

# Espejo de Monografías

ISSN: 2660-4213 Número 16, año 2023. URL: espejodemonografias.comunicacion-social.es

MONOGRAFÍAS DE ACCESO ABIERTO  
OPEN ACCESS MONOGRAPHS

COMUNICACIÓN SOCIAL  
ediciones y publicaciones

ISBN 978-84-17600-65-5

Investigación en comunicación y feminismo.  
Debates en torno a la producción, usos y trayectorias  
en el siglo XXI (2023)

Inmaculada Postigo Gómez; Teresa Vela Balanza (editoras)

## Separata

## Capítulo 3

### Título del Capítulo

«La violencia que seremos: jóvenes y taxonomía de mensajes de odio en las redes»

### Autoría

Lucía Sell Trujillo; Trinidad Núñez Domínguez; Carmen Romo Parra

### Cómo citar este Capítulo

Sell Trujillo, L; Núñez Domínguez, T.; Romo Parra, C. (2023): «La violencia que seremos: jóvenes y taxonomía de mensajes de odio en las redes». En Postigo Gómez, I.; Vera Balanza, T. (eds.), *Investigación en comunicación y feminismo. Debates en torno a la producción, usos y trayectorias en el siglo XXI*. Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. ISBN: 978-84-17600-65-5

### D.O.I.:

<https://doi.org/10.52495/c3.emcs.16.cyg1>



El libro *Investigación en comunicación y feminismo. Debates en torno a la producción, usos y trayectorias en el siglo XXI* está integrado en la colección «Comunicación y Género» de Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

*Investigación en comunicación y feminismo. Debates en torno a la producción, usos y trayectorias en el siglo XXI* aborda el diálogo en torno a las relaciones entre la comunicación y el género en el siglo XXI, donde el escenario digital nos dota de oportunidades de expansión del activismo y la praxis feminista, pero donde también se ha incrementado el número de canales de difusión de mensajes reactivos, misóginos, y, en no pocas ocasiones, de odio. Así, este itinerario por las redes sociales en torno a la diversidad de textos y propósitos dotan de unicidad al monográfico respecto al sentido construido y resignificado en las propias comunidades de interpretación, al describir el circuito completo que abarca la producción, la recepción, la recreación, la interpretación y la resignificación, en un constante rol en el que el receptor y productor de contenidos coinciden en el mismo individuo que alterna el papel en sus acciones (*produsage*).

Complementariamente, presentamos sendas reflexiones sobre las pautas, rutinas, condicionantes y dilemas que definen la investigación feminista. Una, sobre las condiciones de producción de la comunicación feminista, sus trayectorias, su consolidación, sus incentivos y sus limitaciones. Otra, imprescindible, sobre el impacto social del conocimiento al que contribuimos, su relación con las personas investigadas y sus testimonios, la explotación—en todos sus sentidos— de los resultados y el retorno del conocimiento a la sociedad.

# Sumario

<b>1. Introducción</b>	
<i>por Teresa Vera Balanza; Inmaculada Postigo Gómez.....</i>	<b>9</b>
<b>1. La investigación en feminismo y comunicación en España: criterios de evaluación, asignación de recursos y proyectos</b>	
<i>por Teresa Vera Balanza; Inmaculada Postigo Gómez; Alejandra Hernández Ruiz .....</i>	<b>23</b>
<i>Metodología .....</i>	<b>29</b>
<i>La inclusión de la perspectiva de género en la política de investigación, desarrollo e innovación en España .....</i>	<b>30</b>
<i>La progresión y relevancia de la carrera científica.</i>	
<i>Los sexenios y el techo del talento .....</i>	<b>37</b>
<i>Horizonte y retos para 2030.....</i>	<b>42</b>
<i>Referencias bibliográficas.....</i>	<b>46</b>
<b>2. Ilustrar el feminismo en Instagram. Las redes sociales como escenario de la agenda feminista</b>	
<i>por Esther Simancas González; Emelina Galarza Fernández; Inmaculada Sánchez-Labela Martín.....</i>	<b>49</b>
<i>Introducción. El feminismo, un asunto de interés institucional.....</i>	<b>49</b>
<i>La agenda feminista en las RR.SS. ....</i>	<b>56</b>
<i>Metodología.....</i>	<b>60</b>
<i>Resultados.....</i>	<b>63</b>
<i>Conclusiones .....</i>	<b>67</b>
<i>Referencias bibliográficas.....</i>	<b>70</b>

<b>3. La violencia que seremos: jóvenes y taxonomía de mensajes de odio en las redes</b>	
<i>por Lucia Sell Trujillo; Trinidad Núñez Domínguez;</i>	
<i>Carmen Romo Parra</i> .....	75
<i>Introducción. Jóvenes y violencia(s) de género en red</i> .....	75
<i>Los caminos de la investigación: apuntes metodológicos</i> .....	78
<i>La violencia que somos: Ataques, impacto, autorregulación e indicios de produsage</i> .....	82
<i>Sobre los ataques en las Redes Sociales</i> .....	82
<i>Sobre el impacto y autorregulación en las Redes</i> .....	91
<i>Sobre indicios de produsage</i> .....	96
<i>Conclusiones</i> .....	99
<i>Referencias bibliográficas</i> .....	100
<b>4. De la otredad abstracta a las «otras mujeres»: dilemas éticos y metodológicos del uso de experiencias femeninas en los estudios culturales</b>	
<i>por Cilia Willem; Ignacio Moreno Sagarra;</i>	
<i>Iolanda Tortajada</i> .....	103
<i>Introducción</i> .....	103
<i>Feminismo y cultura popular</i> .....	106
<i>Las otras voces y la etnografía cultural feminista</i> .....	113
<i>Los peligros de la cercanía</i> .....	117
<i>Conclusiones</i> .....	120
<i>Referencias bibliográficas</i> .....	123
<b>5. Polifonías de la memesfera feminista: entre el carnaval, la tecnopolítica y la contrahegemonía. Fanpages de feminismo geek en Facebook</b>	
<i>por Alejandra Nallely Collado Campos</i> .....	127
<i>Introducción</i> .....	127
<i>¿Por qué hablar de memes?</i> .....	129
<i>Lo digital es político</i> .....	133
<i>El carnaval feminista digital y la LOLítica</i> .....	137
<i>La propuesta metodológica</i> .....	140
<i>Polifonías de la memesfera feminista</i> .....	144
<i>Conclusiones</i> .....	152
<i>Referencias bibliográficas</i> .....	155

<b>6. Resistencia algorítmica y discursos contra la violencia feminicida en las redes sociales. Estudios de género, narrativas digitales y visualidades analíticas</b>	
<i>por Virginia Villaplana Ruiz; Alejandra León Olvera</i> .....	157
<i>Introducción. Net-narcocultura y resistencia algorítmica</i> ..	157
<i>Propuesta metodológica: Estudiar la violencia y la resistencia algorítmica</i> .....	163
<i>Resultados. Comunicación política digital, resistencias feministas versus violencia estetizada</i> .....	170
<i>YouTube</i> .....	170
<i>TikTok</i> .....	177
<i>A manera de cierre</i> .....	181
<i>Referencias bibliográficas</i> .....	186
<b>7. Escenarios sonoros feministas</b>	
<i>por Teresa Piñeiro Otero; Ruth de Frutos García;</i>	
<i>Paloma López Villafranca</i> .....	189
<i>Mujeres, acceso y empoderamiento digital</i> .....	189
<i>El podcasting como medio y estrategia para amplificar la voz</i> .....	193
<i>¿Por qué el feminismo necesita los podcasts?</i> .....	197
<i>Desbullando iniciativas sonoras</i> .....	201
<i>Reflexiones finales</i> .....	208
<i>Referencias bibliográficas</i> .....	209



## La violencia que seremos: jóvenes y taxonomía de mensajes de odio en las redes

*Lucia Sell Trujillo*

Universidad de Sevilla

*Trinidad Núñez Domínguez*

Universidad de Sevilla

*Carmen Romo Parra*

Universidad de Málaga

### *Introducción. Jóvenes y violencia(s) de género en red*

Las redes sociales constituyen un campo de investigación ineludible para entender las nuevas formas de conexión y relación de la población mundial en el siglo XXI (Van Dijck, 2013; Fernández Paradas, 2014; Giraldo-Luque; Fernández-Rovira, 2020). Analizar este nuevo espacio de construcción de realidad implica reconocer nuevas pautas y condicionantes de las relaciones sociales (Moral Jiménez, 2004; Domínguez; López, 2015; Vizcaíno-Verdú; Contreras-Pulido; Guzmán-Franco, 2020). Estas pautas son especialmente relevantes en el caso de jóvenes y adolescentes que constituyen un grupo especialmente activo dentro de las redes (Marinas, 2019; Gómez de Travesedo; Gil Ramírez, 2020). La *Generación Z* se encuentra inmersa en ese fácil e ilimitado acceso a la información y al conocimiento que provee la Red. Se caracteriza por no entender «su mundo» sin los dispositivos móviles y le

resulta relevante contar con una imagen digital activa. Puede dejarse influenciar con más facilidad por quienes ostentan reputación digital medida por seguidores y seguidoras. Así, sus gustos, relaciones y prioridades las marcan lo digital (Lasén, 2015).

La juventud española reporta sentirse más integrada dentro de las redes sociales que fuera.<sup>1</sup> Aunque YouTube sea la plataforma más usada (de la que se destaca su transparencia, inmediatez, sencillez y falta de huella), Instagram es la red social que más se utiliza para generar y consumir imágenes. Importante resulta ese casi 60% de conexión con la red TikTok, donde ya en 2020 se superaban los 100 millones de personas activas que la usan diariamente. Las redes se han convertido en modos de comunicación pública validadas por la comunidad y pueden entenderse como formas de democratización del espacio político y la participación (Díaz Gandasegui, 2011). Ofrece concienciación y permite, a través estas formas «proto-organizativas» de *seguir* y *ser seguido*, generar empoderamiento social teniendo impacto en la articulación de formas de protesta (Sell-Trujillo; Núñez Domínguez; Aix Gracia, 2021). Las redes facilitan la resistencia y la producción de contenido conlleva percibirse como activista, perteneciente a una comunidad, y a validarse en la esfera pública. Sin embargo, hay que tener en cuenta que si

---

<sup>1</sup> Macroencuesta realizada por PlayGround a más de 13 mil jóvenes de España sobre sus preocupaciones y sus propuestas para un futuro mejor. Se publica el 22 de julio de 2021: <https://www.playgroundweb.com/impacto-social/el-futuro-es-ahora-las-40-propuestas-de-futuro-de-la-juventud-espanola-se-presentan-en-el-congreso-de-los-diputados-4405>



bien su uso proporciona un altavoz funcional, éste parece ser inconsistente y caprichoso. De la misma manera que el hablar no implica ser escuchado, el impacto del *activismo de sillón* (Jurado Acevedo, 2016) a largo plazo es cuestionable.

Es innegable, no obstante, que lo virtual se ha convertido en un aliado para aquellas personas (y grupos) que se sienten cuestionados en la vida pública. En el caso del feminismo, la producción de contenido en las redes se ha consolidado como una forma de reacción/intervención característica de la Cuarta Ola que defiende el carácter político del «feminismo cotidiano» como una forma central de activismo (Schuster, 2017; Reverter-Bañón, 2013). Este activismo virtual explica el hecho de que mientras que en 2017 se consideraba feminista el 34,8% de la población joven española, en 2019 ese porcentaje aumenta considerablemente situándose casi en el 50%. Ahora bien, esto no deja de evidenciar que exista un 35% que afirma no sentirse feminista y un 15% que no se pronuncia al respecto.<sup>2</sup>

De otro lado, las relaciones *online* también permiten que los mensajes de odio y las agresiones transiten y se expandan definiendo un entorno que parece especialmente proclive al ejercicio de la violencia (De Jesús Sánchez, 2020; Núñez Domínguez; Sell-Trujillo, 2021). Los comentarios sobre el cuerpo femenino es uno de los aspectos que las chicas más identifican como humillaciones, aunque no necesariamente como

---

<sup>2</sup> *Barómetro Juventud y género 2019. Identidades y representaciones en una realidad compleja*: <https://www.fad.es/noticias/la-juventud-espanola-es-cada-vez-mas-feminista/>

agresiones, y lo que más les molesta es que se difundan sin control, sin saber hasta dónde pueden llegar. Sin embargo, este miedo no les impide seguir subiendo fotografías (Estébanez; Vázquez, 2013: 58). Un porcentaje alto de jóvenes parece entender que es legítimo usar las redes para ejercer control sobre la pareja aunque perciben que este control lo hacen tanto ellas como ellos. Y muy taxativos son los datos que ofrece la Delegación del Gobierno para la Violencia de Género que, en un informe publicado en 2015,<sup>3</sup> señala que aunque las y los jóvenes consideran inaceptable la violencia de género, no todas ellas provocan el mismo rechazo. En estos datos también se refleja que uno de cada tres jóvenes no identifica comportamientos de control con violencia de género.

En este capítulo exploraremos cómo las y los jóvenes identifican y expresan formas de relación o prácticas violentas y machistas a través de las redes. El objetivo es analizar cómo perciben la violencia en las redes y cómo la gestionan, teniendo en cuenta una doble experiencia: la de usuaria y la de productora de contenido.

### *Los caminos de la investigación: apuntes metodológicos*

El estudio que se presenta a continuación analiza 777 respuestas a un diario virtual que se pasó a jóvenes entre 15 y 30 años siguiendo la técnica de bola de nieve. De éstos, el 64% reconocía conductas violen-

---

<sup>3</sup> [https://violenciagenero.igualdad.gob.es/violenciaEnCifras/estudios/investigaciones/2015/pdf/Libro20\\_Percepcion\\_Social\\_VG\\_.pdf](https://violenciagenero.igualdad.gob.es/violenciaEnCifras/estudios/investigaciones/2015/pdf/Libro20_Percepcion_Social_VG_.pdf)

tas en las redes y había leído o visto comentarios relacionados específicamente con violencia de género. A su vez, el 17% de los jóvenes que se identificaban como productores de contenido habían sufrido también ataques en las redes relacionados con su género y en el diario virtual contaban estas experiencias. Se ha seguido un enfoque metodológico cualitativo para analizar temáticamente sus narrativas, emociones y experiencias (Fereday; Muir-Cochrane, 2006). Dicho análisis se ha hecho utilizando el programa de análisis cualitativo NVivo (Palacios Vicario; Gutiérrez García; Sánchez Gómez, 2013). Las respuestas se han analizado siguiendo un enfoque inductivo y deductivo (Gioia; Corley; Hamilton, 2013). Se han codificado 'bottom-up' las respuestas y generado una estructura temática que recoge las narrativas públicas potenciándose la voz de las y los jóvenes sobre qué entienden como ofensivo, violento, etc. El equipo de trabajo realizó la codificación de manera independiente y después de debate, fue consensuado estableciéndose un porcentaje aceptable de fiabilidad inter-evaluadora. En una segunda mirada, y después de eliminar repeticiones y errores en la codificación, los códigos fueron agrupados en distintas categorías de manera inductiva. Este estudio trata, por tanto, de una exploración sobre el impacto y la generación de contenidos en las redes sociales, mayoritariamente Instagram, relacionado con formas de violencia de género en la juventud.

Después de la codificación de los textos, es relevante tener en cuenta que las redes no tienen memoria a largo plazo, ofreciendo un relato muy contemporá-

neo. Los casos a los que los y las jóvenes aluden son indicativos solamente en la medida que revelan lo que se considera ofensivo o violento. Se replica, debate y reporta sobre eventos que han sido impactantes o llamado la atención en un momento dado. Sin embargo, desde el punto de vista del productor, la violencia online y lo voluble de las redes puede traducirse en un aumento de seguidores en aras de permanecer siendo relevante. De nuevo, un análisis conjunto de estos elementos pueden ayudar a entender cómo los y las jóvenes perciben la violencia en las redes (cruzándolo con la edad, orientación o identidad de género, por ejemplo).

Resulta significativo explorar la diferencia entre el relato y la experiencia. Es decir, explorar la diferencia entre producción de contenidos, donde los y las jóvenes explican reacciones a sus propios comentarios, y cuando reportan las reacciones a comentarios de otras personas a las que siguen. Esta diferencia en *produsage* de alguna manera recoge la diferencia entre la violencia observada y la sufrida.

A continuación se recogen los nodos obtenidos.

Tabla 1. Nodos.

Nombre	Descripción	Referencias
Ataque al físico	Ataques a mujeres con cuerpos que no cumplen estándares normalizados.	171
Ataque racismo	Perspectiva eurocentrista, ataque a minorías raciales.	8
Ataque homóforo	Específicos a este colectivo.	16
Ataque lgtbqi+	En su mayoría son ataques transfóbicos.	76

Ataque a productoras de contenido	Se trata de ilustradoras feministas que usan el humor de manera estratégica.	32
Ataque iniciativas	Iniciativas o activismo que son atacadas en las redes.	17
Ataque personajes públicos	Distintos perfiles: políticos, presentadores de televisión, <i>influencers</i> , actores, políticos, etc.	74
Ataque por ser mujer	Específicamente alusiones a que ejerzan tareas del hogar.	102
Cuestionamiento feminismo	Ataques al feminismo, pero también cuestionamiento del feminismo como colectivo.	116
Debates (Manada, 8M, Rocío Carrasco)	Posicionamiento sobre temas de actualidad relacionados con el feminismo o la violencia de género.	37
Efecto anónimo	Perfiles falsos, lenguaje agresivo debido al anonimato.	10
Efecto Forocoches y machismo	Persecución organizada y ofensiva ejercida exclusivamente por hombres.	49
Efecto hordas	Casos donde los y las <i>influencers</i> azuzan a sus seguidores/as.	55
Efecto reactivo	Implica un cambio de conducta a consecuencia de la respuesta a las redes.	42
Efecto rescate	Las 'redes' se organizan para apoyar o denunciar ataques a personas individuales.	22
Esfera pública-privada	Ataques sobre personas con las que están en contacto en la vida real-conocimiento cercano.	48
Ideología política	Alusiones a partidos políticos y su posición frente a debates feministas.	34
Libertad de Expresión Polarización	Todo vale en aras de la libertad individual de poder expresarse.	14
Naturalización de la violencia	Conductas violentas normalizadas.	86
No impacto	No han sufrido ataques/no han visto ninguno.	102
Posicionamiento personal	Acciones relatadas en primera persona donde la productora defiende su postura.	63

<i>Producersage</i>	Explicaciones donde la persona que ejerce la autoría se identifica como 'usuaría', 'seguidora', 'consumidora' y utiliza claras referencias de producción/usuario.	41
Reflexión violencia	Más allá de la descripción el autor o la autora explica su visión sobre la violencia (de género, contra las mujeres o colectivo LGTBIQ+) en las redes.	36
Relato caso	Explicación narrada de un caso concreto de manera completa (desde fuera, la persona que ejerce la autoría es solo observadora).	62
RRSS Perfiles	Menciones a los usos y contenidos que se encuentran en las distintas redes sociales.	84

Fuente: elaboración propia.

### *La violencia que somos: Ataques, impacto, autorregulación e indicios de producersage*

#### *Sobre los ataques en las Redes Sociales*

En respuesta a las preguntas planteadas a la población joven que respondió al diario virtual, una alta proporción reportan agresiones que han visto hacia terceras personas. En la mayoría de los casos se trata de personajes públicos que tienen muchos seguidores, y por tanto visibilidad, que se traduce en atraer comentarios positivos y negativos. En un segundo análisis realizado a consecuencia de la primera codificación, las categorías que se refieren a los ataques en las redes sociales se definen de la siguiente manera:

Tabla 2. Diagnóstico de ataques.

Ataque por ser mujer	190
Ataque LGTBIQ+	92
Ataque a productoras de contenido (ilustradoras)	32
Ataque iniciativas o activismo	17
Cuestionamiento feminismo	116

Fuente: elaboración propia.

El Ataque por ser mujer es la categoría con más incidencia. En concreto, los ataques al físico es una de las formas más normalizadas de cuestionar a los personajes femeninos en las redes sociales, es el recurso más fácil en su uso. Esta forma de ataque es también fácilmente traducible a las interacciones sociales en la adolescencia y juventud, donde lo estético como elemento de valor en el cuerpo feminizado permanece como el criterio evaluativo esencial.

Al meterme en comentarios de alguna persona famosa, he visto bastantes comentarios en la foto sobre el físico de esa persona, llegando a leer en un comentario que la persona en cuestión estaba gorda, y acto seguido leer otro comentario en el que decía que la persona estaba hiperdelgada, llamándola anoréxica o bulímica.

Incluso en aquellas circunstancias donde las mujeres producen contenidos críticos no relacionados con la belleza física, el aludir a su cuerpo se entiende como una forma de humillar e invalidar el contenido. Esta forma de ataque se ejercita a personas con perfiles públicos.

Una vez una ilustradora subió un *post*, y fue bastante criticado. Lo que más me sorprendió de todo fue ver que en lugar de criticar su trabajo; empezaron a criticar su aspecto. Todo esto únicamente porque no les había gustado el *post*, habían tenido que ir a machacar a la mujer, resaltando sus «defectos».

Muchos de estos personajes utilizan su plataforma pública para visibilizar otros tipos de cuerpos:

En Instagram, sigo a una actriz cuyo cuerpo es grande y robusto, se podría decir que es una persona gorda. (...) esta mujer sube fotos mostrándose tal y como es sin miedo a los desprecios [que] llegan en masa en forma de comentarios en sus diferentes fotos, sobre todo las que son en ropa interior o bikinis. «Estás gorda», «eres fea», «no sé cómo no te da vergüenza enseñar eso». Estos son algunos de los ejemplos que he visto con mis propios ojos en varias ocasiones.

Así como para también hacer visible la virulencia de los ataques, o el impacto emocional que les suponen estos comentarios negativos.

En más de una ocasión he visto publicaciones de chicas o *influencers* que suben fotos en bikinis y son atacadas no solo por subir esas fotos sino que también se les ataca con comentarios ofensivos hacia su cuerpo, su piel, su culo, sus pechos, etc. Al mismo tiempo, también he visto *instastories* que suben las *influencers* sobre los comentarios que más de una vez reciben sobre su cuerpo, su cara o su contenido, por desgracia a veces negativos.



Sin embargo, hay también dentro de éste código numerosos ataques a muchas personas productoras de contenido que son activas en las redes, sin tener necesariamente muchos seguidores.

(...) hacia gente de mi clase cuando cursaba la ESO acerca de su olor corporal (objetando que era fuerte, que no se duchaba, llamándola guarra), o incluso acerca de su aspecto corporal llamando gorda, por subir fotos de su cuerpo.

Los elementos comunes a esta forma de ataque es que se refieren a juicios sobre un físico no-normalizado. Los ataques se hacen a aquellas personas (de la esfera pública o privada) que no cumplen con los criterios estándares de la estética validada socialmente (mujeres con sobrepeso, cuerpos distintos, vello).

En la plataforma de TikTok se encuentra muchísimo machismo por parte de hombres y mujeres hacia mujeres creadoras de contenido donde enseñan su cuerpo porque están haciendo un baile (con ropa) y se dedican a opinar sobre ello, o sobre los pelos «que les sobran», etc.

Desde el feminismo y desde el activismo en las redes, el cuerpo se usa como un elemento más de lucha. Los ataques se producen casi siempre como reacciones a alegatos relacionados con la puesta en valor de la diferencia, o como formas de reafirmación relacionadas con la autoestima (por fin me acepto, he aprendido a quererme, etc.).

En Twitter siempre hay muchos «cazorros» (porque no tiene otro nombre) que comentan barbaridades. Recuerdo un *post* de una chica sobre su físico diciendo que se quería a sí misma tal y como era y, bueno, bastante gente estuvo insultándola y básicamente diciendo que cómo podía sentirse bien con ese cuerpo.

La producción de contenidos relacionados con el cuerpo femenino tienden a articularse en relación con la «libertad de enseñarlo» sin que sea por ello la mujer tenga que sentirse atacada. Este activismo desde el feminismo de lo cotidiano, como se ha mencionado antes, es una expresión contemporánea, donde las jóvenes feministas se centran en la superación personal desarrollando prácticas individuales de feminismo y trabajando en la incorporación de los principios feministas en su vida personal y a través de los espacios culturales (Bulbeck, 2008). La violencia de los ataques llama la atención, y es todavía más relevante cuando vemos relatos de adolescentes que han tenido que lidiar con estas experiencias (frente a personajes públicos). Si pensamos que la población que hemos estudiado va de los 15 a los 30 años, esto muestra una dimensión preocupante de la violencia que en algunos casos las adolescentes y jóvenes tienen que asumir y gestionar.

Una vez una amiga mía subió una foto a Instagram en la que ensañaba su cuerpo en ropa interior y empezó a recibir comentarios de todo tipo relacionados con su cuerpo y la libertad que ella posee para hacer lo que quiera, multitud de hombres y mujeres co-

menzaron a insultarla y a meterse con ella por hacer lo que a ella se le apetecía en ese determinado momento con su cuerpo, recibió comentarios muy ofensivos y violentos conforme a este tema. Incluso capturaron la foto y la subieron a una cuenta de esta red social relacionada con contenido pornográfico, aunque es cierto que al ser una red social te expones a este tipo de cosas, las personas somos libres de subir lo que queramos de nuestro cuerpo y no se entiende por qué ocurren estas cosas todavía en el siglo en el que estamos, si subo una foto con ropa o en bikini nadie le da la misma importancia que si la subo en ropa interior.

Hay mucha variedad en los ataques y en cómo se reportan. Las respuestas van desde recibir pantallazos de genitales masculinos a comentarios machistas que son menos violentos pero buscan la ofensa y la reacción.

Se me ocurren algunas denuncias públicas de chicas, que han querido contar experiencias de abusos que han sufrido. Enseguida, comentarios cuestionando su testimonio, insultando y juzgando han aparecido en torno a su publicación.

Los Ataques al colectivo LGTBIQ+ (ataques homófobos y ataques LGTBIQ+) son muy numerosos. Se mencionan, en varias ocasiones, casos que han tenido mucha visibilidad dentro y fuera de las redes.

Hubo un caso de agresión hace tiempo hacia una persona transexual. La chica era *influencer* y compartió por las redes sociales que la habían agredido cuan-

do iba paseando tranquilamente por la calle. Todo esto tuvo mucha repercusión, hasta el punto de que le comentaron y compartieron su publicación personalidades como nuestro presidente Pedro Sánchez, el cantante J. Balvin, etc.

Hay también cuestionamientos ofensivos que recogen opiniones ya anacrónicas.

Comentarios ofensivos hacia parejas homosexuales: explicando cómo no debían tener hijos, cómo debería ser ilegal que tuvieran hijos, lo «antinatural» que es y miles de comentarios insultando y criticando.

En el caso del colectivo trans es también relevante mencionar que las redes sociales parecen haberse convertido en vectores de fuerza y espacios de lucha que han sido estratégicamente utilizados para visibilizar sus demandas. Por tanto, al ser productores de contenido y tener un perfil activista activo, han captado el interés público y reciben la virulencia de los ataques. Este colectivo entiende las redes como herramienta de lucha.

Recuerdo una vez que en un hilo de Twitter de una persona trans hablando sobre su experiencia en su proceso y la poca aceptación que tuvo por parte de sus padres, hubo muchos comentarios por parte de hombres y mujeres, que presumían de ser de derechas y no estar adoctrinados por la ideología de género, diciendo que esa mujer iba a ser siempre un hombre, porque dios la creó así. Además, hubo muchos co-

mentarios del tipo, «tengo un hijo así y le pego una paliza hasta que entre en razón».

Una chica subió foto con su novio trans y puso: mi novio y yo. Y la gente le comentaba «yo solo veo dos chicas» o «será novia» y cosas así.

En el caso de los Ataques a las productoras de contenido con perfiles públicos activos en el campo de lo gráfico (la ilustración), como se ha mencionado antes, la mayoría de las formas de ataque sobre los contenidos se traducen en ataques a la persona, y en concreto a su apariencia física.

Con frecuencia veo comentarios ofensivos hacia cuentas que por lo general tratan temas delicados; como las de estas ilustradoras feministas, por la labor que llevan a cabo, que derivan a su vez en insultos sobre su apariencia física o capacidad profesional.

Cuando se ataca a la posición de la ilustradora, se hace referencia a su validez dentro de los debates feministas o relacionados con la igualdad en las redes. Las respuestas no son muy elaboradas y reflejan una estandarización que indica que no se responde a contenidos o perfiles concretos sino a su condición y popularidad dentro del feminismo.

Comentarios ofensivos hacia Flavita Banana porque algunas de sus ilustraciones inspiraban controversia. Me parecieron ofensivos y sexistas, pues alguno decía «¿qué sabrá una puta como tú de esto?».

Las personas encuestadas hablan de «las redes» de una manera reificada, las redes «atacan» y los intentos individuales o colectivos de activismo son castigados. Ejemplo de esto es el nodo ‘Ataque iniciativas o activismo’ que son menciones de casos donde alguien ha tomado una iniciativa o acción con un componente activista que ha tenido como respuesta el insulto y ataque viral de la persona o el colectivo.

Con el movimiento que se desarrolló a través de redes para que los chicos se pusieran faldas durante un día y así poder reivindicar que la ropa no tiene género, se desarrollaron diferentes comentarios ofensivos y violentos hacia los que fomentaron este movimiento.

En algunos casos, este elemento de viralización y reificación es tan efectivo que, cuando se intenta cuestionar la representación de la mujer en las redes sociales, surgen ataques.

Últimamente, muchas chicas están subiendo vídeos bajo el lema de «dosis diaria de que las redes sociales no son reales» y muestran las imperfecciones de sus cuerpos, aquellas que solemos tapar con filtros, maquillaje o ropa. Mucha gente joven suele criticarlas y hacer comentarios despectivos al respecto.

En el código de ‘Cuestionamiento feminismo’, como se ha mencionado anteriormente se recogen las críticas al movimiento feminista en general, que van desde ataques frontales al feminismo a insultos ofensivos a las activistas, que se convierten en feminazis.

Cuando en una publicación que habla sobre feminismo encuentras el típico comentario que normalmente proviene de un hombre diciendo: «feminazis, mujer tenías que ser, necesitas ser violada, el machismo no existe, vete a fregar...». (...) [Es] algo común.

### *Sobre el impacto y autorregulación en las Redes*

Esta sección recoge algunos indicios que aparecen en las respuestas al diario virtual sobre cómo se comportan las redes. Después de un segundo análisis inductivo, se recogen las siguientes categorías:

Tabla 3. Efectos.

Efecto anónimo	10
Efecto Haters	104
Efecto reactivo	42
Efecto rescate	22

Fuente: elaboración propia.

Las redes se convierten en sujeto al que se les dota de atributos y adjudica comportamientos. Los sujetos productores son objeto de ataques violentos, pero también se muestra cómo se pueden llegar a corregir. Los y las jóvenes expresan con alivio, como si gracias a una suerte de justicia logarítmica se llegara a restaurar alguna forma de equilibrio.

El Efecto anónimo explica cómo la gente tiende a ejercer ataques violentos desde perfiles falsos o con nombres que no son fácilmente reconocibles. Estos perfiles anónimos llevan a que las personas se expresen y relacionen de manera distinta, con posicionamien-

tos más categóricos y contenidos más agresivos de los que mantendría si tuvieran que mantener esa misma posición sin estar mediada por el anonimato de las redes sociales.

No suelo entrometerme en polémicas en redes sociales, hago uso de ellas de otra manera (...), pero sí que he visto múltiples casos por la fuerza que tienen las redes sociales de estar formadas por personas anónimas escondidas detrás de un usuario el cual puede ser falso y creerse con el poder de opinar o comentar todo aquello que quieran sin ningún tipo de objetividad y crítica constructiva.

El Efecto Haters se refiere a una forma articulada de respuesta que viene generalmente dirigida a través de comunidades, personajes, plataformas o foros nacionales (como el foro de internet *ForoCoches*) e internacionales. Se trata de respuestas que se posicionan en bloque contra del feminismo y que recurren al insulto actuando de forma coordinada para castigar y dirigir la opinión en contra de otras *influencers* o personajes públicos que tienen posturas feministas.

[Vídeos de] Individuos agrediendo a sus parejas, a otras mujeres en la calle, cómo un grupo de jóvenes asustaba en el metro a chicas, incluso llegándole a poner impedimento para que pasase y provocando que la chica se cayese a la vía.



En ocasiones, estos ataques son dirigidos por personajes públicos y en otras se convierten en respuestas desproporcionadas de ataques.

Hace poco vi a una chica víctima de agresión sexual compartir en TikTok un vídeo diciendo simplemente que «los chicos que violan no le gustan», como respuesta a ese vídeo recibió muchísimos comentarios de chicos ofendidos insultándola de cualquier forma posible y acosándola.

Las redes sociales, por su propia inercia e intencionalidad explícita de conseguir visibilidad, tienen un elemento perverso relacionado con cómo se «preman» los comentarios más arriesgados o generadores de controversia.

Vi en un comentario de alguien en una foto de una persona no binaria que iba por la parte de arriba en traje de chaqueta y por debajo en falda y tacones y el comentario ponía: qué poco se ha fusilado y qué mal.

La polémica genera visibilidad, que se traduce en el aumento de «visualizaciones» o «seguidores». A mayor impacto, mayor relevancia independientemente de que el impacto se haya generado por contenidos positivos o negativos/agresivos (que suelen ser más capitalizables). La posibilidad de que algo se viralice es más alta si los contenidos son novedosos o chocantes. Por tanto, hay perfiles que buscan precisamente la creación de polémica —que garantiza como mínimo seguir siendo relevante en un entorno muy cambiante y caprichoso—.

*Youtubers* de la talla de Roma Gallardo enviando hor-das enfurecidas de seguidores contra *influencers* femi-nistas mientras esparce odio en un directo de Twitch simplemente por no pensar como él y atacando su físico.

En ocasiones, las *instagramers/influencers* denuncian estos comentarios y acaban generando bandos de ata-ques mutuos hacia los *haters* (y al mismo tiempo re-percute en un aumento de visibilidad).

Las *influencers* o *youtubers* que reciben muchos co-mentarios ofensivos muy fuera de lugar. Algunos comentarios son impactantes, hay mucho *hate* en el mundo, por lo tanto acaban bloqueando a las perso-nas que hacen este tipo de comentarios.

En el caso de la categoría Efecto reactivo, los y las jóvenes relatan casos donde personajes públicos han visibilizado estos ataques a su comunidad de seguido-res, haciendo así partícipes al resto de sus seguidores de cómo lo han sobrevivido, ejerciendo de modelos de ac-ción o visibilizando las consecuencias de estos ataques.

Hace poco vi que en Twitter estaba en tendencia una actriz americana de la serie *Euphoria* y entré a ver qué pasaba y vi que se había convertido en tendencia porque la gente estaba criticando lo «fea» que se veía. Después vi que la actriz publicó un vídeo llorando con el fin de visibilizar que detrás de la pantalla hay una persona y que estaba muy dolida. Y una cosa parecida le ocurrió a una cantante americana, Billie Eilish.

Hay un caso de una *influencer* venezolana que por un chiste sobre otro *youtuber* recibió tal nivel de odio que acabó en un intento de suicidio de la chica.

También se aplica a los contactos y relaciones cercanas a los/as jóvenes, donde estos efectos son todavía más impactantes. Las personas afectadas desaparecen de las redes, lloran, viven con miedo y acusan síntomas de depresión (se menciona también el suicidio).

A diferencia de la organización destructiva que mencionamos en los códigos anteriores, el Efecto rescate se refiere a cuando las «redes» (de manera personificada) se organizan como entes con dirección propia para restablecer el equilibrio, organizar la denuncia, hacer de altavoz de injusticias o abusos. En estos casos, las personas/usuarios se organizan para, frente a los ataques, apoyar al sujeto acosado, denunciar a las personas que publican respuestas o contenidos violentos y se visibiliza o viraliza la causa, de manera que se acaba generando apoyo de personajes públicos. Por ejemplo ante un ataque a una persona trans:

Además, hubo muchos comentarios del tipo, «tengo un hijo así y le pego una paliza hasta que entre en razón». Lo mejor fue la reacción de gran parte de Twitter que apoyó a esta mujer y que consiguieron que muchas cuentas que habían publicado comentarios violentos y ofensivos fueran denunciadas y borradas de Twitter.

## *Sobre indicios de produsage*

En este epígrafe se exploran aquellos códigos que, desde una primera aproximación, tratan sobre prácticas de producción y uso (*produsage*) de los y las jóvenes en las redes sociales, donde ellos mismos explican su doble condición.

Tabla 4. *Produsage*, desigualdades de género y violencia.

Esfera pública-privada	48
Ideología y Polarización	48
Naturalización de la violencia	86
Posicionamiento personal	94
Relatos y narrativas sobre violencia	98

Fuente: elaboración propia.

La categoría ‘Esfera pública-privada’ recoge situaciones que explican momentos en los que la barrera de la esfera pública y privada se quiebran (Goffman, 1981). Se trata de situaciones donde ocurren disonancias entre la imagen offline y online de una persona. Estas situaciones revelan elementos de la gestión del yo y cuestionan la veracidad de la imagen de la persona en las redes.

Una de las imágenes que más me sorprendió fue la de un compañero de la clase de bachillerato que subió un texto que decía: «todas son feministas hasta que toca pagar la cuenta». Creo que esto es una falta de respeto total a las mujeres que luchamos por esto y por tener un lugar en esta sociedad. No le aguanto.

Lo diferencian claramente de situaciones donde se trata de *influencers* porque conocen de primera mano a las personas implicadas (sean ellas las que sufren los ataques o amigas).

Personas cercanas a mí que han publicado cosas en las redes sociales de tema actual, como el feminismo, la transfobia o la xenofobia que se han visto atacadas y rebatidas con argumentos endebles e insultos.

Hay instancias donde las interacciones online validan las experiencias offline. No solamente parecen sentirlo con la misma intensidad o elaborarlas desde el mismo lugar emocional, sino que reflejan un tipo de prácticas sociales definibles a medio camino entre la intimidad y la exposición. Esta «extimidad» (Serrano-Puche, 2012) requiere una exposición permanente que asume la mirada y evaluación del grupo para confirmar su propia realidad.

La semana pasada subí a mis historias una canción que habla del miedo y la situación que viven muchas mujeres al tener que volver a casa solas. En cuestión de 1 hora tenía entre 5 y 8 mensaje de personas que afirmaban que las mujeres exageran todo lo que pasa y que seguramente se asustan sin sentido, aparte afirmaban que nosotras no deberíamos estar solas por una calle y que realmente no nos pasaba tanto, ni a tantas mujeres como decíamos. Al día siguiente yo salí a Sevilla, Centro, y estaba sola. En esa que se me paran dos hombres en bicicleta y hacen comentarios ofensivos de la ropa que llevaba y cómo me quedaba.

Me dio tanta rabia lo que había pasado que lo compartí por mis redes sociales y me pasa lo mismo que el día anterior, recibo comentarios diciendo que era una exagerada y que seguramente ni siquiera hablaban de mí, incluso que quería llamar la atención. Regresé con miedo e insegura, puesto que sentía que si a mí me pasaba algo no iba a ampararme nada y tampoco lo podía subir a las redes porque enseguida recibiría comentarios negativos.

Las categorías ‘Ideología y Polarización’ y la ‘Naturalización de la violencia’ reflejan instancias donde los «recursos» para el ataque en las redes se derivan a lo político. Lo feminista se alinea con la izquierda, surgen bandos que llegan a lo personal.

Comentarios destructivos en las publicaciones de chicas con respecto a su vestimenta: «yo te daba», «quién pudiera cogerte». También por ideologías políticas: «roja de mierda», «muerte a los republicanos», etc.

En otras ocasiones, el recurso político se genera de una manera forzada para transformar *posts* relativamente positivos o neutros en ataques forzados a la persona.

Un *tweet* escrito por Dani Mateo que era apolítico en vísperas de las elecciones a la Comunidad de Madrid, donde dijo que Madrid, gobierne quien gobierne, seguirá siendo un lugar COJONUDO. Luego se convirtió en un cuestionamiento hacia él, por ser rico, por defender a los franquistas y falangistas, etc.

La queja hacia la constante polarización se observa en las siguientes citas donde se apela a la falta de libertad de expresión o al derecho a equivocarse y se narran instancias donde personajes populares en las redes promueven ataques violentos entre sus seguidores.

Personas no permitiendo que la gente exprese sus ideas y la «cultura de la cancelación» sin límites. Todo el mundo tiene derecho a admitir sus errores y no por eso debe ser cancelado.

Un *instagramer* denominando «blaqueadores de esclavitud sexual» a aquellos que comentaron un *post* del *youtuber* en el que sorteaba conocer dos actrices de cine para adultos. Tras esto, otro *youtuber* respondió con insultos y humillaciones de la índole «mereces que te escupan en la cara de lo imbécil que eres». A raíz de esa contestación, tanto la *instagramer* como el *youtuber* recibieron múltiples insultos, ligados al bando en el que se encontrasen.

### *Conclusiones*

La conclusión general es que las redes confirman y validan las experiencias cotidianas. Desde luego, el análisis de los diarios virtuales ha permitido conocer tanto el relato como las experiencias vitales que las y los jóvenes tienen en las redes sociales, pudiéndose distinguir entre la violencia observada y la sufrida.

Las redes replican patrones de sociabilidad reconocibles en el mundo offline, pero cualitativamente distintos. Es necesario entenderlas como un espacio

de autorrepresentación que requiere una gestión de la imagen, una coherencia temporal en los contenidos producidos y, en definitiva, una representación identitaria que invita a la falta de consenso y facilita la rigidez y polarización de posiciones y debates.

El capítulo explora los patrones de interacción comunicativas de contenido violento con el objetivo de evidenciar las posiciones que los usuarios adoptan y que, asumimos, informarán su nivel de tolerancia hacia la violencia de género. La normalización de los ataques y agresiones de alguna manera afectan a las percepciones de desigualdades y violencia. Quizá lo sobresaliente de este acercamiento cualitativo no solo es poner nombre a cuestiones que se quedarían en ámbitos latentes si no son nombradas, sino que posibilita entender que las personas jóvenes conviven con la violencia de género y otras violencias en las redes de una manera naturalizada. Esto, que inicialmente es negativo, tiene una parte positiva: cuando se logra determinar que un relato es violento existen más opciones de que se puedan elaborar medidas de control e, incluso, propiciar acciones que logren revertir comportamientos narrativos inaceptables.

### *Referencias bibliográficas*

- Bulbeck, C. (2008). Feminism, youth politics, and generational change. *Next Wave Cultures: Feminism, Subcultures, Activism*. 10.4324/9780203940013.
- De Jesús Sánchez, M. (2020). La violencia digital de la generación Z. *Revista mexicana de orientación educativa*, 5, 2-10
- Díaz Gandasegui, Vicente (2011). Mitos y realidades de las redes sociales. *Prisma social*, 6, 1-26
- Domínguez, F.; López, R. (2015). Uso de las redes sociales digitales



- entre jóvenes universitarios de México. Hacia la construcción de un estado del conocimiento. *Revista de Comunicación*, 14, 48-69
- Estébanez, L.; Vázquez, N. (2013). *La desigualdad de género y el sexismo en las redes sociales*. Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco.
- Fereday, J.; Muir-Cochrane, E. (2006). Demonstrating rigor using thematic analysis: A hybrid approach of inductive and deductive coding and theme development. *International Journal of Qualitative Methods*, 5(1), 5-11.
- Fernández Paradas, A. (coord.) (2014). *Interactividad y redes sociales*. Madrid: ACCI
- Gioia, D.A.; Corley, K.G.; Hamilton, A.L. (2013). Seeking qualitative rigor in inductive research: Notes on the Gioia methodology. *Organizational Research Methods*, 16(1), 15-31.
- Giraldo-Luque, S.; Fernández-Rovira, C. (2020). Redes sociales y consumo digital en jóvenes universitarios: economía de atención y oligopolios de la comunicación en el siglo XXI. *Profesional de la Información*, 29(5), 1-15.
- Goffman, E. (1981). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu
- Gómez de Travesedo Rojas, R.; Gil Ramírez, M. (2020). Generación Z y consumo de información política: entre la televisión y los nuevos formatos mediáticos. *Ámbitos. Revista Internacional De Comunicación*, (50), 62-79.
- Jurado Acevedo, Víctor (2016). Activismo de sillón. *Gaceta*, 48, 1-2
- Lasén, A. (2015). Mediaciones digitales de las relaciones sociales y familiares de los jóvenes. En C. Torres Albero (dir), *España 2015. Situación social* (pp. 1587-1594). Madrid: CIS
- Marinas, L. (2019). Instagram: Donde Millennials, Generación Z, McLuhan y Bolter se cruzan. *Cuadernos de Información y Comunicación*, 24, 187-201
- Moral Jiménez, M.V. (2004). Jóvenes, redes sociales de amistad e identidad psicosocial: la construcción de las identidades juveniles a través del grupo de iguales. *Revista galega-portuguesa de psicología e educación*, 11, 183-206
- Núñez Domínguez, T.; Sell Trujillo, L. (2021). La cara oscura de la red para las feministas. En A. Bernárdez Roal; G. Padilla (eds.), *Des haciendo nudos en el social media* (pp. 255-278). Valencia: Tirant lo Blanch
- Palacios Vicario, B.; Gutiérrez García, A.; Sánchez Gómez, M<sup>a</sup> C. (2013). Nvivo una herramienta de utilidad en el mundo de la comunicación. En M. Pacheco Rueda et al (coords.), *2º Congreso nacional sobre metodologías de la investigación en comunicación* (1103-1018). Valladolid: Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación.
- Reverter-Bañón, S. (2013). Ciberfeminismo: de lo virtual a lo político. *Teknokultura. Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales*, 10 (2), 451-461.
- Schuster, J. (2017). Why the personal remained political: comparing second and third wave perspectives on everyday feminism. *Social Movement Studies*, 16 (6), 647-659.

- Sell-Trujillo, L.; Domínguez Nuñez, T.; Aix Gracia, F. (2021). Flo6x8: intervenciones feministas para la ocupación y resistencia. *Investigaciones Feministas*, 12(1), 145-156.
- Serrano-Puche, J. (2012). La presentación de la persona en las redes sociales: una aproximación desde la obra de Erving Goffman. *Análisis* (46), 1-17.
- Van Dijck, J. (2013). *The culture of connectivity. A critical history of social media*. Oxford University Press.
- Vizcaíno-Verdú, A.; Contreras-Pulido, P.; Guzmán-Franco, M.D. (2020). Construcción del concepto fanbullying: Revisión crítica del acoso en redes sociales. *Pixel-bit. Revista de Medios y Educación*, 57, 211-230