aumento de usuarios y de contenidos compartidos en la red, podemos caer fácilmente en información falsa o bulos. De hecho, estas prácticas pueden provocar o influir el discurso del odio., En los últimos años se ha escuchado mucho la palabra posverdad y tal como señala Corbillón,

El motivo de que este término está en auge y cada vez más personas hablan de él, viene dado por la proliferación de las redes sociales como método para consumir y compartir noticias que son falsas y que están manipuladas con una clara intención: que la sociedad no sepa distinguir entre lo que es real y lo que es ficticio (2018, p. 18).

E indica que, además

en una era en la que existe una sobrecarga de información, muchas personas no se creen todo lo que se publica en las noticias o lo que sale en las redes, aun así, son capaces de creérselo todo ya sea por su afinidad política, por su educación, por interés y también, para reforzar sus creencias (2018, p. 19).

También es muy frecuente encontrarnos con información falsa al navegar por la red. Es lo que denominamos desinformación. El problema es que, en muchas ocasiones, la información falsa parece veraz y los lectores acaban por creer que el contenido es real.

La libertad de expresión y de información, pilares básicos de nuestra democracia, deben encontrar un límite en el derecho a la veracidad de las informaciones que recibimos. El conocimiento de la realidad es lo que nos permite a los receptores formarnos opinión sobre el mundo que nos rodea, sin embargo, el flujo permanente de información y las noticias falsas erosionan esa credibilidad generando desinformación (Alonso, 2019, p. 31).

Esta misma autora indica que las nuevas tecnologías

permiten que se potencie la distribución de las noticias falsas y que éstas, como afirma el diario *La Tribuna* (2018), se posesionen del espacio de las redes sociales, hasta el punto de “dominar la conversación con alto rédito para obtener el propósito que se ha dejado quien la difunde (2019, p 31).

Otro de los grandes problemas de la web y uno de los más problemáticos con los *bots*. Un *bot* podría definirse como “un programa informático lanzado en Internet, que es entrenado por un conjunto de reglas para que actúe de forma autónoma y ofrezca un servicio” (Molina, 2019, p. 6). Estos programas publican contenido como si se tratase de una persona y pueden llegar a influir en las opiniones de los demás usuarios. Esta práctica es especialmente problemática en Twitter.

Un reciente estudio publicado por *Knight Foundation* (2018), sobre un total de 10 millones de tuits de 700.000 cuentas distintas, defiende que la red social del pajarito publica más de un millón de tuits falsos al día, al tiempo que destaca el inmovilismo de la compañía a este respecto y que la mayoría de las cuentas centradas en extender noticias falsas son bots o cuentas semiautomatizadas (Alonso, 2019, p. 39).

Para hacernos una idea de la cantidad de información falsa que circula únicamente en Twitter, la red social “ha eliminado casi 70 millones de cuentas entre los meses de mayo

y junio de 2018” (Alonso, 2019, p. 40). Sin embargo, aún no ha sido capaz de hacer frente a este problema de forma definitiva.

Las redes sociales incluso han impulsado movilizaciones reivindicativas. Manuel Castells señala que “una nueva generación de activistas ha descubierto nuevas formas de cambio político mediante la capacidad de comunicarse y organizarse de forma autónoma, fuera del alcance de los métodos habituales de control político y económico” (2012, p. 38). Y pone el origen de este suceso en Túnez:

La conexión entre la comunicación libre en Facebook, YouTube y Twitter y la ocupación del espacio urbano creó un espacio público híbrido de la libertad que se convirtió en la principal característica de la rebelión tunecina, presagio de futuros movimientos en otros países (2012, p. 40).

Y para ilustrarlo pone de ejemplo “un post en Facebook expresaba claramente una determinada actitud: “La mayoría de los políticos tienen el pelo blanco y el alma negra. Queremos gente con el pelo negro y el alma blanca” (2012, p. 42).

Un ejemplo fue el movimiento 15M, en el que miles de españoles salieron a las calles pidiendo una democracia más participativa que el bipartidismo PP-PSOE y el cese del dominio por parte de los bancos. El día anterior a la manifestación se utilizó la plataforma de Twitter para llamar a la ciudadanía mediante hashtags como “15mpasalo, 15m, alacalle15m, Tomalacalle, Democraciarealya” (Gil y Guilleumas, 2017, p. 141).

Sin embargo, también se puede llamar a la movilización con intenciones discriminatorias. Un ejemplo sería en el movimiento feminista “a partir de los hashtags #NiUnaMenos, #MeToo, #YoSiTeCreo y #QueSeaLey y su contraparte, #NadieMenos, #SalvemosLas2Vidas y #ConMiHijoNoTeMetas” (Machado, Ferrandi y Pfoh, 2019, p. 1).

Por un lado, tenemos las etiquetas que quieren dar visibilidad a la mujer, a los femicidios, a la violencia machista, a los casos de violación y a la que pide que el aborto sea legal, seguro y gratuito. Por el otro, están los hashtags que defienden que la violencia no depende del género, minimizando el problema de que la violencia ejercida sobre las mujeres es mayor, y los que están en contra de aprobar la ley del aborto. La polémica actual se centra en la ley trans cuyo borrador fue redactado por Irene Montero, actual Ministra de Igualdad, y cuyo estudio referiremos en los apartados siguientes.

Todos estos mensajes y hashtags se caracterizan porque fueron escritos a través de Twitter, que es una plataforma de exposición mundial. Como indica Ortuño,

lo que antes suponía esencialmente una comunicación a nivel privado, es ahora un mensaje público con tal lesividad que puede constituir un riesgo social para distintos y tan relevantes valores como la dignidad, la igualdad, la intimidad o incluso el orden público (Ortuño, 2017, p.2).

La autora extrae de esa forma cinco tipos de discurso de odio (2017, pp.10-11). :

- Mensajes en Internet en los que se amenace directamente a alguien con causarle un daño físico o incitando directamente a otro a hacerlo (Incitación/amenaza directa a la violencia).
- Mensajes en Internet en los que justifica, defiende o se alegra de la violencia ejercida sobre alguna persona. (Enaltecimiento de la violencia física).
- Mensajes en Internet en los que haya insultado gravemente a alguna persona y/o la haya acusado de hacer algo sin conocimiento de su veracidad y/o haya hecho alguna declaración que atente contra la dignidad personal de alguien. (Ataques al honor o dignidad).
- Mensajes en Internet en los que haya incitado, defendido, justificado o se haya alegrado del trato desigual, degradante y/o humillante hacia alguna persona por razón de su sexo, raza, etnia, religión, orientación sexual o nacionalidad (Incitación a la discriminación/odio).
- Mensajes en Internet que podrían ser considerados de mal gusto y/o en los que haya utilizado insultos o palabras especialmente desagradables y/o que podrían afectar a la sensibilidad de los demás (Ofensas a la sensibilidad colectiva).

2.5.2. El discurso del odio en Twitter

Debido a las características de esta *web 2.0* y a ciertos factores como puede ser el anonimato, los mensajes discriminatorios han aumentado en los últimos años. Como defienden Prados y Pina,

es necesario poner de relieve que la comunicación por redes sociales es más inmediata y menos filtrada, pues no solamente es mucho más despersonalizada que la comunicación cara a cara, sino que en ocasiones la gente se esconde detrás de un perfil falso o simplemente anónimo. (Prados y Pina, 2020, p 532).

Algunas de las causas de la multiplicación de estos mensajes vienen de la mano con la crisis de refugiados de 2015. Pero también según el estudio de Isasi y Juanatey (2016), fue a raíz de los atentados sufridos en diversas ciudades francesas lo que desencadenó el odio hacia la población musulmana.

La forma del discurso del odio en Twitter puede ser muy variada. Según un estudio llevado a cabo por los autores Waseem y Hovy (2016, p. 89), un tweet puede ser ofensivo si contiene una o varias de las siguientes características:

- Utiliza un insulto sexista o racial.
- Ataca a una minoría.
- Intenta silenciar a una minoría.
- Critica a una minoría (sin un argumento bien fundado).
- Promueve, pero no usa directamente, el discurso de odio o delitos violentos.
- Critica a una minoría y utiliza un argumento de paja.

- Tergiversa descaradamente la verdad o trata de distorsionar las opiniones sobre una minoría con afirmaciones infundadas.
- Muestra apoyo a hashtags problemáticos (...).
- Estereotipa de forma negativa a una minoría.
- Defiende la xenofobia o el sexismo.
- Contienen un nombre de usuario que es ofensivo, según los criterios anteriores, el tweet es ambiguo (en el mejor de los casos) y el tweet trata un tema que satisface cualquiera de los criterios anteriores.

Por ello, el discurso de odio se puede detectar si un tweet contiene uno o varios de los puntos anteriores. Pero estos autores también advierten de que “aunque la mayoría de los criterios son fáciles de identificar, otros como la identificación de hashtags problemáticos son mucho más confusos. Definimos los *hashtags* problemáticos como términos que cumplen el resto de uno o varios de los otros criterios” (2016, p. 89).

Una de las consecuencias que puede provocar el discurso de odio es que puede dar lugar a una agresión real. Otra de las consecuencias que puede llegar a provocar, según Isasi y Juanatey (2016), es el daño psíquico a raíz de recibir acoso y odio, pero también daña la autoestima de los afectados e incluso su fama. Por ello, “la identificación temprana de usuarios promoviendo el discurso del odio podrían permitir programas de divulgación que intenten evitar una escalada del discurso a la acción” (Waseem y Hovy, 2016, p. 88).

Sin embargo, a la hora de hacer frente a estos mensajes, es una tarea bastante compleja, ya que “actualmente mucha de esta moderación requiere una revisión manual de documentos cuestionables, que no sólo limita lo mucho que un anotador humano puede revisar, sino que también introduce una noción subjetiva de qué se considera discurso de odio” (2016, p. 88). Por otro lado, “cuando los datos se pueden obtener, a veces son de baja granularidad, están sujetos a la falta de información (los delitos de odio no se denuncian a la policía), e invariablemente son retrospectivos” (Burnap y Williams, 2015, p. 224).

También es importante definir el perfil de los atacantes además de las características de las redes sociales. Según Isasi y Juanatey (2016), el discurso de odio puede tener su origen en personas que mantienen de forma más o menos cercana un acercamiento con la ideología fascista, incluso fanáticos ultra del fútbol o partidos políticos con un pensamiento de extrema derecha, así como individuos con una ideología más conservadora.

Por otro lado, también existe el perfil del *troll* o del *hater*. En el informe de Isasi y Juanatey (2016), se entiende como *hater* a una persona que con empeño ofende a individuos concretos (aunque la gente famosa es la más perjudicada) o a las minorías a los que acosan por sus diferencias. A veces es tal el acoso que se recibe por parte de estos *haters* que varios famosos han cerrado sus cuentas en Instagram o Twitter. A

veces es tal el acoso que se recibe por parte de estos *haters* que varios famosos han cerrado sus cuentas en Instagram o Twitter.

Por otra parte, la palabra *Troll*, en palabras de Galo Molina (2018, p.13), “no está reconocida en el diccionario español RAE como tal, nos tenemos que ir a Trol, originario del noruego *troll* “Ser sobrenatural”. En la mitología escandinava, monstruo maligno que habita en bosques o grutas”.

Así pues, *troll* podría considerarse como una metáfora de un usuario de internet cuyo comportamiento es bruto, grosero, que busca la provocación del internauta.

La forma coloquial de uso de la palabra en internet de *troll* es la descripción de aquellas personas que publican mensajes instigadores o provocadores, que no son irrelevantes y se encuentran fuera del tema que se está tratando en una comunidad en línea, (foros de discusión, sala de chat, comentarios de blog, se dedica a publicar mensajes provocadores, divertidos, ofensivos, groseros, falsos, racistas, sexistas, etc., en redes sociales o en Internet (foros, chats, blogs, etc) (Galo, 2018, p. 13).

Sin embargo, la principal diferencia entre un *troll* y un *hater* es que estos primeros suelen comentar con intención de provocar y de divertirse ante la reacción de la persona afectada, mientras que el propósito del *hater* es herir o ser hostil con el usuario al que ataca.

2.5.3. La normativa de Twitter

Al igual que ocurre con los Medios de Comunicación, las redes sociales cuentan con sus propios códigos. Tomando como fuente la propia página de soporte de Twitter⁶, podemos observar que la red social cuenta con diferentes normas para los usuarios con el fin de multar los comportamientos inadecuados.

Algunas de estas reglas para hacer frente al discurso de odio serían:

De Seguridad:

- **Violencia:** No puedes hacer amenazas violentas contra una persona o un grupo de personas. También prohibimos la glorificación de la violencia.
- **Terrorismo/extremismo violento.** No puedes amenazar o fomentar el terrorismo o el extremismo violento

⁶ Recuperado de: <https://help.twitter.com/es/rules-and-policies/twitter-rules>

- **Abuso/acoso:** No puedes participar en situaciones de acoso dirigidas a una persona o incitar a otras a hacerlo. Esto incluye desear o esperar que alguien sufra daños físicos.
- **Comportamientos de incitación al odio:** No puedes fomentar la violencia contra otras personas ni amenazarlas o acosarlas por motivo de su raza, origen étnico, nacionalidad, pertenencia a una casta, orientación sexual, género, identidad de género, afiliación religiosa, edad, discapacidad o enfermedad grave.

Privacidad:

- **Información privada:** No puedes publicar la información privada de otras personas (como el número de teléfono y la dirección de su casa) sin su autorización y permiso. También prohibimos amenazar con divulgar información privada o incentivar a otros a hacerlo.

Autenticidad:

- **Contenidos multimedia falsos y alterados:** Está prohibido compartir, con la intención de engañar, contenido multimedia falso o alterado que pueda dar lugar a daños graves. Asimismo, es posible que etiquetemos los Tweets que incluyen contenido multimedia falso y alterado para ayudar a los usuarios a comprender su autenticidad y para ofrecer más contexto.

No obstante, aunque existan diversas normas con sus respectivas acciones si se incumplen (bloqueo de la cuenta o suspensión permanente de ella), es muy complicado poder controlar todos los mensajes que tengan una intención discriminatoria. Queda por ver si en un futuro contaremos con más aplicaciones, programas e incluso bots que sean capaces de manejar esta cantidad para realizar un filtrado óptimo.

2.5.4. Libertad de expresión. Bloquear y silenciar en Twitter

Una de las cuestiones sobre las redes refiere a los límites de la libertad de expresión en ellas. Para el autor Alonso Vázquez, “las libertades de expresión e información, consolidado en la era pre-digital, no tiene por qué verse alterado ante la nueva realidad tecnológica” pero otra corriente es la de “asumir que la revolución digital trae consigo también una suerte de disrupción jurídica en el sistema de la libertad de expresión” (2020, p. 477).

Por ejemplo, el autor señala que en el caso de Estados Unidos “nada dice el Tribunal, en este sentido, de cómo han de juzgarse aquellos límites que las plataformas digitales decidan imponer a determinados contenidos” (2020, p. 484), puesto que “la Corte

distingue (...) los foros públicos tradicionales, tales como calles y parques, que siempre han estado abiertos a que los ciudadanos puedan hacer uso de ellos para expresar sus opiniones” (2020, p. 486). Los límites los ponen las propias plataformas y son ellas las que toman acciones en caso de sobrepasarlos.

Pero, por otro lado, existe la forma de que el usuario se proteja de recibir mensajes que considera inapropiados. En el caso de Twitter, “cuando se silencia a un usuario de Twitter, el titular de la cuenta ya no va a recibir la notificación de cualquier interacción que a través de su *timeline* haga el usuario silenciado” (2020, p. 495), no obstante, otras personas sí pueden ver el contenido silenciado y pueden responder e interactuar con él.

En el caso del bloqueo es diferente, ya que, si un usuario te bloquea en Twitter “además de perder la posibilidad de interactuar directamente con la cuenta que nos bloquea, tampoco podremos acceder a ese foro que constituyen los usuarios que siguen y comentan el *timeline* del perfil en cuestión” (2020, p. 495).

2.6. Discurso del odio contra el colectivo LGBT en internet y redes sociales

No cabe dudas de que el colectivo LGBT ha sufrido mucha discriminación a lo largo de la historia y que aún hoy la sufre. Con la llegada de las redes sociales el discurso del odio se ha adaptado al formato digital, tal y como indican Prados y Pina:

Otro de los colectivos que sufre los mensajes de odio en las redes sociales es el colectivo LGBT (...). Las reacciones más recurrentes cuando una persona se entera de que alguien es LGBT, suelen estar relacionadas con el rechazo o el miedo al contagio (como si se tratara de una enfermedad)” (2020, p 537).

Los prejuicios o la ignorancia son el germen de esta discriminación hacia el colectivo de Lesbianas, Gais, Bisexuales y Transexuales, lo que lleva al miedo y al rechazo. Como defiende el autor David Galvez,

la población homosexual, bisexual y transexual, es causada por factores de diversa índole (...). El agresor de odio actúa generalmente motivado por la identificación de la orientación sexual o identidad de género no-heterosexual como un comportamiento desviado que amenaza su propia identidad sexual, y ejerce la violencia como mecanismo para la ocultación de sus propias inseguridades sexuales y sociales (Galvez, 2016, p. 29).

Si nos centramos en la transfobia, la definición que podemos tomar como ejemplo son las palabras de la autora Sánchez Torrejón, “la transfobia se define como aquellas actitudes de odio y rechazo hacia el colectivo transexual, así como las agresiones cometidas contra cualquier persona transexual por motivo de su identidad de género” (Torrejón, 2016, p. 65).

Sin embargo, también es interesante saber diferenciar entre los términos transexual, transgénero y travesti, ya que da lugar a confusión y es importante distinguirlos para comprender mejor a estas personas, sus reivindicaciones o las discriminaciones que sufren.

2.6.1. Diferencias entre transexual, transgénero y travesti

Muchas veces nos equivocamos al pensar que estos tres términos designan una misma situación cuando sucede lo contrario. Son palabras que definen distintas realidades. Tomando como referencia el trabajo de Víctor Pastor,

El concepto de transexual se refiere al ámbito del sexo biológico (...) aquel que se caracteriza por un tipo de genitalidad u otra con la que se nazca, el cual (...) es rechazado imperiosamente (no en todos los casos) por la convicción férrea del sujeto de pertenecer al sexo contrario al biológico (Pastor, 2020, p.9).

Para Ricaurte, “el transexualismo se configura cuando alguien que siendo inequívocamente de un sexo siente que su identidad de género corresponde a la del otro sexo” (2011, p. 80)

En cuanto a “transgénero”, Pastor (2020, p.9-10) defiende que “podría definirse como la antesala de la transexualidad, es decir, es la condición previa a indispensable para que alguien pueda denominarse transexual (...) todos los transexuales son transgénero pero no todos los transgénero son transexuales”. Además,

Una persona transgénero es aquella cuya identidad o expresión de género difiere de las expectativas convencionales sobre el sexo físico y además siente un desacuerdo entre el sexo asignado al nacer y su identidad de género, consideran que pertenecen al sexo opuesto y en gran multitud de casos deciden iniciar un proceso de transición en aras a armonizar su apariencia y constitución física con su identidad (Pastor, 2020, p.10).

las personas que son transgénero suelen aceptar su cuerpo. La autora Janet Gutiérrez en su estudio *Muchas formas de transexualidad: diferencias de ser mujer transexual y de ser mujer transgénero*, en la que entrevistó a cinco mujeres transexuales y cinco mujeres transgénero, llegó a la conclusión de que las “transexuales intentaban modificar el cuerpo para parecerse lo más posible a una mujer biológica, inclusive con cirugía de reasignación sexual” mientras que por otro lado las “transgéneros aceptaban el pene como parte del cuerpo de una mujer trans, manipulándolo y masturbándose con frecuencia” (Gutiérrez, 2012, p. 15).

Por último, el término travesti que hace referencia a

una persona que en ocasiones se viste con ropa tradicionalmente asociada con los individuos de un sexo diferente, pero esto no significa que estas personas se sientan en conflicto constante con el sexo que se les asignó al nacer y deseen cambiarlo. El travestismo no significa disfrazarse, sino que supone una necesidad de encarnar un rol de género opuesto al determinado en el nacimiento, coadyuvando dicha personificación con ademanes y conductas propias del género pretendido (Pastor, 2020, p.10).

Así, el travesti es “aquella persona que se viste con ropas del otro sexo para satisfacer un deseo erótico-fetichista”, pero que “de ninguna manera desea un cambio real de sexo, ya que se siente plenamente identificado con el sexo de nacimiento” (Ricaurte, 2011, p 109).

2.7. La ley para la igualdad real y efectiva de las personas trans

Ahora que ya han quedado explicadas las diferencias entre las tres realidades de las personas transexuales, travestis y transgéneros, se procede a explicar los puntos más polémicos del borrador presentado sobre la ley trans, titulada *Ley para la igualdad real y efectiva de las personas trans*.

La ley trans fue presentada el pasado 2 de febrero, pero ha generado una opinión con dos puntos de vista opuestos. Por un lado, están los que quieren que se apruebe, ya que garantiza más derechos a los transexuales, así como protección en caso de discriminación. Por el lado contrario, están los que afirman que perjudicará a las mujeres cis, es decir, a las que se identifican con el sexo asignado al nacer.

El documento es un borrador que “se estructura en un título Preliminar, tres títulos y treinta y nueve artículos, además de dos disposiciones adicionales, una disposición transitoria, una disposición derogatoria y diez disposiciones finales” (2021, p.8).

Uno de los puntos más polémicos es el que señala que “se elimina el requisito de la mayoría de edad para solicitar la rectificación de la mención registro del sexo, de modo que las personas mayores de 16 años estarán plenamente legitimadas para solicitar por sí mismas la rectificación” (2021, p. 8). Cabe recordar que no fue hasta el año 2018 que la OMS despenalizó la transexualidad como enfermedad, debido a que la reasignación es un proceso que requiere varios procedimientos médicos: Cirugías, tratamiento hormonal...

Además, también se propone la posibilidad de que la persona trans menor de edad pueda cambiarse el nombre sin rectificar la mención relativa al sexo, ya que

para evitar que las personas menores tengan necesariamente que rectificar la mención relativa al sexo, y para facilitar su plena inclusión y evitar una eventual discriminación, se regula la posibilidad de que las personas trans menores

cambien su nombre sin necesidad de rectificar la mención relativa al sexo (2021, p. 9).

Sobre esta propuesta la opinión queda dividida entre los que argumentan que esta ley protege los derechos de las personas menores transexuales que no cuentan con el apoyo de su familia o tutor legal para iniciar su reasignación. Por otro lado, los que están en contra afirman que al menos se debería presentar un informe psicológico, alegando que la adolescencia es una etapa convulsa.

Pero esta ley no sólo permite la autodeterminación en el caso de los menores de 18 años, sino al conjunto de las personas. Así, se puede en el Título 1, Artículo 5:

1. Toda persona tiene derecho:
 - a) Al reconocimiento de su identidad de género libremente manifestada, sin la necesidad de prueba psicológica o médica, en los términos previstos en esta ley, sin que pueda mediar discriminación por razón de edad, sexo, origen racial o étnico, nacionalidad, religión, orientación sexual, expresión de género, características sexuales, discapacidad, enfermedad, estado serológico, lengua, clase social, migración, situación administrativa o cualquier otra condición personal o social.
 - b) Al libre desarrollo de la personalidad acorde con su identidad de género y expresión de género.
 - c) A ser tratada de conformidad a su identidad de género, en todos los ámbitos públicos y privados, de acuerdo con lo previsto en esta ley.
 - d) A que se respete y proteja su integridad física y psíquica, su intimidad y sus decisiones en relación con su identidad de género y expresión de género.
 - e) A recibir de las Administraciones Públicas una atención integral y adecuada a sus necesidades médicas, psicológicas, jurídicas, educativas, sociales, laborales y culturales en lo que respecta al desarrollo de su identidad y expresión de género.
 - f) A que se proteja el ejercicio efectivo de su libertad y a no sufrir discriminación por motivo de identidad o expresión de género en todos los ámbitos de la vida.
 - g) A obtener la rectificación registral de su mención relativa al sexo de acuerdo con lo establecido en esta ley.
 - h) A instar y obtener la rectificación del nombre y de la mención relativa al sexo en todos los registros y documentos administrativos una vez tramitada la rectificación registral de la mención relativa al sexo.
2. Lo dispuesto en la presente ley se entiende sin perjuicio de lo dispuesto en normativas específicas autonómicas o locales en cuanto resulten más favorables en los derechos reconocidos y la protección otorgada a las personas trans.

En el Artículo 6 se redactan cuatro puntos referentes a las “Personas trans menores de dieciocho años” (2021, p. 15)

1. Los poderes públicos adoptarán las medidas necesarias para garantizar a las personas trans menores el libre desarrollo de la personalidad y la integridad

física, conforme a su identidad de género, así como las condiciones materiales y afectivas que les permitan vivir dignamente y alcanzar el máximo bienestar, valorando y considerando como primordial el interés superior de la persona menor en todas las acciones y decisiones que le conciernan.

2. Las Administraciones Públicas adoptarán las medidas necesarias para garantizar que las personas trans menores sean tratadas en todos los ámbitos de acuerdo con su identidad de género, aun cuando no hayan realizado la rectificación registral de la mención relativa al sexo.
3. Las personas trans menores tienen derecho a ser escuchadas y a incorporarse progresivamente a los procesos de toma de decisiones en relación con toda medida que se les aplique en lo referente a su identidad y expresión de género, de conformidad con lo previsto en el artículo 9 de Ley Orgánica 1/1996, de 15 de enero, de Protección Jurídica del Menor, de modificación parcial del Código Civil y de la Ley de Enjuiciamiento Civil.
4. Se considerará que la negativa a respetar la identidad de género de una persona menor de dieciocho años por parte de su entorno familiar perjudica el desarrollo personal del menor, a efectos de valorar una situación de riesgo, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 17 de la Ley Orgánica 1/1996, de 15 de enero, de Protección Jurídica del Menor, de modificación parcial del Código Civil y de la Ley de Enjuiciamiento Civil.

Estos dos artículos son lo que han provocado las críticas a esta propuesta de ley, eclipsando los demás puntos que trata sobre los derechos de las personas trans. Pero no sólo ha generado críticas, sino que también ha provocado mensajes de odio en Twitter hacia el colectivo, aspecto que se tratará en la metodología.

2.7.1. La ley transexual Portuguesa. Una comparación con el país vecino.

Pero no sólo España cuenta con una ley que regule los derechos de las personas trans. En Portugal también existe una, llamada Ley 38 de 2018. *Direito à autodeterminação da identidade de género e expressão de género e à proteção das características sexuais de cada pessoa*. 7 de agosto. *Diário da República* n.º 151/2018.

Sin embargo, nuestro país vecino mantiene diferencias significantes con el borrador de la ley española.

La ley lusa cuenta con cinco capítulos y 19 artículos. Y es en el artículo 7 en del capítulo 2 en el que se encuentran las principales diferencias, ya que indica:

1. Tiene legitimidad para pedir el procedimiento de cambio de mención del sexo en el registro civil y de la consecuente alteración del nombre propio las personas de nacionalidad portuguesa, mayores de edad y que no muestren interdictas o inhabilitadas por anomalía psíquica, cuya identidad de género no corresponde al

sexo atribuido al nacer (art 7. de la ley *Dereito à autodeterminação da identidade de género e expressão de género e à proteção das características sexuais de cada pessoa*, 38/2018, de 7 de agosto, p3922).

Así pues, difiere del borrador de la ley española, cuyo artículo 8, titulado *Personas trans extranjeras o apátridas*, recoge que:

- Las Administraciones Públicas, en el ámbito de sus competencias, garantizarán a las personas extranjeras o apátridas que se encuentren en España, con independencia de su situación administrativa, la titularidad y el ejercicio del derecho a la identidad de género libremente manifestada, en las mismas condiciones que a las personas de nacionalidad española, en los términos recogidos en la presente ley (p 15-16).

Otra diferencia que se percibe entre ambas leyes es la de menores de 18 años. Mientras que en el borrador de la ley trans española se eliminaba el requisito de alcanzar la mayoría de edad y también el permiso de los padres o tutores, como hemos visto en apartados anteriores, la ley portuguesa contempla que:

- Las personas de nacionalidad portuguesa y con edad comprendida entre los 16 y los 18 años pueden pedir el procedimiento de cambio de mención del sexo en el registro civil y de la consecuente alteración del nombre propio, a través de sus representantes legales, debiendo el registrador proceder a una audiencia presencial del solicitante, a fin de conocer su consentimiento expreso, libre e informado, mediante un informe solicitado por el solicitante a cualquier médico inscrito en el Colegio de Médicos de Portugal o psicólogo inscrito en el Colegio de Psicólogos de Portugal, que acredite exclusivamente la capacidad de decisión y la voluntad informada del solicitante sin referencia a los diagnósticos de identidad de género, teniendo siempre en cuenta los principios de autonomía progresiva y el interés superior del niño recogidos en la Convención sobre los Derechos del Niño.

2.7.2. La ley de vagos y maleantes: Un vistazo hacia atrás.

Sin embargo, también se considera oportuno realizar una comparación entre la nueva ley que se quiere aprobar con la que existía en el siglo pasado. La ley de Vagos y Maleantes de 1954 modificó la existente del 4 de agosto de 1933, en la que se refería a aquellos sujetos considerados antisociales, como por ejemplo los vagabundos y proxenetas.

La ley dictada por Francisco Franco del 15 de julio de 1954, que se derogaría en la tardía fecha de 1995, añadió a la categoría de sujetos antisociales a los homosexuales,

como se puede leer en el artículo sexto de la llamada ley de vagos y maleantes⁷, que dictaba que

a los homosexuales, rufianes y proxenetas, a los mendigos profesionales y a los que vivan de la mendicidad ajena, exploten menores de edad, enfermos mentales o lisiados, se les aplicarán, para que cumplan todas sucesivamente, las medidas siguientes:

- a) Internado en un establecimiento de trabajo o Colonia Agrícola. Los homosexuales sometidos a esta medida de seguridad deberán ser internados en Instituciones especiales y, en todo caso, con absoluta separación de los demás.
- b) Prohibición de residir en determinado lugar o territorio y obligación de declarar su domicilio.
- c) Sumisión a la vigilancia de los Delegados.

2.8. El movimiento feminista. Relación con el colectivo trans

En ocasiones omitimos que el movimiento trans y el feminista han luchado juntos por obtener sus derechos. Tras la dictadura franquista y en los primeros años de democracia “nos olvidamos del papel que tuvieron las mujeres masculinas o las travestis, que fueron especialmente visibles en eventos clave, como la primera manifestación por la liberación homosexual celebrada en Barcelona (1977)” (Platero, 2016, p. 56).

Incluso, como prueba de que estos dos movimientos sociales se complementan el uno al otro, cabe añadir que “es en las jornadas feministas estatales donde por primera vez se visibiliza la intersección de los movimientos feministas y *trans*, concretamente en sus convocatorias de 1993, 2000 y 2009” y que fue en las jornadas “celebradas en Madrid en 1993, tituladas “Juntas y a por todas”, se abordaron los debates sobre la identidad transexual así como la realidad de las trabajadoras del sexo que eran transexuales” (Platero, 2016, p. 56).

Así pues, durante la segunda mitad del siglo XX “la lucha del movimiento feminista en los años 80 estuvo centrada fundamentalmente en la salud sexual y reproductiva, la violencia contra las mujeres, el derecho al deseo y al placer” pero a ello se unieron “cuestiones que intersectan con otros movimientos sociales incipientes, que están reclamando su derecho a ser, desde una posición identitaria, como eran las lesbianas, prostitutas, travestis y transexuales entre otras” (Arjonilla Y Méndez, 2015, p.20).

7 “Ley relativa a vagos y maleantes”. Gaceta de Madrid (217): 874-877. 5 de agosto de 1933. Consultado el 15 de abril de 2021. Recuperado de <https://www.boe.es/datos/pdfs/BOE/1954/198/A04862-04862.pdf>),

No obstante, una parte del movimiento feminista no está de acuerdo en incluir a las mujeres transexuales en el mismo colectivo. “Una comunidad marginada como la de las personas transexuales ya está sometida a las normas socioculturales hegemónicas, pero además enfrentan acoso y odio por parte de las feministas radicales trans-excluyentes (TERFs)” (Lu, 2020, p. 5) quienes además “dicen ser feministas que son “críticas con el género”, pero son conocidas por su transfobia enmascarada en el lenguaje del feminismo” (2020, p. 5).

Este grupo dentro del colectivo feminista, como explica Lu, “fue acuñado en 2008 por un blog feminista (...) la frase TERF se refiere generalmente a las autoproclamadas feministas que ven la existencia de las personas transgénero como una intromisión en alguna concepción de la “feminidad” (2020, p. 5). A pesar de que en primera instancia a las *TERFs* “les gusta participar en argumentos aparentemente lógicos sobre los derechos de las mujeres o la deconstrucción del género, su dependencia del esencialismo biológico y las posturas contradictorias ocultan la simple transfobia de su núcleo” (2020, p.5).

A modo de conclusión podemos recalcar que el colectivo feminista y el transexual han luchado de la mano para conseguir sus derechos, pero que, sin embargo, una parte dentro del movimiento feminista no sólo excluye a las mujeres trans, sino que también contribuye a su marginalización.

3. Metodología

En el siguiente epígrafe se explica la descripción metodológica de esta investigación. En primer lugar, se exponen los objetivos y las hipótesis planteadas para después describir el tipo de investigación, la técnica y el enfoque.

3.1. Objetivos e hipótesis

El objetivo principal consiste en analizar tweets que contengan alguna forma de discurso de odio sobre la comunidad trans para poder clasificarlos en función del tipo que más abunde. El segundo objetivo es determinar qué tipo de personas dominan la conversación, realizando para ello otro análisis sobre los usuarios.

Así, se han planteado dos hipótesis:

- Hipótesis 1: En los tweets se utiliza de forma mayoritaria la ofensa a la sensibilidad colectiva en vez de amenazas a personas en concreto.
- Hipótesis 2: Los que controlan la conversación y por tanto el discurso del odio son personas normales y no *influencers* (quienes tienen más de 10.000 seguidores en Twitter), ni periodistas o políticos.

3.2. Tipo de investigación, técnica y enfoque

Se propone una investigación exploratoria basándose en el análisis de contenido con un enfoque cuantitativo. El modelo escogido es de corte exploratorio, puesto que el estudio se centra en algo novedoso como el borrador de la ley trans de 2021.

La técnica es el análisis de contenido ya que “se sitúa en el ámbito de la investigación descriptiva, pretende, sobre todo, descubrir los componentes básicos de un fenómeno determinado extrayéndolos de un contenido dado a través de un proceso que se caracteriza por el intento de rigor de medición” (López, 2002, p. 174).

Por otro lado, el enfoque seleccionado es el cuantitativo puesto que “se preocupan menos de la unidad de sentido y más de ofrecer cifras en torno a unidades significativas obtenidas de la documentación básica” (López, 2002, p. 172).

3.3. Instrumento de análisis y recogida de información

Para este estudio se ha elegido la ficha de codificación con el objetivo de analizar los tweets. En el primer estudio, se ha seleccionado un total de 61 mensajes de forma aleatoria utilizando la propia búsqueda avanzada de Twitter. Sin embargo, para hacer una clasificación se ha empleado una franja de tiempo: desde el día 2 de febrero de 2021, fecha en la que se publicó el borrador de la ley trans, hasta el día 28, esto es, un intervalo de casi un mes.

Los tweets también se buscaron con la opción de búsqueda avanzada al añadir los hashtags “#LeyTrans”, “#NoLeyTrans” y “#QueerEsMisoginia” utilizados en tweets, pero también en respuestas, así como en hilos de un autor o en tweets citados.

No obstante, también se han utilizado respuestas a otros tweets que, a pesar de no contener uno de los hashtags citados, eran contestaciones a mensajes que sí los tenían.

Las variables para emplear son cinco, siguiendo el modelo utilizado en el estudio *¿Eres un cyberhater? Predictores de la comunicación violenta y el discurso del odio en Internet*, de la autora Rebeca Bautista Ortuño (2017, pp.10-11).

- Mensajes en Internet en los que se amenace directamente a alguien con causarle un daño físico o incitando directamente a otro a hacerlo (Incitación/amenaza directa a la violencia).
- Mensajes en Internet en los que justifica, defiende o se alegra de la violencia ejercida sobre alguna persona. (Enaltecimiento de la violencia física).
- Mensajes en Internet en los que haya insultado gravemente a alguna persona y/o la haya acusado de hacer algo sin conocimiento de su veracidad y/o haya hecho

alguna declaración que atente contra la dignidad personal de alguien. (Ataques al honor o a la dignidad).

- Mensajes en Internet en los que haya incitado, defendido, justificado o se haya alegrado del trato desigual, degradante y/o humillante hacia alguna persona por razón de su sexo, raza, etnia, religión, orientación sexual o nacionalidad (Incitación a la discriminación/odio).
- Mensajes en Internet que podrían ser considerados de mal gusto y/o en los que haya utilizado insultos o palabras especialmente desagradables y/o que podrían afectar a la sensibilidad de los demás (Ofensas a la sensibilidad colectiva).

También se ha hecho un estudio sobre la cantidad de veces que se han empleado los tres hashtags (#LeyTrans, #NoLeyTrans y #QueerEsMisoginia) en los 61 tweets o si además se han empleado otros aparte de los citados.

En el caso de que sea una respuesta a un tweet, se ha analizado si también usó hashtags o si por el contrario no ha utilizado ninguno.

Para el segundo estudio se ha empleado un margen de tiempo de nueve días, desde el 26 de mayo de 2021 hasta el 4 de junio. Esta vez se ha utilizado un hashtag, #LeyTransEsPatriarcal, y se empleó la herramienta de *Tuit Archive* para facilitar la búsqueda. El resultado han sido 21 tweets también recogidos de forma aleatoria.

A su vez, se ha tenido en cuenta que se haya utilizado uno o más hashtags a parte del ya mencionado, así como si se trata de un tweet propio o una respuesta a otro individuo.

En el caso del análisis de los usuarios, se han creado distintos tipos dependiendo de la información que contiene la biografía de cada perfil. Además, se ha codificado también el número de retweets, “me gusta” y comentarios de los 82 tweets totales para valorar su influencia.

3.4. Muestra

El tipo de muestra empleada son mensajes recogidos de forma aleatoria mediante el propio buscador de Twitter y la aplicación *Twitter Archive*. Al encontrarlos, se han sacado fotos de pantalla para guardarlos y así evitar perderlos si su autor o el propio Twitter los elimina.

Capturas nº1 y 2: Ejemplo de tweets con un mensaje de odio



ella libre @ellainsumisa · 29 may.

Que te parece que cualquier tío pueda usurpar el sexo femenino, y además ataquen con esa ley a la infancia?

Te parece normal que niñas y mujeres tengamos que compartir, vestuarios, WC con "mujeres con pene"?

[#leytransespatriarcal](#)

[#SexoNoGenero](#)

[#queeresanticiencia](#)



Elena Armesto

@ElenaArmesto

En respuesta a [@ElenaArmesto](#)

Las "terapias afirmativas de género", (bloqueadores hormonales, hormonación cruzada y amputaciones/cirugías) es la mutilación genital femenina de Occidente,
[#NoLeyTrans](#) [#AnteTodoSonNiños](#)
[#DerechosHumanosNiños](#)

10:25 p. m. · 25 feb. 2021 · Twitter for iPad

28 Retweets 66 Me gusta

Fuentes: <https://twitter.com/ellainsumisa/status/1398684326888361984>,
<https://twitter.com/ElenaArmesto/status/1365050200256036864>

Captura de pantalla nº3: Ejemplo de un perfil de usuario común



Fuente: <https://twitter.com/deigocp>

3.5.Ficha de codificación

Para poder diferenciar el tipo de discurso empleado, los tweets se han codificado empleando las cinco variables recogidas en el estudio de Bautista Ortuño (2017) *¿Eres un cyberhater? Predictores de la comunicación violenta y el discurso del odio en Internet*.

Así mismo se ha añadido el uso de los hashtags, si se trata de una respuesta, y la fecha de publicación del tweet.

Tabla 1. Ficha de análisis de referencia (Contenidos)

Fecha	
Usuario	
#LeyTrans	
#NoLeyTrans	
#QueerEsMisoginia	
Otro hashtag	

No hashtag	
Respuesta a tweet	
Incitación/amenaza directa a la violencia	
Enaltecimiento de la violencia física	
Ataques al honor o a la dignidad	
Incitación a la discriminación/odio	
Ofensas a la sensibilidad colectiva	

Fuente: Elaboración propia a partir del estudio de Ortuño (2017)

Tabla 2. Ficha de análisis de referencia (Usuarios)

Usuario	
Perfil	
Seguidores	
Siguiendo	
Rt a su tweet	
“Me gusta” a su tweet	
Comentarios	
Observaciones	

Fuente: Elaboración propia

4. Análisis de resultados

Con el objetivo de poder analizar qué tipo de discurso de odio predomina en Twitter y qué usuarios lo redactan, se han hecho dos estudios.

Para comprobar que durante los días posteriores a la publicación del borrador de la ley trans el 2 de febrero de 2021 en Twitter se dieron mensajes de odio, se recogieron los resultados obtenidos de la muestra seleccionada, realizado a partir de las variables ya expuestas en la metodología. Los hashtags empleados fueron #LeyTrans, #NoLeyTrans y #QueerEsMisoginia.

Posteriormente la ley se aprobó en Canarias el 26 de mayo y se realizó el segundo estudio usando las mismas variables y el hashtag #LeyTransEsPatriarcal.

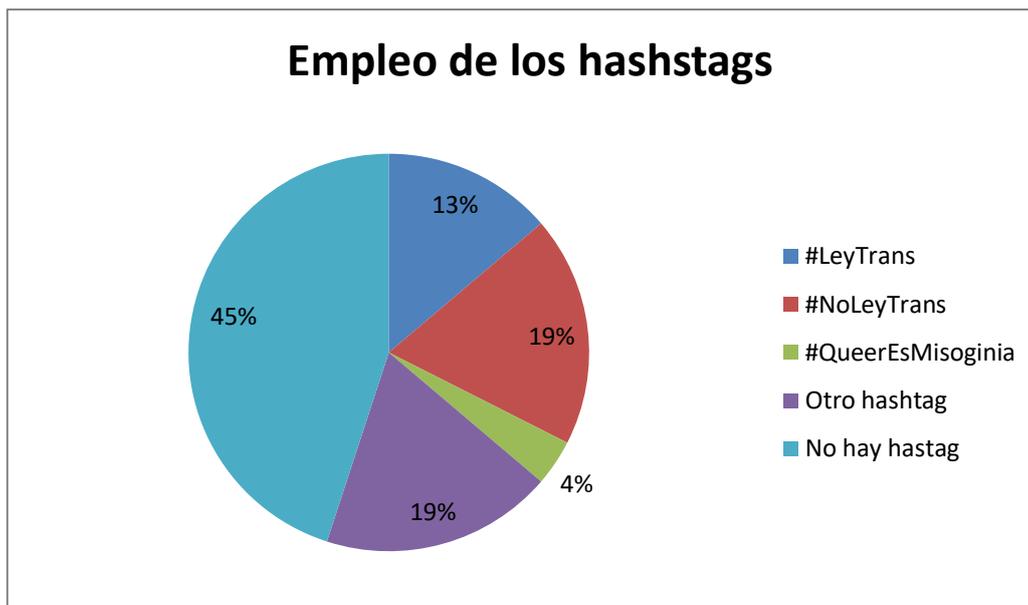
4.1.La muestra

En total la muestra contiene 82 tweets. 61 pertenecen a un rango de tiempo comprendido entre los días 2 y 28 de febrero de 2021. Esto es, desde el día de la publicación del borrador y 26 días después de dicha publicación. Los 21 tweets restantes comprenden desde el 26 de mayo hasta el 4 de junio, es decir, un intervalo de 9 días.

a) Primer estudio: Contenidos (#LeyTrans, #NoLeyTrans y #QueerEsMisoginia)

Durante el mes de febrero aumentó el uso de etiquetas refiriéndose al colectivo trans. Como resultado, el 55% de las personas tuitearon utilizando al menos un hashtag aludiendo a la propia ley o bien a otros usuarios. De entre ellos, el hashtag más empleado fue #NoLeyTrans, seguido de otras etiquetas que también referían al colectivo trans de forma discriminatoria o hiriente. También se empleó la referencia a la propia ley con #LeyTrans (13% del total) y la etiqueta #QueerEsMisoginia en un 4% del total.

Gráfico nº 1: Resultados de los hashtags empleados

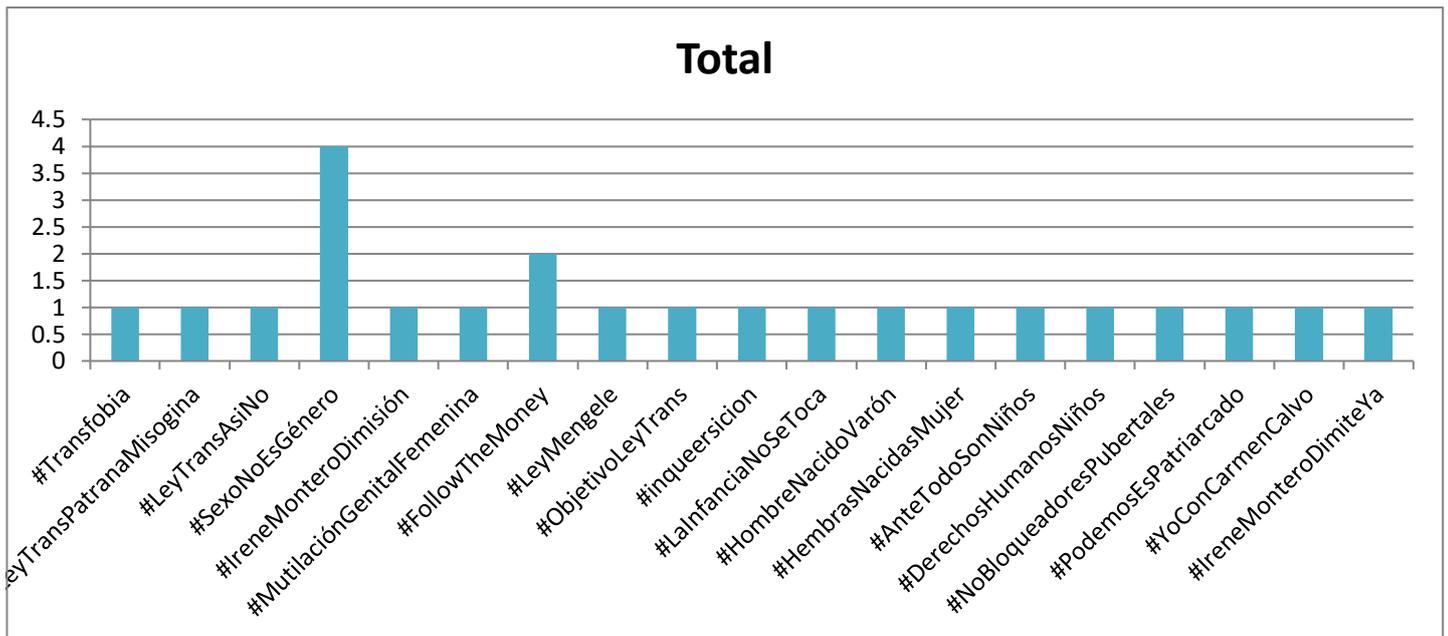


Fuente: Elaboración propia

Así, la muestra también ha recogido que el 19% son otros hashtags como #LeyTransPatrañaMisógina, #LeyTransAsiNo, e incluso haciendo referencia a Irene Montero, la actual ministra de Sanidad, o bien a su partido político, Podemos. De este modo, en esta categoría de otros hashtags nos encontramos con #IreneMonteroDimisión o #PodemosEsPatriarcado.

Por otro lado, también se han encontrado tweets que contenían discurso de odio sin haber empleado uno de los hashtags mostrados. Se trataban de respuestas a otros mensajes publicados que sí habían usado dichas etiquetas en su mensaje.

Gráfico n°2: Otros hashtags empleados



Fuente: Elaboración propia

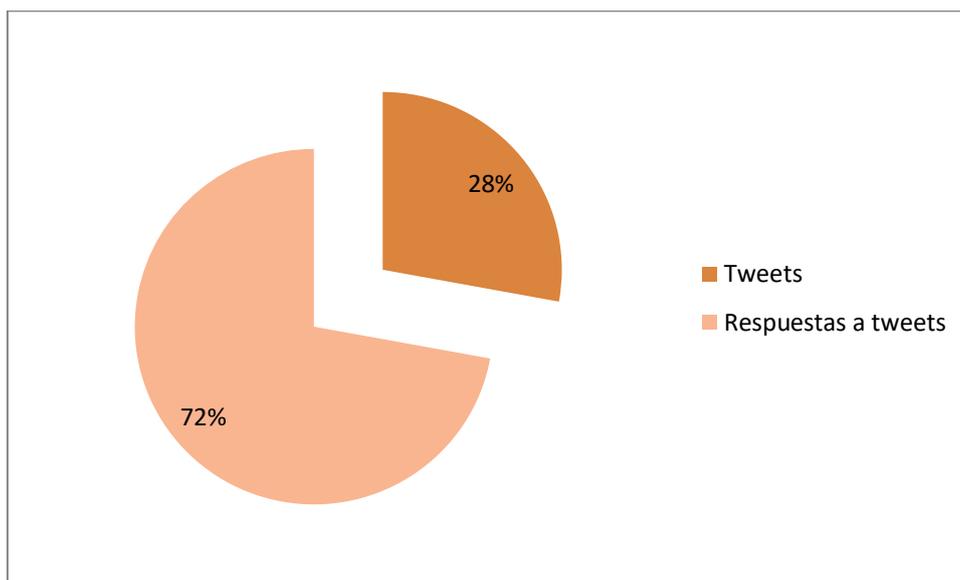
En el siguiente tweet se puede comprobar la forma en que en ocasiones el discurso de odio también implica atacar a un partido político e incluso a un político en particular.



Fuente: <https://twitter.com/pilarhacheluc/status/1358783310986641408>

El análisis ha mostrado que el empleo de respuestas a tweets que albergaban algún tipo de mensaje de odio era mucho más superior que el de tweets originales. Así, de los 61 tweets analizados, 44 son respuestas (además se ha incluido aquí respuestas a un hilo propio, que son tweets que un mismo perfil va agregando a un mensaje). Es decir, un 73% frente a un 27%.

Gráfico n°3: Porcentaje de tweets o respuestas

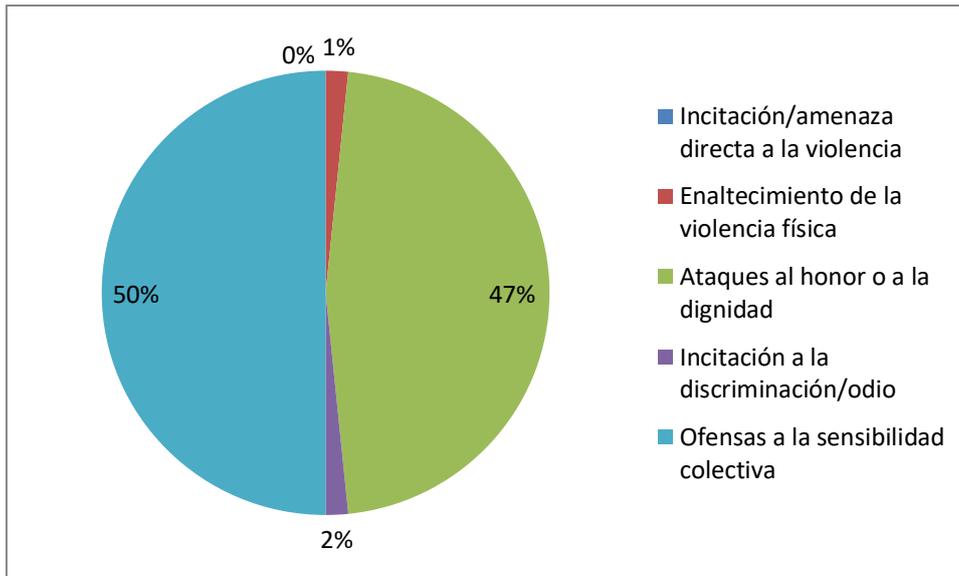


Fuente: Elaboración propia

Como podemos observar, el tipo de discurso de odio más encontrado en los tweets ha sido de tipo “Ofensas a la sensibilidad colectiva” (50%), muy seguido de “Ataques al honor o a la dignidad” con un 47%. Las variables de “Enaltecimiento de la violencia física” e “Incitación a la discriminación/odio” obtuvieron ambas una representación del 1% y del 2%.

Sin embargo, no se ha encontrado un mensaje que incite o amenazase directamente a una persona trans en la muestra recogida de los 61 tweets. Por ende, el tipo de discurso de odio principal consiste en ofender la sensibilidad colectiva y en los ataques al honor y a la dignidad, en vez de amenazar con ejercer directamente un daño sobre una o varias personas del colectivo trans.

Gráfico n°4: Tipo de mensaje de odio

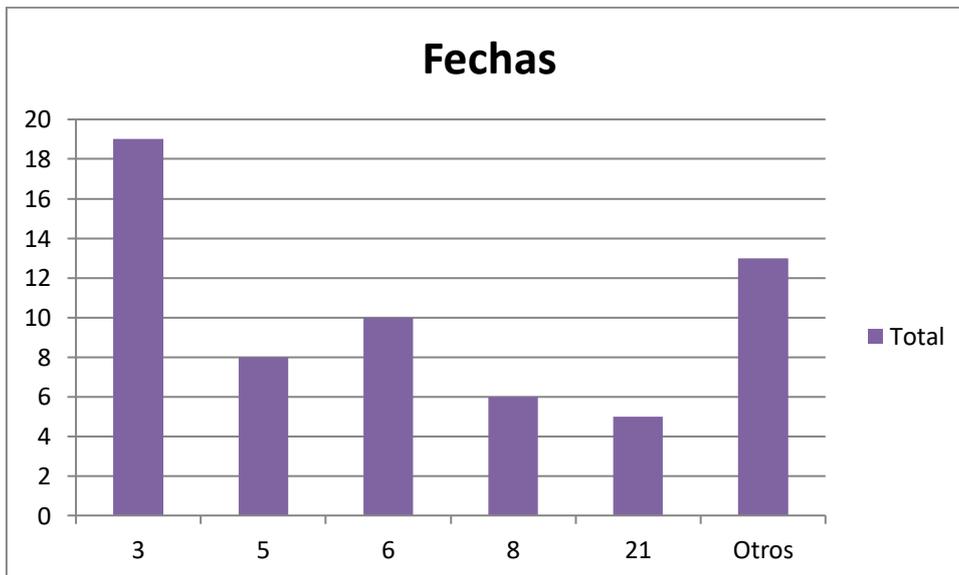


Fuente: Elaboración propia

La fecha de la cual se han recogido más tweets que contenían discurso de odio fue durante el 3 de febrero, es decir, el día posterior a la publicación de la ley trans. En total se encontraron 19 mensajes en este día, seguido del día 6 con un total de 10.

Los días 5, 8 y 21 de febrero también hubo actividad en la red social del pajarito, así como otras fechas en las que también se encontraron algunos picos, como el día 2, el 4, el 9, el 10, el 14, el 20, 22, 23 y 25 respectivamente.

Gráfico n° 5: Publicación de los mensajes



Fuente: Elaboración propia

b) Primer estudio: Usuarios

En total se han registrado 48 usuarios autores de 61 tweets. En algunos casos se ha recogido distintos mensajes de una misma persona, así como hilos. En función del número de seguidores y de la información que se puede leer en la biografía de los perfiles, se ha hecho una división del tipo de usuario.

Con un total de 30 personas sobre 48, el usuario común es aquel que más promueve el discurso de odio. Este usuario común hace referencia a aquellos perfiles que no incluyen datos sobre su perfil profesional (por ejemplo, pueden ser políticos o maestros pero no lo especifican). Le siguen aquellos perfiles que no muestran información ninguna (es decir, sin nada escrito en su biografía) con 3 en total, pero también periodistas e *influencers*, ambos con 2 personas sobre 48.

Gráfico n° 6: Tipos de usuarios



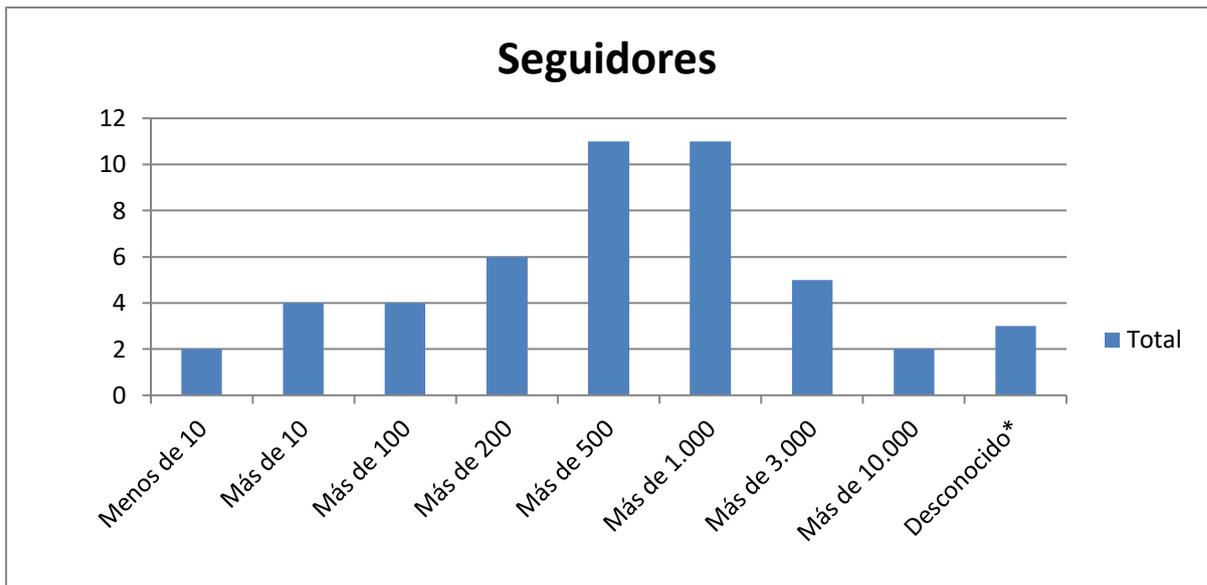
Fuente: Elaboración propia

*En el caso de profesores y maestros, una de las madres también es maestra y el jubilado lo fue.

En cuanto a número de seguidores, predominan los que tienen más de 500 y 1.000, seguidos por los que poseen más de 200 y 3.000. Dos de las 48 personas tienen más de 10.000, lo cual los hace entrar en la categoría de *influencers*.

La categoría de desconocidos hace referencia a aquellos perfiles que fueron eliminados debido a que incumplían las normas de Twitter. Por tanto, no se pudo tomar información sobre ellos.

Gráfico n°7: Total de seguidores



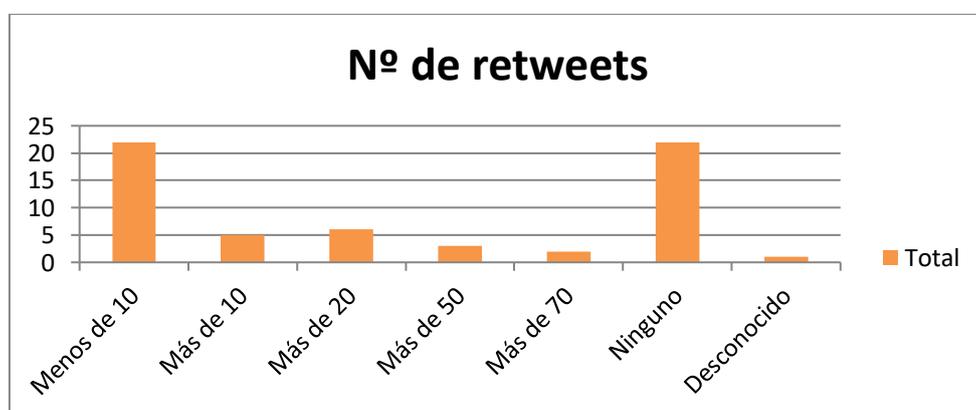
Fuente: Elaboración propia

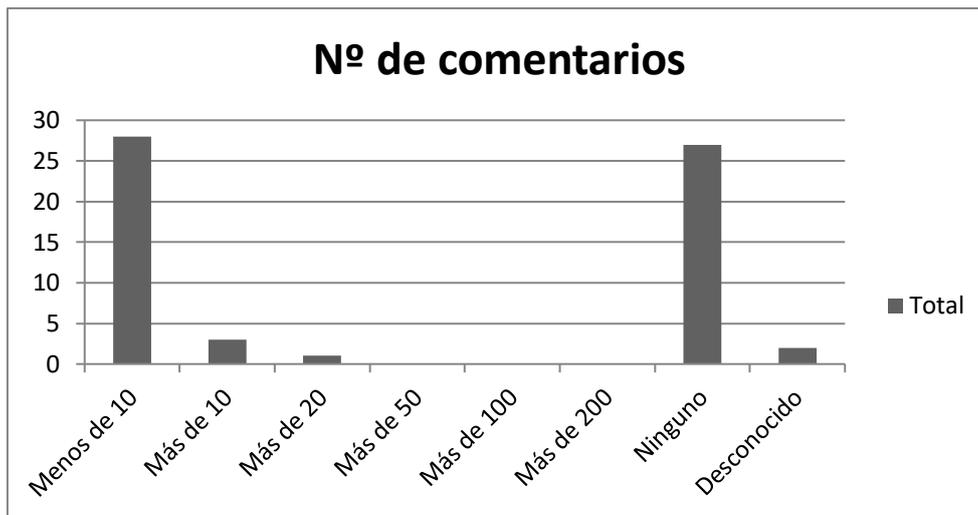
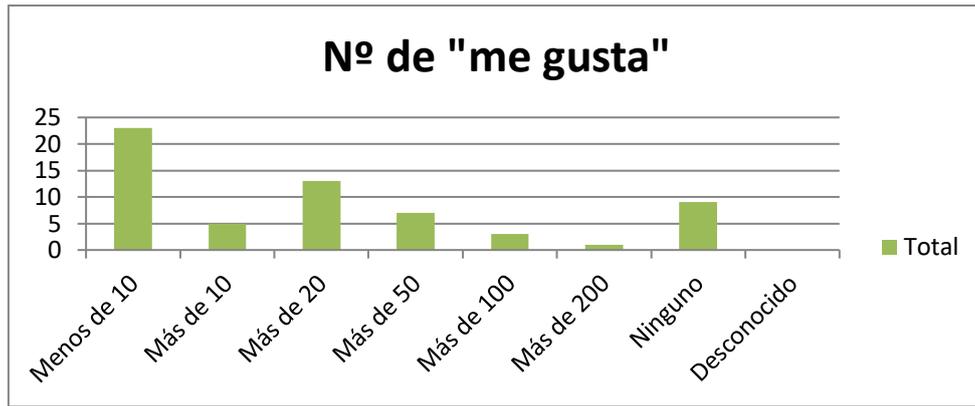
Los resultados del primer estudio han mostrado que empatan los mensajes con menos de 10 retweets y los que no han obtenido ninguno. En tercer lugar, se encuentran seis mensajes que obtuvieron 20 retweets.

En cuanto al número de “me gusta”, son más comunes los mensajes con menos de 10 (23 en total) que los que tienen 200 (solamente 1 en total). Nuevamente el número de mensajes con ningún “me gusta” es alto, con 9 veces en total.

Esto se mantiene en el número de comentarios por publicación. Los resultados más altos han acabado siendo los que tienen menos de 10 respuestas y los que no tienen ninguna. No obstante, la estadística muestra que en general la participación es muy baja, con tres variables con 0 comentarios y una con un único mensaje.

Gráficos n° 8, 9 y 10: Número de retweets, me gusta y comentarios





Fuente: Elaboraciones propias

Para ofrecer un ejemplo más visual, se ha adjuntado la captura de un tweet de un usuario llamado @Neo1ab. Este perfil respondió a otro usuario que había expuesto un caso de transfobia en el que un hombre trans fue golpeado. Neo1ab respondió con un: “Pero qué es, macho o hembra”? Este mensaje tiene 3 “me gusta” un retweet y 21 comentarios, siendo uno de los perfiles expuestos en este estudio con más interacciones.

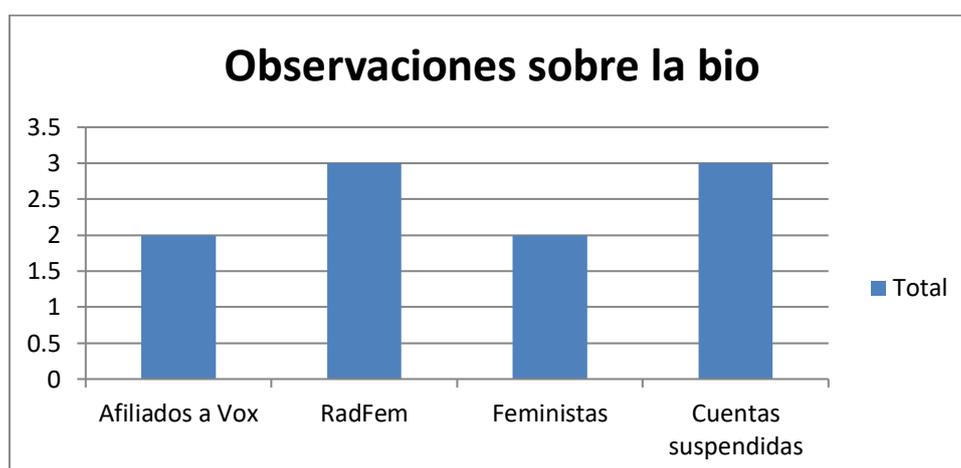


Fuente: <https://twitter.com/Neo1ab/status/1358789493172674564>

Así pues, este usuario ataca al honor y a la dignidad de la persona agredida, burlándose de su género y quitándole de este modo importancia a la paliza. En este caso no utiliza ningún hashtag, pero el mensaje al que responde sí contenía el de #LeyTrans para pedir que agresiones como esta no fueran impunes.

Por último, se ha realizado un gráfico con otros datos y observaciones expuestas en la biografía del perfil de cada individuo. De esta manera, dos de los usuarios reconocen abiertamente estar afiliados a Vox, dos dicen ser RadFem (feministas radicales) y dos directamente dicen ser feministas. Por otro lado, un total de tres cuentas han sido suspendidas por no cumplir la normativa de Twitter.

Gráfico nº 11: Otras observaciones



Fuente: Elaboración propia

Tomando como referencia de nuevo al usuario @Neo1ab, vemos que es un perfil de una persona común, que esconde su verdadero nombre y no tiene una foto de perfil con su rostro o que se le identifique. Como se expuso en el marco teórico, el factor del anonimato influye a la hora de promover el discurso del odio, ya que crea sensación de impunidad. Tampoco especifica su perfil profesional, por lo que no sabemos de qué trabaja o si por el contrario es un estudiante.

También se puede observar en su perfil que es un afiliado de Vox, el partido político español de ultra-derecha. De hecho, lo único que añade de información sobre sí mismo es que es de Barcelona, como se puede ver en la ubicación. Por otro lado, también destaca que es de España, con las banderas en su perfil y con la frase en la biografía de “*made in spain*”.



Fuente: <https://twitter.com/Neo1ab>

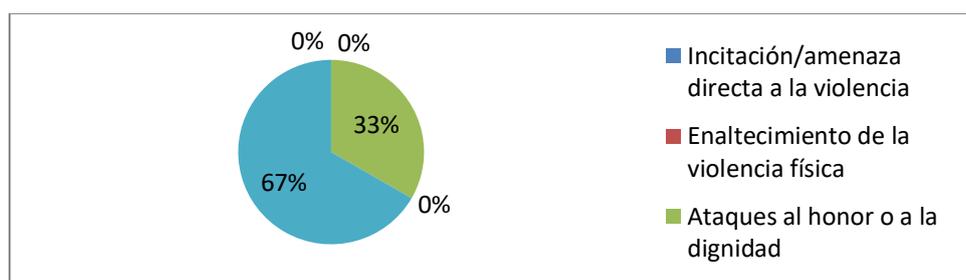
c) Segundo estudio: Contenidos (#LeyTransEsPatriarcal)

En este caso, los 21 tweets analizados contenían el hashtag #LeyTransEsPatriarcal, que fue *trending top* el 26 de mayo de 2021, el día que el Parlamento Canario adoptó la ley trans.

De estos 21 mensajes, la ofensa a la sensibilidad colectiva vuelve a ser el tipo de discurso de odio más abundante, con un 67% del total. Supera así al resultado obtenido en el primer estudio. De igual forma, los ataques al honor o a la dignidad vuelven a quedar segundos, con un 33%.

Igualmente, las otras variables (Incitación o amenaza directa a la violencia, enaltecimiento de la violencia física e incitación a la discriminación u odio) han obtenido resultados bajos, incluso más que en el primer estudio. Las tres han obtenido un porcentaje del 0%.

Gráfico nº 12: Tipo de mensaje de odio



Fuente: Elaboración propia

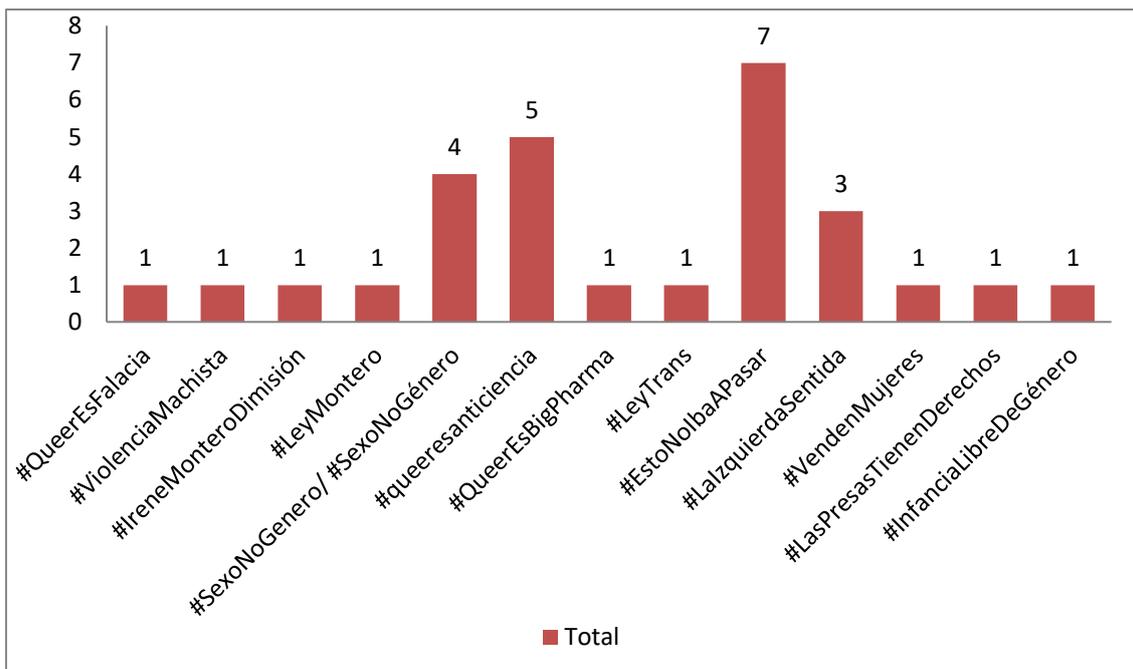
Por otro lado, también se han encontrado el uso de otros hashtags en un mismo tweet. El que más se ha empleado es el de #EstoNoIbaAPasar, que hace referencia a que un hombre preso pidió que le cambiaran el sexo en la cárcel, donde cumple condena por haber asesinado a su prima. Le siguen los hashtags #queeresanticiencia y #SexoNoGénero.

Como ejemplo pondremos el tweet de una usuaria llamada @Juana_Katana que ofende a la sensibilidad del colectivo a raíz del crimen de Betancuria. Opina que todos los asesinos y violadores se autoidentificarán como mujer para no ir a una cárcel de hombres, ya que la ley ampara que una persona manifieste su identidad de género libremente.



Fuente: https://twitter.com/Juana_Katana/status/1399349336237088774

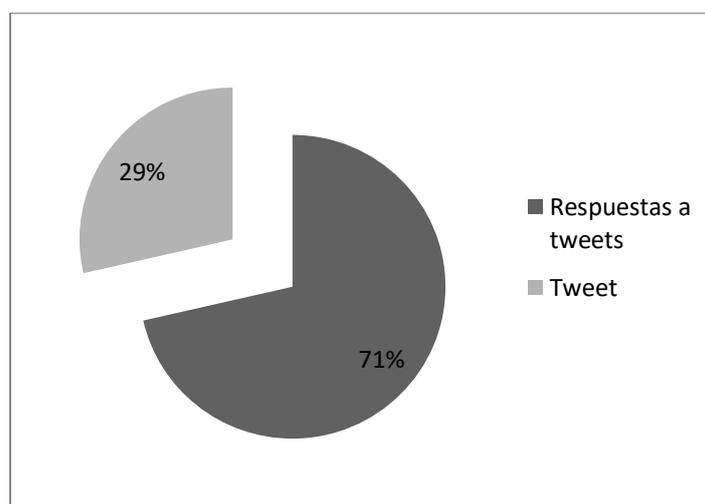
Gráfico nº 13: Otros hashtags empleados



Fuente: Elaboración propia

En cuanto a las respuestas, nuevamente son más abundantes que los mensajes originales. Las respuestas a tweets componen el 71% de los casos, mientras que los tweets propios son el 29% del total.

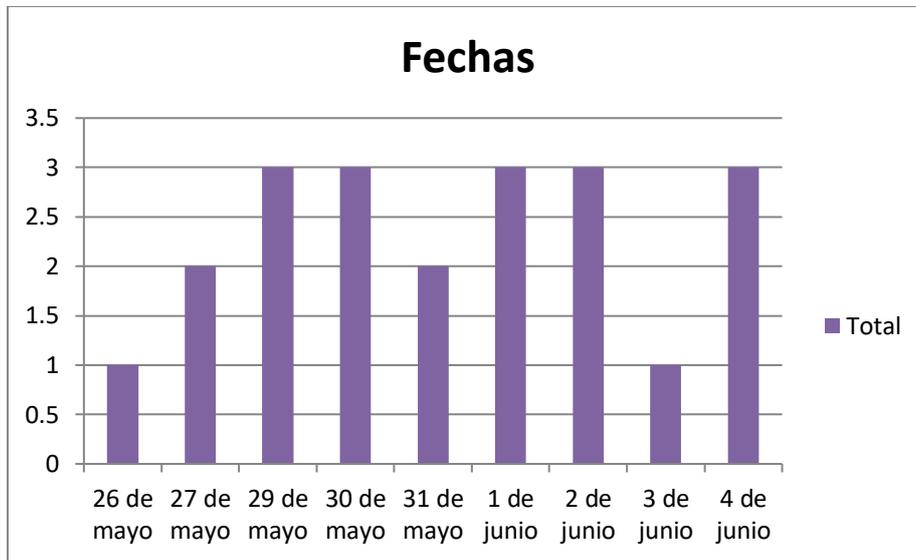
Gráfico nº 14: Porcentaje de tweets o respuestas



Fuente: Elaboración propia

Respecto a las fechas de publicación de los mensajes, no ha habido ningún día que sobresalga como pico. Las publicaciones han sido pocas, pero regulares, dando a entender que a pesar de que el borrador de la ley se publicó en febrero, su aprobación en Canarias volvió a reavivar los mensajes de odio.

Gráfico n° 15: Publicación de los mensajes



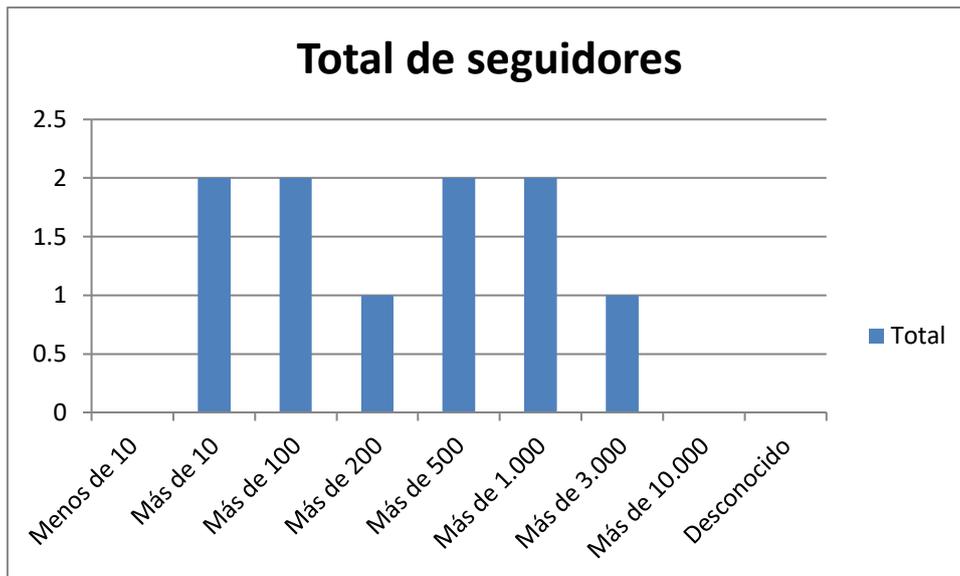
Fuente: Elaboración propia

d) Segundo estudio: Usuarios

En cuanto al número de perfiles obtenidos, este resulta ser considerablemente menor que el primer estudio. Son un total de 10 para 21 mensajes.

La gráfica del número de seguidores denota un empate entre los perfiles que tienen más de 10, más de 100, más de 500 y más de 1.000. Ninguno de ellos tiene menos de diez seguidores ni más de 10.000, por lo que no hay un usuario que pueda ser catalogado como *influencer*.

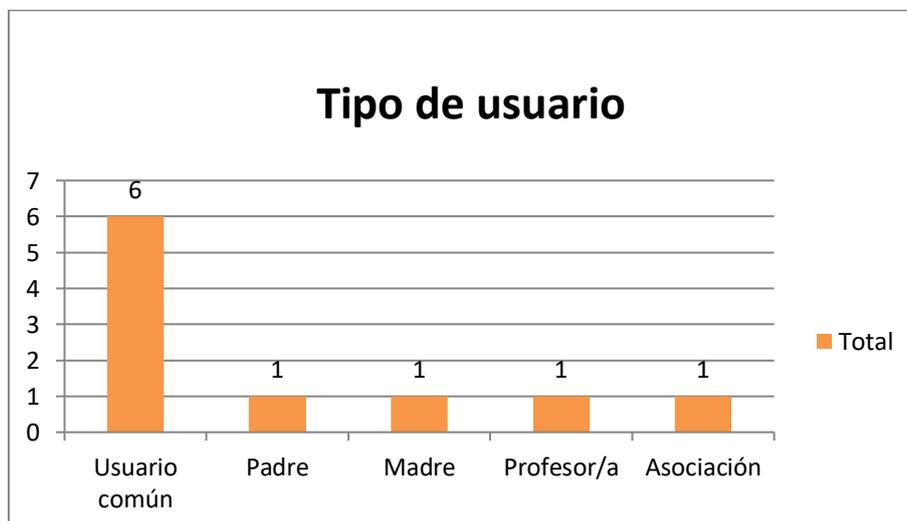
Gráfica n° 16: Total de seguidores



Fuente: Elaboración propia

En este segundo estudio se demuestra que el usuario común sigue siendo el que más presencia tiene, con un total de 6 perfiles sobre 10. Nuevamente se repiten los individuos que son padres, así como un maestro y una asociación feminista

Gráfico n°17: Tipo de usuario

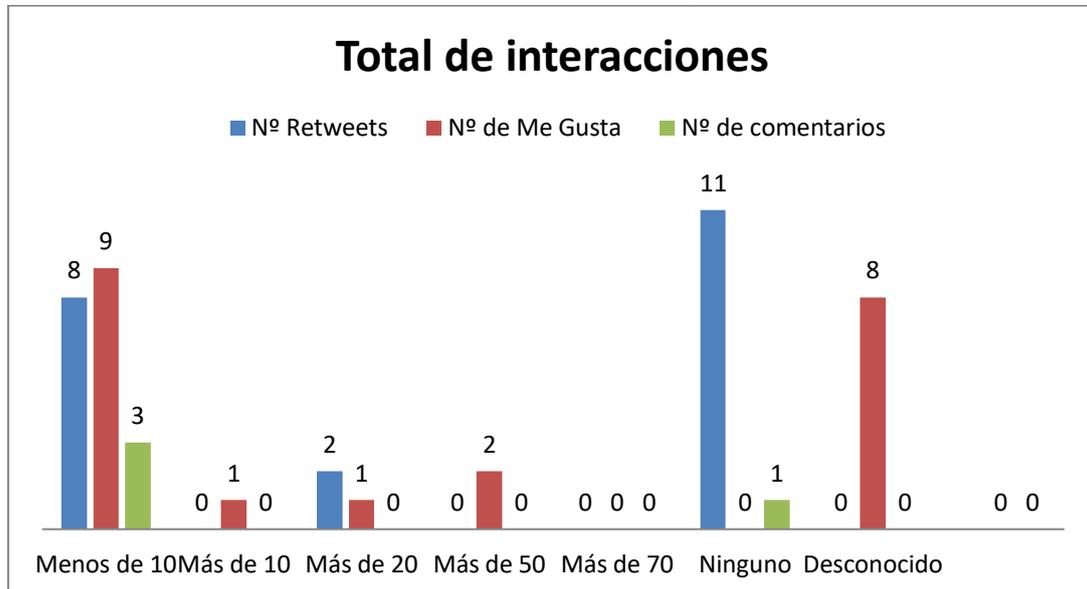


Fuente: Elaboración propia

Sobre los retweets, predominan también los mensajes que no tienen ninguno y los que han obtenido más de 10. Algo similar pasa con el número de “me gusta”, en los que nueve tweets tienen menos de 10 interacciones y ocho no tienen ninguno.

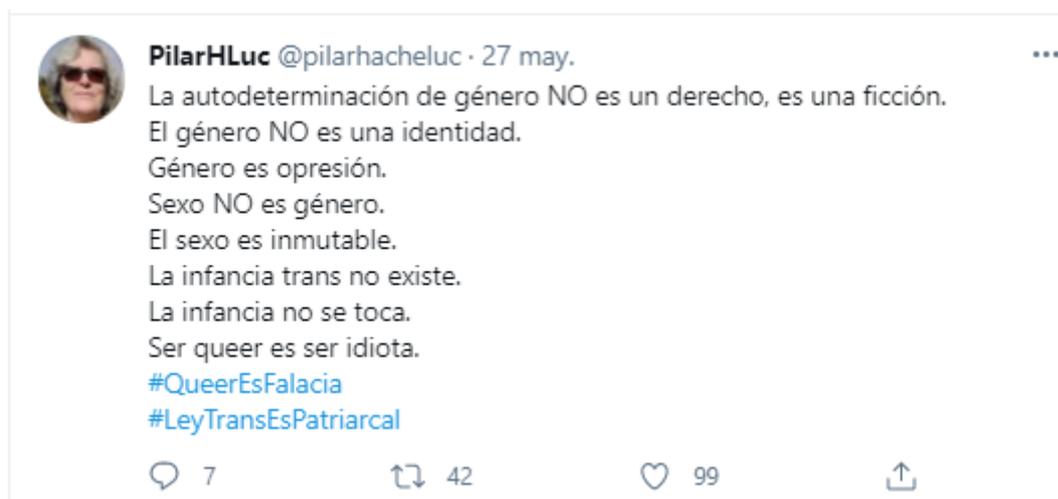
Los comentarios también han sido muy bajos, con 3 mensajes con menos de 10 respuestas y uno con más de 200.

Gráfico n° 18: Número de retweets, me gusta y comentarios



Fuente: Elaboración propia

Al igual que con el anterior estudio, se incluirá un ejemplo más visual para comprender mejor los datos. El usuario que a continuación se expone se llama @pilarhacheluc y su mensaje tiene 42 retweets, 99 “me gusta” y 7 comentarios, uno de los que más interacción ha tenido. En este caso se trata de un tweet propio y no de una respuesta. Utiliza el hashtag #LeyTransEsPatriarcal, además del de #QueerEsFalacia.

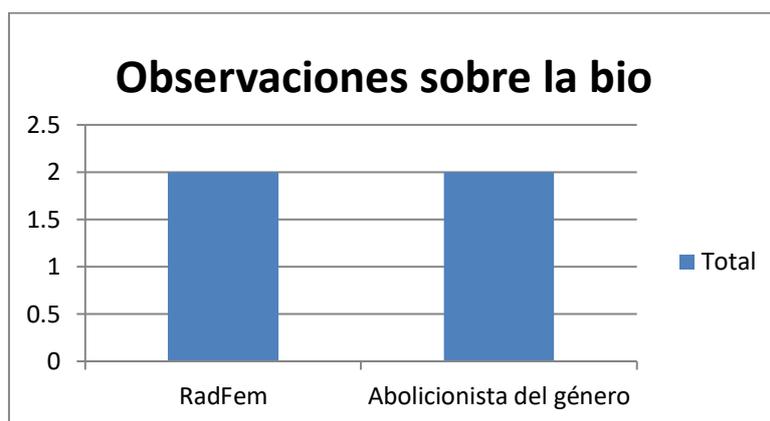


Fuente: <https://twitter.com/pilarhacheluc/status/1397801319059054592>

En este caso, el discurso de odio es de tipo ofensa a la sensibilidad colectiva, puesto que señala que la autodeterminación de género es “ficción”, que ser una persona queer es ser sinónimo de “idiota”, que el género “es opresión” y tampoco “una identidad”, entre otras cosas.

En este estudio se han realizado también las observaciones en la biografía de los perfiles, concluyendo que dos personas son RadFem y otras dos abolicionistas del género.

Gráfico n° 19: Otras observaciones



Fuente: Elaboración propia

Nuevamente se referirá al perfil de @pilarhacheluc como ejemplo, ya que es uno de los más influyentes que se ha recogido en la muestra. A diferencia del usuario @Neo1ab, ella sí muestra su rostro en la foto de perfil y además indica su nombre, Pilar. Por tanto, no utiliza el anonimato, pero tampoco añade información acerca de su perfil profesional. Tan sólo señala que se es feminista radical, por lo tanto, entra en el perfil de Feministas Radicales Trans-Excluyentes o TERFs.



Fuente: <https://twitter.com/pilarhacheluc>

5. Conclusiones

En este apartado se expondrán las conclusiones obtenidas a partir de los resultados obtenidos a través del análisis de contenidos.

Esta investigación nos ha permitido realizar una aproximación del discurso del odio en Twitter, respondiendo al objetivo principal propuesto en la metodología de esta investigación (O1) a través del análisis de mensajes que promueven ataques hacia la comunidad trans conforme a la publicación del borrador Proyecto consistente en una ley para la igualdad plena y efectiva de las personas trans el pasado 2 de febrero de 2021. También se ha confirmado en el caso de la aprobación de la ley trans en Canarias el pasado 26 de mayo.

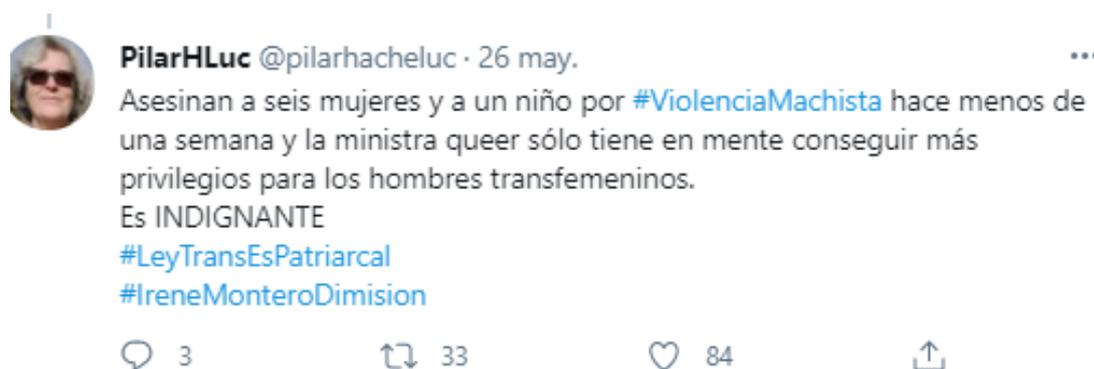
Además, hemos podido realizar una aproximación al perfil de los usuarios que dominan la conversación, siguiendo el segundo objetivo (O2) presentado en la metodología.

De acuerdo con los objetivos establecidos en esta investigación y los resultados del análisis de contenido, se establecen las siguientes conclusiones, que confirman o desmienten las hipótesis propuestas:

- Hipótesis 1: En los tweets se utiliza de forma mayoritaria la ofensa a la sensibilidad colectiva en vez de amenazas a personas en concreto.

Esta hipótesis ha quedado verificada. De un total de 82 tweets recogidos, 31 de ellos contienen comentarios que ofenden a la sensibilidad colectiva en el caso del primer estudio. En el segundo estudio son 14 tweets. En total, son 45 mensajes sobre 81, por lo cual componen más de la mitad de casos. A esta variable le siguen los comentarios de odio de tipo “ataques al honor o a la dignidad”, con 29 tweets en el primer estudio y 7 en el segundo. Menos frecuente es el “enaltecimiento a la violencia física” y la “incitación a la discriminación u odio”, con sólo un tweet en ambos casos y localizado en el primer estudio. La incitación o la amenaza directa a la violencia no ha sido encontrada en ningún tweet, y por tanto es el tipo de discurso de odio que menos se ha utilizado.

A continuación, se exponen como ejemplo dos de los tweets que más interacción han tenido. El primero, de una usuaria llamada LauraRdondo, cuyo mensaje tiene 35 retweets (incluyendo 5 tweets citados), 264 “me gusta” y 11 comentarios. El segundo es otro tweet de @pilarhacheluc, que contiene 33 retweets, 84 “me gusta” y 3 comentarios.



Fuentes:<https://twitter.com/LauraRdondo/status/1356899952207802374>,
<https://twitter.com/pilarhacheluc/status/1397623787718422531>

Ambos son respuestas a otros usuarios y utilizan el tipo de discurso de odio de ofender a la sensibilidad colectiva. El primer tweet recuerda al que ya vimos de Juana_Katana, ya que también expone que los hombres que maten o violen a mujeres pueden autodeterminarse como mujeres y librarse así de la condena, como si ser una persona trans significase ser un delincuente en lugar de un individuo que siente que su identidad de género no corresponde con el sexo con el que nació.

El tweet de @pilarhacheluc, a la que ya nos hemos referido con anterioridad, tiene un contenido similar. No solamente se dirige a Irene Montero, sino que también califica al colectivo trans como “hombres transfeminados”, entendiendo a las personas trans como hombres que se visten o se maquillan como mujeres simplemente por diversión en vez de una identidad de género. También se olvida de que hay mujeres que se sienten hombres, que serían los verdaderos “hombres trans”. Por otro lado, habla de “conseguir más privilegios”, indicando que no son un colectivo oprimido, sino justamente lo contrario.

Así pues, varios de los tweets analizados contienen también un tinte político, ya que piden la dimisión de Irene Montero, la actual Ministra de Igualdad y militante de Podemos, que es un partido político de Izquierdas.

Por otro lado, y como ya se ha visto, son las respuestas a tweets y no mensajes propios las que más difunden el discurso de odio. También resulta interesante que justamente son las que menos hashtags utilizan y más escriben mensajes de odio.

- Hipótesis 2: Los usuarios que dominan la conversación y por tanto el discurso del odio son usuarios normales y no *influencers* (quienes tienen más de 10.000 seguidores en Twitter), ni periodistas ni políticos.

Esta hipótesis también ha quedado verificada por los datos obtenidos de ambos estudios. En el caso del primero, de 48 perfiles, 30 son de usuarios comunes. Pero también es importante destacar que muchos de estos usuarios son anónimos. No comparten su nombre real ni tampoco una foto de perfil con la que puedan ser identificados, así como información sobre su actividad profesional. El anonimato aporta al individuo seguridad, ya que piensa que no puede ser identificado, y esto contribuye a promover el discurso del odio.

De igual modo, hay usuarios comunes que sí comparten información en su perfil. Gracias a ello, en el primer estudio se encontraron dos periodistas, un padre y dos madres opinando de forma ofensiva sobre la ley trans y el propio colectivo. En el

segundo estudio hay 6 usuarios comunes sobre 10, así como de nuevo se ha encontrado a un padre y una madre.

En cuanto a número de seguidores, en la primera muestra se ha encontrado un gran número de perfiles con más de 500 y 1.000 seguidores (11 en los dos casos), así como dos perfiles *influencer*, que son aquellos con más de 10.000 seguidores, por lo cual los mensajes que estos usuarios escriban pueden tener un gran impacto. No obstante, en el segundo estudio hay un notable contraste: Sólo un usuario tiene más de 3.000 seguidores y ninguno llega a tener más de 1.000.

Por otro lado, algunos de estos usuarios señalaban en su perfil que estaban afiliados al partido de Vox, que es de extrema derecha. Otros, no obstante, decían ser feministas radicales y con una ideología más de izquierda, por lo que la política influye también en la creación y difusión del discurso de odio.

5.1. Dificultades y limitaciones surgidas durante la investigación

Uno de los aspectos a destacar de este trabajo son los problemas que han ido apareciendo durante el proceso de investigación. El más notable ha sido la dificultad para recoger los tweets, debido a que con los meses algunos mensajes se borran, o bien hay usuarios que limitan quién puede ver sus tweets y no se pueden visualizar su el perfil no te sigue. Algunos perfiles fueron eliminados por la propia red social, dificultando así el acceso a los datos tales como número de seguidores o la biografía del perfil. Por ello, no se puede garantizar que la información que ha podido ser recogida a pesar de que el usuario esté eliminado sean reales.

Por otro lado, algunas herramientas no pueden rastrear tanto tiempo hacia atrás, como ha sido el caso de *Twitter archive*, por lo que la muestra queda limitada a unas semanas. A esto hay que añadirle la limitación de la falta de presupuesto para poder utilizar herramientas que permitieran realizar un análisis más completo y detallado, y de esta forma obtener una muestra mayor para desarrollar el estudio.

Por otro lado, también es posible que algún usuario se tratara en realidad de un bot programado para escribir y difundir el mismo mensaje durante un periodo concreto de tiempo.

5.2. Futuras líneas de investigación

Una vez concluido el presente Trabajo Fin de Grado, se pueden tener en cuenta otras posibles y futuras líneas de investigación, serían las consecuencias que estos mensajes

han podido causar en las personas trans, sobre todo en los más jóvenes, ya que el borrador de la ley ampara su cambio de sexo.

Otra posible línea de investigación sería comprobar si en otras redes sociales como Instagram o Facebook contienen también mensajes de odio hacia el colectivo trans, el tipo de mensaje y el usuario que domina la conversación.

6. Bibliografía

Arjonilla, E. O., & Méndez, R. L. P. (2015). Movimientos feministas y trans* en la encrucijada: aprendizajes mutuos y conflictos productivos. *Quaderns de psicologia. International journal of psychology*, 17 (3), 17-30.

Alonso González, M. (2019). Fake News: desinformación en la era de la sociedad de la información. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, 45, 29-52.

Araujo, R.O. (2019). Trans en los media: Un estudio comparativo piloto del tratamiento de la transexualidad en la prensa generalista y los medios de comunicación digitales. *Mediatika. Cuadernos de Medios de Comunicación*, (17).

Aruguete, N. (2019). “¿Twitter acrecienta la polarización política?”. *Revista BPolitics*, (2)

Billard, T. J. (2016). Writing in the margins: Mainstream news media representations of transgenderism. *International Journal of Communication*, 10, 4193-4218.

Burnap, P., & Williams, M. L. (2015). Cyber hate speech on twitter: An application of machine classification and statistical modeling for policy and decision making. *Policy & internet*, 7(2), 223-242

Bustos Martínez, L., De Santiago Ortega, P. P., Martínez Miró, M. A., & Rengifo Hidalgo, M. S. (2019). Discursos de odio: una epidemia que se propaga en la red. Estado de la cuestión sobre el racismo y la xenofobia en las redes sociales. *Revista Mediaciones sociales*, (18), 25-42.

Campos-Freire, F., Rúas-Araújo, J., López-García, X., Martínez-Fernández, V. A. (2016). Impacto de las redes sociales en el periodismo”. *El profesional de la información (EPI)*, 25 (3), 449-457.

Carratalá, A. (2011). ¿Smail o Cristina?: Desigualdades e identidad transexual en el discurso periodístico. *Zer*, 16 (31), pp. 183-201.

Castells, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza: los movimientos sociales en la era de Internet*, Madrid, Alianza Editorial.

- Corbillón Gómez, C. (2018). Estudio de la posverdad y las fake news en relación con la crisis catalana del 1-O. Universidad de Valladolid, Valladolid.
- Galo Molina, F. J. (2018). Ciberguerra: La lucha de los Trolls y posibles soluciones de los gobiernos. Universidad de Valladolid, Valladolid.
- Galvez del Pomar, D. (2016). Estudio sobre los delitos de odio contra las personas LGBT: un análisis jurídico, criminológico y social de los crímenes de odio contra lesbianas, gays, bisexuales y transexuales. Universidad de San Martín de Porres, Lima, Perú.
- Gil Ramírez, H., & Guilleumas García, R. M. (2017). Redes de comunicación del movimiento 15M en Twitter. *Redes: revista hispana para el análisis de redes sociales*, 28(1), 0135-146.
- Gutiérrez, J. N. (2012). Muchas formas de transexualidad: diferencias de ser mujer transexual y de ser mujer transgénero. *Revista de Psicología*, 21(2), ág-7.
- Isasi, A. C., Y Juanatey, A.G. (2016). El discurso del odio en las redes sociales: Un estado de la cuestión. Ajuntament de Barcelona progress report.
- Israel Garzón, E. (2000). Bases para el periodismo intercultural. *Revista Latina de Comunicación Social*, (34).
- Kaufman, G. A. (2015). Odium dicta: Libertad de expresión y protección de grupos discriminados en internet. *México D.F: Consejo Nacional para prevenir la Discriminación*. Disponible en: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/144564/OdiumDicta_WEB-INACCSS.pdf. Consultado el 8 de marzo de 2021.
- López Noguero, F. (2002). El análisis de contenido como método de investigación. Universidad de Huelva, Huelva.
- Lu, C. T. (2020). A computational approach to analyzing and detecting trans-exclusionary radical feminists (TERFs) on Twitter.
- Machado, D. G., Ferrandi, L., & Pfoh, P. (2019). Las redes sociales en la construcción de la otredad. Discurso de odio en torno al género y la diversidad cultural. In / *Jornadas de Investigadores y Estudiantes del ICSE: Producir conocimiento en el contexto de crisis*. Insituto de Cultura, Sociedad y Estado. Universidad Nacional de Tierra del Fuego AelAs (ICSE-UNTDF).
- McInroy, L. B., & Craig S. L. (2015). Transgender representation in offline and online media: LGBTQ youth perspectives. *Journal of Human Behavior in the Social Environment*, 25(6), 606-617.
- Mehra, B., Merkel, C., & Bishop, A.P. (2004). The internet for empowerment of minority and marginalized users. *New media & society*, 6 (6), pp. 781-802.

- Molina León, A. B. (2019). Bots: tipología y aplicaciones en el ámbito empresarial. Universidad de Sevilla, Sevilla. Universidad de Valladolid, Valladolid.
- Ortuño, R.B. (2017). ¿Eres un ciberhater? Predictores de la comunicación violenta y el discurso del odio en Internet. *International e-journal of criminal sciences*, (11), 2.
- Pariser, E. (2017). *El filtro burbuja: Cómo la web decide lo que leemos y lo que pensamos*. Taurus.
- Pastor Rodríguez, V. A (2020). La Transexualidad en el ordenamiento jurídico español.
- Platero, L. (2016). La transfobia también es una lucha feminista. *Viento Sur. Por una izquierda alternativa*, (146), 55-61.
- Prados, H., de los Ángeles, M., & Pina Castillo, M. (2020) LOS MENSAJES DE ODIO EN INTERNET. Universidad de Murcia, Murcia. Recupero de <https://www.eumed.net/actas/20/educacion/47-los-mensajes-de-odio-en-internet.pdf>. Consultado el 15 de marzo de 2021.
- Ricaurte Castañeda, N. R. (2011). Divas, tacones y pelucas: performance, teatralización, dramaturgia y puesta en escena del cuerpo y el género en sujetos trans. Travestis, ¿transformistas?, transexuales, transgéneros y yo. Universidad de Antioquia, Medellín, Colombia.
- Robles, J. M., Atienza, J., Gómez, D., & Guevara, J. A. (2020). La polarización de “La Manada” El debate público en España y los riesgos de la comunicación política digital. *Tempo Social*, 31, 193-216.
- Rodríguez, E. F., & Pequeño, J. M. G. (2017). La socialización de los jóvenes interconectados. Experimentando la identidad en la sociedad aumentada. *Profesorado. Revista de Currículum y Formación de Profesorado*, 21(2), 171-190.
- Torrejón, B. S. (2016). Hacia el arcoíris de la inclusión: transexualidades, derechos humanos, educación y medios de comunicación. *Hachetetepé. Revista científica De Educación y Comunicación*, (13), 57-68.
- Waseem, Z., & Hovy, D. (2016, June). Hateful symbols or hateful people? Predictive features for hate speech detection on twitter. In *Proceedings of the NAACL students research workshop* (pp.88-93).
- Yang, G. (2016). Narrative agency in hashtag activism: The case of #BlackLivesMatter. *Media and communication*, 4 (4), 13.