

# Eso no me lo dices en la calle. Análisis del discurso del odio contra las mujeres en *Twitter*

## Say it to my face: Analysing hate speech against women on *Twitter*

Teresa Piñeiro-Otero; Xabier Martínez-Rolán

**Note:** This article can be read in English on:

<https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/86428>

Cómo citar este artículo:

Este artículo es una traducción. Por favor, cite el original inglés:

**Piñeiro-Otero, Teresa; Martínez-Rolán, Xabier** (2021). "Say it to my face: Analysing hate speech against women on *Twitter*". *Profesional de la información*, v. 30, n. 5, e300502.

<https://doi.org/10.3145/epi.2021.sep.02>

Artículo recibido el 11-03-2021

Aceptación definitiva: 12-05-2021



**Teresa Piñeiro-Otero** ✉

<https://orcid.org/0000-0001-6414-2700>

Universidade da Coruña  
Facultade de Ciencias da Comunicación  
Campus de Elviña, s/n  
15008 A Coruña, España  
[teresa.pineiro@udc.es](mailto:teresa.pineiro@udc.es)



**Xabier Martínez-Rolán**

<https://orcid.org/0000-0002-7631-2292>

Universidade de Vigo  
Facultade de Ciencias Sociais e da  
Comunicación  
Campus A Xunqueira, s/n  
36005 Vigo, España  
[xabier.rolan@uvigo.es](mailto:xabier.rolan@uvigo.es)

### Resumen

En la última década, internet y, en concreto, las redes sociales, han cobrado relevancia como espacios de interacción y socialización. La multiplicación y penetración de las redes sociales, así como el volumen e intensidad de las interacciones, han propiciado un desplazamiento de la esfera pública hacia estas plataformas. Este contexto virtual aparentemente neutro, donde las redes sociales ayudan a la construcción o amplificación de las relaciones sociales, se configura como un espacio de desigualdad donde se reproducen las relaciones de poder y prácticas patriarcales, amplificadas por la sensación de anonimato y su efecto desinhibidor. El presente trabajo analiza la manifestación del discurso del odio y misoginia en la conversación en *Twitter* en torno a 50 mujeres españolas, con proyección pública en la Red y fuera de la Red, pertenecientes a diversos ámbitos profesionales: ciencia, comunicación, cultura, deporte, empresa y política. A partir de la búsqueda automatizada de insultos y otros términos de odio, se ha analizado el contenido de las interacciones directas y menciones indirectas que recibieron estas mujeres en esta plataforma social a lo largo de un año. Los resultados ponen de manifiesto la toxicidad de la tweetesfera para las usuarias. Así, el 15% de las interacciones directas y el 10% de las indirectas dirigidas a estas mujeres integran algún tipo de insulto o descalificación, aunque no necesariamente de carácter sexista o misógino. Una violencia que se hace especialmente patente contra las mujeres representantes de las áreas de mayor visibilidad e influencia social como la comunicación y la política.

### Palabras clave

Internet; Redes sociales; Medios sociales; *Twitter*; Desigualdad de género; Discurso de odio; Sexismo; Misoginia; Estudios de género; Feminismo; Análisis de contenido; Comunicación pública.

### Abstract

The internet, and social media in particular, have become increasingly relevant as spaces for interaction and socialisation. The public sphere has shifted towards these platforms due their proliferation, uptake and the volume and intensity of the interactions they enable. In this apparently neutral virtual context, social media contribute to the construction or amplification of social relationships. The internet thus becomes a space of inequality where power relations and pa-

triarchal practices are reproduced and amplified because of disinhibition deriving from anonymity. This paper analyses hate speech and misogyny in the *Twitter* conversations surrounding fifty Spanish women with a high profile both on- and offline in different professional fields: science, communication, culture, sports, business and politics. We performed an automated search for insults and hateful terms before analysing the direct interactions and indirect mentions that the women received on *Twitter* over the course of a year. The results of this study highlight the toxicity of the Twittersphere for female users: 15% of direct interactions and 10% of indirect interactions involving the women included some form of insult or abuse, although these were not necessarily sexist or misogynistic in nature. Women with greater visibility and social influence, such as those active in communication or politics, are most often targeted by this violence.

## Keywords

Internet; Social networks; Social media; *Twitter*; Gender inequality; Hate speech; Sexism, Misogyny; Gender studies; Feminism; Content analysis; Public communication.

### Financiación

Este trabajo forma parte del proyecto *Mujeres pontevedresas en la red. Análisis del discurso, micromachismos y discurso del odio en Twitter*, financiado por la *Cátedra Feminismos 4.0* de la *Diputación de Pontevedra* y la *Universidad de Vigo*.

## 1. Introducción

Internet ha adquirido un papel central en las sociedades contemporáneas. El elevado volumen de accesos e interacciones en las plataformas online –y su intensidad– las han convertido en un espacio de socialización, dotando sus contenidos y relaciones de un carácter performativo.

Hace cuatro décadas, el *Manifiesto Ciborg* (Haraway, 1984) adelantaba la reflexión en torno a tecnología, género e identidad. En este ensayo, Donna Haraway critica los dualismos antagónicos del discurso occidental (yo/otro, mente/cuerpo, cultura/naturaleza, hombre/mujer...) como mecanismos de dominación, y su cuestionamiento a través de la tecnología. Frente a la objetividad patriarcal y el feminismo esencialista, Haraway aboga por la parcialidad del ciborg: un sujeto fluido, entre persona y máquina, que desafía las categorías de género y que resulta ideal en un contexto en el que el poder no detenta un lugar fijo, sino que se encuentra en constante movimiento (Romero-Sánchez, 2014).

El *Manifiesto Ciborg* marcaría la reflexión en torno a género y tecnología. Así, a comienzos de los 90, el ciberfeminismo abordaría el carácter flexible y abierto de la Red como una oportunidad para la subversión de identidades y la acción política.

En su concepción de la tecnología como espacio íntimo y subversivo para las mujeres (Plant, 1997) el ciberfeminismo está imbuido de un optimismo tecnodeterminista. Si en su propuesta del ciborg como sujeto ideal para la participación política de las mujeres, Haraway era consciente de las relaciones de poder de la tecnología, Sadie Plant –autora referente del ciberfeminismo– defiende la esencia femenina de la tecnología, tanto por su origen como por la relevancia que adquieren en la Red características como la conectividad y fluidez, tradicionalmente vinculadas a las mujeres (García-Aguilar, 2007).

Desde esta perspectiva, Martínez-Collado (1999) considera la Web como un espacio privilegiado para diseñar el futuro; para reescribir las relaciones de identidad, género y sexualidad. No obstante, y a pesar de esta posibilidad, Wajcman (2006) cuestiona si realmente la tecnología vive un cambio de sexo o si, tras el nuevo disfraz tecnológico, se reproducen las mismas desigualdades.

En los últimos años internet –y más concretamente las redes sociales– demostraron su potencial para la acción feminista. Las interacciones y conexiones que se establecen en estas plataformas están energizadas por la potencia real y mítica de la tecnología (Bonder, 2002) que les permite una visibilidad y transcendencia mundial.

La organización de la conversación online en torno a hashtags ha favorecido nuevas formas de movilización social, susceptibles de alcanzar una proyección global a partir de la interacción y adhesión de miles de usuarios en todo el mundo e incluso trasladarse a la “arena real”.

La conectividad, rapidez e inmediatez de las plataformas de gestión de redes sociales permiten la construcción de comunidades espontáneas con vocación de continuidad en el tiempo (Cerva-Cerna, 2020). A pesar de la velocidad a la que se produce la comunicación y lo volátil de los temas de conversación, estas plataformas abrigan comunidades efímeras (Martínez-Rolán; Piñeiro-Otero, 2017), pero también facilitan el desarrollo de redes marcadas por intereses comunes.

Unas redes cuya constitución permite la circulación de ideas, recursos y formas de comportamiento con una doble proyección (Varela, 2020):

- internacional, a través de la visibilización de protagonismo y propuestas;
- nacional, al emplear este reconocimiento para ejercer presión sobre los límites culturales y políticos establecidos.

En este cometido, las mujeres han de habitar el espacio online, apoderarse de la tecnología para proponer nuevas relaciones de género (Zafra, 2011).

Para **Molpeceres-Arnáiz y Filardo-Lamas** (2020), los medios sociales son a la vez reflejo y construcción de percepciones y evocaciones sociales, dando lugar a nuevos mecanismos de transmisión con diversas funciones sociales y comunicativas. Un ejemplo es el llamado *hashtag feminism* (Dixon, 2014) que se apropia de estas etiquetas, características del lenguaje-forma de *Twitter*, para llamar la atención sobre la discriminación y abuso basado en el sexo-género que experimentan las mujeres (Thrift, 2014; Huntemann, 2015; Barker-Plummer; Barker-Plummer, 2017), para crear una consciencia feminista que incluso afecta a lo profesional, como señala **Iranzo-Cabrera** (2020) en el caso de #lasperiodistasparamos.

#MeToo, #NiUnaMenos, #HermanaYoTeCreo... Son ejemplos de este feminismo hashtag (Dixon, 2014) que han trascendido la pantalla para marcar la agenda pública, e incluso para remover el orden social, y hoy constituyen memes –entendidos como piezas de transmisión cultural (Rentschler; Thrift, 2015)– de la sociedad contemporánea.

No obstante, pese al potencial transformador, a la inmediatez, interconexión e influencia de las redes sociales, pese a su capacidad para romper las jerarquías tradicionales y pese a proponer nuevos liderazgos (Bertomeu-Martínez, 2019), el entorno online no deja de ser un producto sociotécnico, resultado de las relaciones sociales que lo producen y utilizan (Wajcman, 2006).

## 2. La Red como espacio de desigualdad

En sus albores la Red fue recibida como un espacio horizontal que rompería con las relaciones de poder de la sociedad patriarcal, pero enseguida se puso de manifiesto lo utópico de esta visión (Herring, 1996).

Internet perpetúa las desigualdades y violencias del mundo real, como espacios en los que se traslada el orden patriarcal, con tendencia a la invisibilización y acoso contra las mujeres (Ging; Siapera, 2019). Las posibilidades tecnológicas de los medios sociales han incrementado radicalmente el flujo de ideas e información antifeminista a través de grupos, plataformas y fronteras geográficas (Ging, 2019). Este ciberantifeminismo, como lo denomina **Bonet-Martí** (2021), tiene como rasgos característicos su extrema misoginia y su proclividad a los ataques personales.

Tal como constata un reciente estudio de *Pew Research Center* (Vogels, 2021) las mujeres tienen tres veces más posibilidades de sufrir algún tipo de acoso sexual online, una proporción que se incrementa en las menores de 35 años. Sexismo y misoginia tienen una sombra alargada en la Red (Fox; Tang, 2014). Así, una de cada dos mujeres que ha sufrido algún tipo de acoso online señala el género como causa del acoso (Vogels, 2021).

Los medios sociales han potenciado el discurso de odio contra las mujeres con diferentes tipos de violencia de género: sexual, psicológica o incluso feminicida (Vega-Montiel, 2019). En la Red, la violencia contra las mujeres puede manifestarse como acoso, hostigamiento, extorsión y amenazas, robo de identidad, revelación de datos personales –*doxing*– o manipulación y publicación de fotografías sin consentimiento (Engler, 2017).

Estos tipos de violencia no son aleatorios y casuales, sino que presentan unas pautas específicas arraigadas en el androcentrismo de la cultura hegemónica y el de internet, sus códigos y comportamientos (Villar-Aguilés; Pecourt-Gracia, 2021; Nagle, 2018; Nussbaum, 2010).

Las plataformas sociales no sólo pueden conformar espacios hostiles para las mujeres por el simple hecho de serlo (Bertomeu-Martínez, 2019), además han propiciado el surgimiento de nuevas y virulentas formas de sexismo como el *gendertrolling*.

Si el *trolling* se caracteriza por la consecución de la risa agresiva a través de la provocación de reacciones emocionales fuertes en las víctimas (Phillips, 2012), el *gendertrolling* añade el vehicular –con frecuencia– creencias sinceras de los agresores, tornándolo más violento y destructivo (Mantilla, 2013). Siguiendo a **Mantilla** (2013) algunas de las características que tornan más virulento este fenómeno son:

- participación –a menudo coordinada– de numerosas personas;
- insultos y comentarios basados en sexo-género;
- lenguaje atroz y violento que puede describirse como odio;
- amenazas creíbles que trascienden el ámbito online;
- intensidad, alcance y longevidad inusual de los ataques;
- su carácter es especialmente reactivo a las manifestaciones y denuncias de alguna forma de sexismo o desigualdad basada en el género.

Unas prácticas mediadas por la proyección pública de las redes sociales, que favorecen la visibilidad y participación; y el anonimato de los agresores, que brinda impunidad a sus actos (Vega-Montiel, 2019; Fox; Cruz; Lee, 2015).

Para explicar el impacto del anonimato en la comunidad usuaria, **Suler** (2004) formuló la idea del efecto de desinhibición, o cómo determinados factores de los entornos online (por ejemplo, invisibilidad, asincronía, minimización de la autoridad) animan a las personas a asumir comportamientos impensables en sus interacciones fuera de la Red. Pese a que este efecto de desinhibición no es negativo, su realimentación con el sexismo ambiental (Glomb *et al.*, 1997) impe-

rante en las redes sociales, incidirá negativamente en la comunidad usuaria, con independencia de si son objeto directo de acoso o violencia.

El sexismo en las plataformas sociales no sólo implica actitudes hostiles contra las mujeres, sino que puede manifestarse en tono de humor (**Frenda et al.**, 2018) en expresiones como memes (**Drakett et al.**, 2018) o hashtags (**Fox; Cruz; Lee**, 2015), e incluso a través de alabanzas o comentarios aparentemente positivos. Unas manifestaciones de sexismo benevolente (**Glick; Fiske**, 1996) que contribuyen al refuerzo de las relaciones de poder, estereotipos de género y comportamientos sexistas (**Marwick**, 2013).

El discurso de odio contra las mujeres –entendido como el fomento, promoción o instigación del odio, la humillación o el menosprecio de una mujer o un colectivo de mujeres, así como el acoso, descrédito, difusión de estereotipos negativos, estigmatización o amenaza, y su justificación por razones de sexo o de género (**ECRI**, 2015)– está ligado a costumbres y tradiciones y, como tal, puede pasar desapercibido, realimentando las desigualdades. En el fondo de este discurso, que engloba manifestaciones de diversa índole y lesividad (*Anti-Defamation League*, 2018), **Frenda et al.**, (2019) sitúan sexismo y misoginia como dos aspectos interrelacionados que sustentan y perpetúan las relaciones sociales patriarcales (**Manne**, 2017).

Asimismo, se debe señalar al antifeminismo como fuerza motora del discurso de odio contra las mujeres. Además de dar soporte al sexismo e incorporar elementos discursivos del machismo y la misoginia, el antifeminismo presenta características propias como:

- su articulación como contramovimiento;
- su mayor sofisticación discursiva;
- su capacidad evolutiva y de adaptación al contexto;
- la dialéctica que establece con las demandas y expresiones feministas (**Bonet-Martí**, 2021).

Si bien este fenómeno no es nuevo, **Bonet-Martí** (2021) destaca su expansión a través de espacios web y foros “masculinistas”, e incluso de plataformas generalistas, con el objetivo de convertir a las redes en lugares inhóspitos para la expresión feminista.

### 3. Twitter como espacio de toxicidad

En los últimos años, el discurso de odio contra las mujeres se ha incrementado de forma importante en plataformas masivas como *Facebook* y, sobre todo, *Twitter*, dada su naturaleza pública y facilidad para el anonimato (**Hewitt; Tiropanis; Bokhove**, 2016; **Poland**, 2016).

Espacios como *4chan* o *Forocoches* han abrigado el surgimiento de la *manosfera*, entendida como una subcultura masculina online en expansión, que insulta, difama y ataca en general a todas las mujeres por el hecho de serlo (**Nagle**, 2017; **Lyons**, 2017; **Bertomeu-Martínez**, 2019). Como recuerda **Jane** (2017), la *manosfera* no puede contenerse o localizarse, sino que se expande a cualquier espacio online que consideren una amenaza para el privilegio masculino, generando un efecto perverso.

Así, aunque *Twitter* ha impulsado la comunicación y acción feminista (**Baer**, 2016; **Dixon**, 2014), promoviendo la creación de colectividades útiles para este cometido (**Larrondo-Ureta; Orbegozo-Terradillos**, 2020) sobre ideas y objetivos afines, fruto de convergencias e interacciones entre lo individual y lo colectivo (**Juris**, 2012; **Zafra**, 2011), esta plataforma se configura como un espacio hostil para las mujeres.

Más allá de las críticas a su lógica neoliberal (**Portwood-Stacer; Berridge**, 2014) y sesgo mercantilista (**Gunn**, 2015), que perpetúan relaciones de poder y exclusión, las interacciones establecidas en *Twitter* permiten visar un discurso antifeminista (**Bonet-Martí**, 2020) con proyección en la esfera pública.

Estudios como el de **Frenda et al.** (2019), **Fox, Cruz y Lee** (2015) o **Murphy** (2013), entre otros, han puesto de manifiesto la toxicidad de *Twitter* para las mujeres. Amparados en el anonimato, son frecuentes los comentarios

“ *Twitter* se revela como un terreno tóxico para las mujeres ”

despectivos e incluso el desarrollo de acciones misóginas violentas, prácticas que se incrementan y retroalimentan por la visibilidad de esta plataforma social. Así, *Twitter* se ha convertido en un canal de excepción para la *manosfera*, que ha facilitado el encuentro de sujetos y colectivos a través de “tropos polarizadores” (**Ging**, 2019) que visibilizan y retroalimentan a través de hashtags.

Las comunidades generadas en torno a un tema de conversación se autodefinen por su discurso, vinculado al hashtag, además de las acciones de apoyo y difusión que, si bien refuerzan su carácter *ad hoc* (**Golbeck; Ash; Cabrera**, 2017), también ponen de manifiesto sentimientos y posicionamientos compartidos que rompen con la dicotomía entre lo online y lo real como dos realidades independientes y diferentes.

En este sentido, **Fox, Cruz y Lee** (2015) efectuaron una aproximación a los hashtags como motivadores y aglutinadores de conversaciones misóginas que alimentan desde estereotipos sexistas (#LiesToldByFemales y #IHateFemalesWho) diversas formas de hostilidad, violencia y represión (#WhatBitchesDo). Una hostilidad que se ve acuciada en el caso de

determinadas profesionales, como las políticas o periodistas, como parte de una lucha de poder en la que convergen ideología del odio, misoginia y falsas narrativas (Ferrier, 2018; Cuthbertson *et al.*, 2019).

Como extensión del espacio público, de las prácticas y estructuras sociales, *Twitter* ha suscitado el interés de la comunidad investigadora. Estudios como el de Frenda *et al.* (2019) o Jha y Mamidi (2017) centraron en esta plataforma sus aproximaciones al discurso de odio sexista.

Más allá del debate sobre si sexismo y misoginia son diferentes (Manne, 2017), o si ésta supone un componente del discurso del odio (Richardson-Self, 2018), se pueden considerar dos fenómenos del dominio masculino impuesto por el orden patriarcal –y su interseccionalidad con otras desigualdades– que se manifiestan a través del lenguaje (Waseem; Hovy, 2016).

Si, como señala Hanhardt (2013), la búsqueda de una seguridad colectiva requiere un análisis profundo respecto a quién o qué constituye un amenaza y por qué, resulta esencial conocer las prácticas que convierten la tweekesfera en un ambiente tóxico para las mujeres.

El presente estudio tiene por objeto analizar la conversación social establecida en torno a diversas usuarias de *Twitter* cuya actividad en ámbitos públicos variados (deporte, comunicación, política, cultura, ciencia y empresa) les dota de gran proyección social (dentro y fuera de la Red), en busca de determinar la presencia de términos ofensivos del discurso del odio y la misoginia.

Periodistas y políticas son objeto de una mayor hostilidad en la tweekesfera

Este objeto se sitúa en la línea de estudios como el de Hewitt, Tiropanis y Bokhove (2016) que efectuaron una aproximación al fenómeno de la misoginia en *Twitter* a través de la búsqueda manual de términos ofensivos; el *Automatic Misogyny Identification (AMI)* de Fersini, Nozza y Rosso (2018) y Fersini, Rosso y Anzovino (2018), punto de partida para el análisis automático del fenómeno; o los trabajos de Pamungkas *et al.* (2018a; 2018b) que pusieron de relevancia los límites en la detección automática del sexismo y misoginia en las redes sociales. Así, por ejemplo, Frenda *et al.* (2018) proponen un método complejo que integra léxico vinculado a la sexualidad, feminidad y cuerpo, insultos, hashtags empleados, abreviaturas y medición de sentimiento, incluyendo la lengua española (Frenda; Ghanem; Montes-y-Gómez, 2018).

Más reciente es el estudio computacional y multilingüe de Pamungkas, Basile y Patti (2020) que busca mejorar la conceptualización de la misoginia y su relación con otros fenómenos abusivos y sexistas, combinando el cómputo de tweets con características estilísticas, léxicas y diversas formas de aprendizaje profundo para la recuperación y análisis de datos.

En el caso del presente estudio se puso el foco en las respuestas, apelaciones y menciones a usuarias referentes, tanto dentro como fuera de las redes sociales planteándose las siguientes preguntas de investigación:

¿Cómo se manifiesta y articula el discurso de odio en la conversación 2.0 en torno a mujeres destacadas?

¿Afecta a la incidencia del discurso del odio el contexto de pertenencia de estas mujeres?

Se parte de la hipótesis de que la visibilidad pública de estas mujeres usuarias las convierte en objeto de hostilidad (H1). Respecto a la manifestación de esta hostilidad se establecen como hipótesis (H2) que los insultos y otros términos peyorativos tienen un fuerte componente sexista y misógino; (H3) que son más frecuentes y virulentos en las menciones indirectas (aquellas que no hacen partícipe a la usuaria) y (H4) que tienen mayor incidencia entre mujeres del ámbito del deporte, periodismo y política dada su mayor proyección pública.

En esta línea, además de conocer la incidencia de insultos y otros términos peyorativos en la conversación social establecida en torno a mujeres referentes (O1), se establecen como objetivos de investigación:

(O2) identificar los términos ofensivos más utilizados y concretar aquellos marcados por el sexo/género;

(O3) analizar su manifestación en la conversación social;

(O4) determinar sectores profesionales que suscitan una mayor hostilidad de la tweekesfera.

#### 4. Materiales y métodos

Para abordar la manifestación del discurso de odio sexista y misoginia en *Twitter* se llevó a cabo un análisis de contenido de la conversación social en torno a mujeres referentes, mediante la búsqueda de palabras clave en texto y etiquetas empleadas en estas interacciones.

Dado que la experiencia del mundo se encuentra mediada por el lenguaje, y éste se concibe como funcional y performativo (Rapley, 2014), el análisis de las expresiones negativas más empleadas en la conversación –con y sobre estas mujeres– ofrece un marco de referencia en torno a la percepción y tratamiento de las mujeres en esta red social.

Con este cometido se efectuó una selección de 50 usuarias de *Twitter* con relevancia en la vida pública –dentro y fuera de la Red– en el contexto estatal (España), autonómico (Galicia) y local (provincia de Pontevedra), pertenecientes a seis áreas de actuación o categorías:

- Deporte: selección de mujeres relevantes en el deporte, tanto por su trayectoria competitiva y logros deportivos (olimpiadas, mundiales y otras competiciones relevantes) como por su impacto mediático. Las diez usuarias de la muestra son: Teresa Portela; Saleta Castro; Susana Rodríguez Gacio; Támara Echeгойen Domínguez; Alessandra Aguilar; Ana Peleteiro; Chus Lago; Vero Boquete; Lidia Valentín y Mireia Belmonte.
- Política: representantes políticas en activo, con puestos de responsabilidad en los partidos políticos y/o en la administración pública estatal, autonómica y local (en estos dos últimos casos la muestra se centró en Galicia y Pontevedra). En la selección de estas mujeres se buscó la representación de diversas fuerzas políticas de cara a evitar posibles sesgos partidistas o ideológicos. Las nueve usuarias de la muestra son: Ana Pastor Julián; Carmela Silva; Cayetana Álvarez; María Ramallo; Yolanda Díaz; Carmen Calvo; Anabel Gulías; Ana Pontón e Inés Arrimadas.
- Comunicación: mujeres periodistas que ejercen su profesión en medios de comunicación convencionales, así como líderes en medios sociales (*influencers*). Al igual que en la categoría política, en la selección se incluyó alguna profesional de medios locales (gallegos) y se promovió la pluralidad en los medios de pertenencia de estas profesionales. Las once usuarias de la muestra son: María José Porteiro; Alexandra Pereira; Natalia Maquieira; Silvia García; Carlota Núñez; Silvia Jato; Sonsoles Ónega; Julia Otero; Lara Graña; Ana Pastor y María Obelleiro.
- Ciencia: categoría que integra mujeres del ámbito de la ciencia, tecnología y universidad. En la selección se tuvieron en cuenta las mujeres reconocidas por sus aportes a la ciencia y tecnología, así como académicas que realizan estudios de género y feminismo. Las siete de la muestra son: Marisol Soengas; Vanessa Valdiglesias; Elena Vázquez Cendón; Isabel Pastoriza; Ofelia Rey Castelao; Clara Grima y Rosa Sansegundo.
- Cultura: mujeres relevantes en entornos como la literatura, medios gráficos y audiovisuales, arte, etc. Las ocho seleccionadas son: Leticia Costas; María Castro; Celia Freijeiro; Marta Larralde; Marga Doval; Paula Cabaleiro; Margarita Ledo y María Hesse.
- Empresa: selección de mujeres reconocidas de la empresa privada y la banca. Las cinco que forman la muestra son: Susana Pérez Iglesias; Lucía Pedroso; Carla Reyes; Teresa Díaz Faes y Ana Botín.

Esta selección integra a mujeres con diversos posicionamientos –incluso no posicionamientos– respecto al feminismo.

La desigual representación de cada uno de estos campos profesionales en la muestra final de mujeres atiende por un lado a su visibilidad y, por otro, al intento de integrar usuarias referentes de diversas esferas (estatal-autonómica-local) y marcos de pertenencia (partido, medio, especialización...).

Una vez efectuada la selección de categorías e integrantes, se procedió a la selección muestral de publicaciones. Para conocer en qué medida estas mujeres referentes son objeto de hostilidades por parte de su comunidad de usuarios se optó por efectuar una aproximación integral a su conversación social, es decir: las publicaciones emitidas por estas mujeres, de las respuestas directas (o menciones) y de las respuestas indirectas (que hablen de la mujer sin citar el nombre del perfil).

Para esta aproximación se efectuó una acotación temporal de un año, capturando todos los tweets emitidos por las mujeres de la selección y la comunidad de usuarios en torno a ellas, entre el 1 de octubre de 2019 y el 1 de octubre de 2020. Aunque esta acotación obedece a cuestiones de organización del proyecto en el que se enmarca la presente investigación, ha de situarse en un contexto de progresivo incremento del acoso y violencia online contra las mujeres como constata *The state of online harassment*, del *Pew Research Centre* (el más reciente **Vogels**, 2021), e informes sectoriales como *Ontheline* del *International Press Institute* (2018) centrado en la profesión periodística en España y *Online violence against women journalists: a global snapshot of incidence and impacts*, de la *Unesco* (**Posetti et al.**, 2020), además del creciente corpus de trabajos desarrollados desde la academia.

La recogida de datos se realizó con el software *Graphext*, empleando la siguiente configuración de búsqueda:

- Interacciones directas: interpelaciones directas que recibe cada usuaria bien sea como respuesta a alguno de sus tweets, o mención (citando el nombre del perfil de la mujer en *Twitter*) en otra conversación. En esta búsqueda se excluyen los retweets.
- Menciones indirectas: empleo nombre y apellido de las usuarias sin referencia expresa a su cuenta en *Twitter* (no incluyen respuestas, tweets citados). Igualmente se excluyen retweets.

La acotación y parámetros de búsqueda permitieron la recuperación de un total de 511.587 tweets: 302.790 interacciones directas y 208.797 publicaciones con menciones indirectas hacia estas mujeres en *Twitter*.

Este proceso de selección y acotación de la muestra de estudio presenta dos novedades respecto a las investigaciones previas en torno al discurso del odio contra las mujeres y misoginia en *Twitter*:

- el foco en la conversación social establecida en torno a una selección de mujeres referentes de diversos contextos profesionales –que posibilita la detección de aquellos contextos más susceptibles a este tipo de violencia–;
- la inclusión de las menciones indirectas (el equivalente virtual a hablar a espaldas de alguien) que permite determinar tendencias en la manifestación de odio, sexismo o misoginia en la arena virtual.

Tabla 1. Perfiles seleccionados atendiendo a la categoría y campo de pertenencia, y volumen de tweets capturados

Categoría	Número de mujeres	Interacciones directas	Menciones indirectas	Total tweets categoría
Deporte	10	6.704	4.627	15.575
Política	9	182.119	155.686	356.667
Comunicación	11	66.123	37.372	116.437
Ciencia	7	25.104	632	36.320
Cultura	8	4.826	3.264	12.652
Empresa	5	5.727	7.216	14.979
Total	50	290.603	208.797	540.443

Una vez determinada la muestra y efectuada la captura de datos, se procedió a la definición de un listado de insultos y otros tipos de expresiones negativas para la automatización del análisis de contenido, dado el importante volumen de publicaciones recabadas. Para ello, se tomó como base la selección de términos propuesta por **Torres-Ugarte (2017)**, creador de una web que mide el volumen de odio generado en *Twitter* en tiempo real.

<https://www.odiometro.es>

A partir de los datos liberados por el desarrollador en su perfil del proyecto, se realizó un primer listado con 238 expresiones, términos malsonantes e insultos.

Este listado se amplió y adaptó, dado su carácter androcéntrico, a partir del lexicón de **Fasoli, Carnaghi y Paladino (2015)**, empleado en estudios previos en torno al sexismo y misoginia en *Twitter*. Un proceso en el que, además de eliminar insultos y términos específicamente masculinos, y añadir otros ofensivos para las mujeres, también se optó por introducción de variantes en lengua gallega, dado el lugar de residencia de algunas de las mujeres de la muestra.

Este proceso llevó a la definición de 204 términos “odiosos”, que tuvieron diferente presencia y proyección en la conversación social. Un repertorio bilingüe que aporta al estudio su carácter diferencial, y que permitió la automatización de la búsqueda y recuperación de tweets, aunque con intervención manual para la convergencia de términos análogos o variantes.

## 5. Resultados

El análisis de la conversación social en torno a estas 50 mujeres referentes en *Twitter* permitió constatar dos realidades interrelacionadas:

- hostilidad de la tweekesfera para las mujeres;
- su desigual incidencia en función del campo profesional de pertenencia.

Dos realidades que han permitido trazar una instantánea del discurso del odio contra las mujeres en *Twitter*.

### 5.1. Presencia de insultos y otros términos ofensivos

La automatización de palabras clave en el texto y etiquetas de las publicaciones, permitió detectar la presencia de 62.560 insultos y otros términos abusivos. Es decir, un 12,8% de los tweets que apelan a estas mujeres –de forma directa o indirecta– incluyen algún vocablo ofensivo, aunque estas manifestaciones del discurso del odio se hacen especialmente patentes en el caso de las menciones directas.

En los 290.603 tweets que dan respuesta a las publicaciones de estas 50 mujeres o las interpelan mediante la mención de su perfil de usuaria, se computaron 42.384 insultos y otros tipos de expresiones insidiosas, lo que supone un 15% de las menciones directas.

Respecto a las menciones indirectas (n=208.797), esto es, los mensajes que hablan de estas mujeres (nombre y apellidos) sin citar su cuenta de usuaria, se computaron 20.176 términos ofensivos, que suponen el 10% de las menciones indirectas.

“ El término feminazi cuenta con gran trascendencia en la Red dentro de las prácticas del *gendertrolling* ”

Por establecer un paralelismo con el mundo real, la comunidad usuaria de *Twitter* es más proclive a insultar a las mujeres a la cara (15% de los términos ofensivos) que hacerlo a sus espaldas (10%); una práctica que aporta visibilidad a estos ataques entre la comunidad usuaria estable (*followers*) y casual (partícipes de la conversación social en un momento concreto).

### 5.2. Distribución en función del ámbito profesional de las mujeres

Si bien se han registrado insultos y otros términos ofensivos en todos los ámbitos de pertenencia, se observan importantes divergencias en cuanto a su incidencia y distribución.

Tabla 2. Volumen de insultos directos e indirectos desglosados por categoría, en relación con el total de tweets analizados

Insultos	Categorías de mujeres						
	Deporte	Política	Comunicación	Ciencia	Cultura	Empresa	Total
Interacciones directas	280	32.779	8.047	707	118	453	42.384
% sobre total tweets	0,1	11,3	2,8	0,2	0,0	0,2	14,6
Menciones indirectas	95	15.149	4.30	12	86	529	20.176
% sobre total tweets	0,0	7,2	2,1	0,0	0,0	0,3	9,6
N. insultos	375	47.928	12.352	719	204	982	62.560
% sobre total tweets	0,1	9,8	2,5	0,1	0,0	0,2	12,8

Así, mientras los tweets con vocablos “odiosos” dirigidos o referidos a las mujeres de la cultura, deporte, ciencia y empresa se sitúan por debajo del millar de publicaciones (con porcentajes inferiores al 0,2%), las representantes del campo de la comunicación fueron objeto del 2,5% de los insultos registrados (un total de 12.352); un porcentaje que se cuadruplica en el caso de las mujeres políticas, a quien se dirige el 9,8% del lenguaje abusivo (47.928 insultos o similares).

El hecho de que las mujeres representantes de la comunicación y la política concentren el 90% de los insultos registrados, permite inferir una mayor hostilidad de la tweekesfera hacia la participación de las mujeres en estos campos de mayor proyección pública. La frecuencia de estos ataques, que en el caso de las mujeres políticas presenta una intensidad media diaria de 15 apelaciones negativas, convierte este fenómeno en parte de su práctica cotidiana pudiendo afectar negativamente tanto a su vida profesional como personal.

De atender a la forma en cómo se manifiesta el discurso del odio se pueden señalar comportamientos diferentes de los usuarios en función de la profesión de las mujeres. Así, si comunicación y política concentran la hostilidad de la tweekesfera, con un número de interacciones directas que duplica a las indirectas, en el caso de las mujeres del campo de la economía y empresa este porcentaje se invierte, siendo objeto de un mayor número de insultos a través de menciones indirectas. Esta circunstancia puede explicarse por la mayor influencia de estas mujeres y de su actividad en el mundo real, que puede llevar a los usuarios a proyectar su odio en la arena virtual aún sin comprobar la presencia y perfil de estas usuarias en este ámbito.

### 5.3. Insultos y términos ofensivos más frecuentes

El análisis del discurso del odio a partir del lenguaje abusivo ha permitido determinar un conjunto de expresiones más habituales en la conversación social con/sobre estas mujeres.

De esta manera, 20 vocablos (de los 204 insultos y términos ofensivos en gallego y castellano establecidos como criterios de búsqueda), tienen una frecuencia de aparición en la muestra por encima de millar. Estos 20 términos, que suponen el 9% de los analizados, registran más de 43.153 apariciones (el 70% de la muestra de expresiones vinculadas al discurso del odio); una proporción similar al principio de Pareto.

Tabla 3. Insultos y otros términos ofensivos con mayor frecuencia en la muestra de estudio

Término	Ciencia	Comunicación	Cultura	Deporte	Empresa	Política	Total
mierda	249	1.488	69	75	165	4.473	6.519
fascista	50	1.097	13	108	41	4.198	5.507
asesina	5	498	50	4	21	2.025	2.603
criminal	7	455	2	3	33	1.986	2.486
terrorista	1	308	0	3	23	2.051	2.386
facha	33	854	7	15	48	2.346	3.303
ruin	10	202	5	4	123	1.873	2.217
miserable	10	414	0	1	28	1.740	2.193
nazi	21	417	1	17	75	1.408	1.939
basura	27	585	7	7	36	1.030	1.692
golpista	0	222	0	0	6	1.428	1.656
cómplice	6	336	1	1	14	1.187	1.545
falsa	23	521	3	5	20	818	1.390
cobarde	2	197	1	1	13	1.068	1.282
hipócrita	2	221	1	10	11	940	1.185
etarra	2	120	0	10	16	975	1.123
tonta	18	181	2	3	9	850	1.063
indigna	16	262	7	2	18	749	1.054
gentuza	11	226	1	2	11	758	1.009
delincuente	1	154	1	2	13	830	1.001



El término negativo que más se repite en la muestra de publicaciones es “mierda” en cualquiera de sus variantes (castellano y gallego) y expresiones derivadas, como “vete a la mierda” o como potenciador del carácter ofensivo de determinados adjetivos (“de mierda”).

El discurso del odio contra las mujeres se hace especialmente patente en las interacciones directas, lo que redundará en su carácter lesivo

Como insulto destaca el término “fascista” como fórmula habitual de ataque a las mujeres. Un descalificativo que parece haberse vaciado de significado, de atender a una cierta transversalidad de su presencia en mujeres de diferentes campos profesionales e ideologías.

La incidencia de ambas expresiones en la muestra es bastante elevada, llegando a manifestarse prácticamente en una de cada cuatro publicaciones con lenguaje abusivo.

En lo que respecta a insultos y otros vocablos sexistas o misóginos, éstos cuentan con una incidencia menor, presentando una frecuencia inferior al 1% de la muestra.

Tabla 4. Insultos sexistas/misóginos con mayor frecuencia en la muestra

Término	Ciencia	Comunicación	Cultura	Deporte	Empresa	Política	Total
hija de puta (y variantes)	5	109	2	6	13	389	524
feminazi	7	118	1	5	14	364	509
golfa	1	16	0	0	0	79	96
zorra	0	15	0	0	3	78	96
puerca /cerda	12	11	2	3	2	26	56
mal follada (y variantes)	0	5	0	0	0	15	20

El insulto sexista con mayor presencia en la muestra es “feminazi”, un calificativo que se ha popularizado en la Red, como parte del *gendertrolling*, y que supone una reacción manifiesta al avance del feminismo y en general de las mujeres, sólo por el mero hecho de alzar su voz (o escribir un tweet).

Si se atiende a los restantes insultos sexistas, resulta preciso destacar la limitada frecuencia de los mismos en la muestra (con una incidencia de 0,1% o inferior), formando parte de las expresiones utilizadas fundamentalmente para atacar a políticas y comunicadoras.

Todos estos insultos presentan connotaciones sexuales de forma más o menos explícita. Términos vinculados a animales –zorra, cerda/puerca– no cuentan con la misma carga de odio si se dirigen a las mujeres que en su forma masculina.

Mención aparte requiere la expresión “hija de puta” y sus variantes (hijaputa, japuta, hdp, hdlgp, hp, hija de la gran puta, hija de...), tanto por su frecuencia en la muestra –con 524 apariciones– como por el sexismo implícito en su enunciado, aunque no en el objeto al que se dirige.

Con todo, se pueden señalar tendencias en el empleo de algunos términos si se atiende al modo en que fueron enunciados. Si bien expresiones como “mierda” o insultos como “nazi” aparecen con una presencia similar en las interacciones directas y las menciones indirectas, otras como “asesina” (2º lugar frente al 4º en las menciones indirectas), “criminal” (3º lugar frente al 6º) o “ruin” (5º frente al 10º) son más frecuentes en la conversación social con las mujeres en Twitter.

Tabla 5. Insultos y otros términos abusivos presentes en las interacciones directas con las mujeres, en función de su categoría profesional

Término	Ciencia	Comunicación	Cultura	Deporte	Empresa	Política	Total
fascista	50	722	13	98	0	2.520	3.403
asesina	5	301	0	1	12	1.623	1.942
criminal	7	272	1	3	12	1.538	1.833
mierda	69	393	16	17	46	1.100	1.641
ruin	8	147	4	3	72	1.403	1.637
miserable	10	261	0	1	16	1.296	1.584
nazi	15	297	1	13	58	912	1.296
terrorista	1	212	0	3	13	1.050	1.279
basura	27	408	7	7	17	748	1.214
facha	22	326	5	9	4	848	1.214

Si se atiende a los insultos en mensajes con menciones no directas, se pone de relevancia una mayor tendencia de expresiones como “terrorista” (2º frente al 8º en las interacciones directas) o “facha” (3º frente a 9º).

Tabla 6. Insultos en menciones no directas a las mujeres, segmentados por categorías

Término	Ciencia	Comunicación	Cultura	Deporte	Empresa	Política	Total
fascista	0	375	0	10	41	1.678	2.104
terrorista	0	96	0	0	10	1.001	1.107
facha	0	275	0	1	27	765	1.068
mierda	0	237	4	15	49	660	965
asesina	0	197	50	3	9	402	661
criminal	0	183	1	0	21	448	653
nazi	6	120	0	4	17	496	643
golpista	0	102	0	0	3	512	617
miserable	0	153	0	0	12	444	609
ruin	2	55	1	1	51	470	580

En términos generales, los insultos directos parecen ser más fuertes y con clara intención denigratoria, característica que se suma al factor cuantitativo: se producen más insultos directos que indirectos.

Por último, se han comparado los insultos sexistas entre su origen directo o indirecto hacia las mujeres de la muestra de estudio.

En su distribución, atendiendo a la forma de la manifestación del discurso del odio, se vuelve a poner de manifiesto una mayor frecuencia de los insultos sexistas en las apelaciones directas (menciones y respuestas a tweets). La presencia de este tipo de expresiones ofensivas en las interacciones directas duplica a las vehiculadas a través de las menciones indirectas, salvo en el caso de “zorra”, expresión que resulta más habitual en las apelaciones indirectas.

Este insulto se manifiesta como un dativo en los tweets de la muestra, una forma que encaja mejor en los tweets descalificativos que se emiten sin citar a la persona y, por tanto, opacos para la mujer objeto del ataque como para su comunidad directa.

## 6. Discusión y conclusiones

*Twitter* se revela como un territorio hostil para las mujeres, en la línea señalada por estudios previos como el de **Frenda et al.** (2019) o **Fox, Cruz y Lee** (2015). Más de uno de cada diez tweets para/sobre las mujeres de la muestra incorpora insultos u otro tipo de términos abusivos, una proporción similar a la señalada por **Şahi, Kılıç y Sağlam** (2018) para la tweekesfera turca.

Esta hostilidad es mayor si se tiene en cuenta la forma en que se expresa dicha violencia. El hecho de que el 15% de las manifestaciones verbales del discurso del odio analizadas se vehiculen a través de interacciones directas, haciendo partícipes a estas mujeres del propio ataque, se puede considerar un agravio mayor y más violento, si cabe. Un fenómeno que se puede relacionar con el anonimato y su relación con el efecto de desinhibición, señalado por **Suler** (2004), pero también con una pasividad de la comunidad usuaria que, aunque se podría explicar desde la óptica del sexismo ambiental de **Glomb et al.** (1997), va más allá.

Además de hacer partícipe de los insultos a sus víctimas, la cita del perfil de usuaria dota de visibilidad estos ataques entre la comunidad de estas mujeres, sin consecuencias para los victimarios.

La toxicidad de estos entornos y el miedo ante las repercusiones de cualquier respuesta o manifestación contraria, suponen potentes inhibidores para la comunidad usuaria, e incluso para las propias mujeres, que contrasta con la impunidad de la que gozan los atacantes. Escudados en el anonimato y en la laxitud de la respuesta de los gestores de las plataformas sociales a este tipo de conductas, los agresores llegan a emplear un lenguaje más virulento y denigratorio en las interacciones directas con estas usuarias que en las publicaciones emitidas a sus espaldas. Esta mayor violencia en las respuestas y apelaciones directas, uno de los principales hallazgos de este estudio, debe situarse en un contexto de antifeminismo y misoginia en el que, como señala **Ging** (2019), se está produciendo un traspaso del activismo al ataque personalizado.

*Twitter* se revela como un entorno especial tóxico para comunicadoras y, sobre todo, políticas, dos campos de especial proyección pública que detentan una función esencial en las sociedades democráticas.

La mayor hostilidad de la tweekesfera hacia estas profesiones debería situarse en el marco del nuevo discurso antifeminista online. Un discurso que –como señalan **Lamoureux y Dupuis-Déri** (2015)– se manifiesta por oposición a las ideas

Tabla 7. Insultos sexistas/misóginos atendiendo al tipo de enunciación

Término	En interacciones directas	En menciones indirectas
feminazi	333	176
hija de puta (y variantes)	327	197
zorra	37	59

En su mayoría las expresiones del discurso del odio son sexualmente neutras pero se pueden considerar manifestaciones misóginas en tanto se centran y atacan a las mujeres

y personas que propugnan la igualdad y la emancipación de las mujeres y que, siguiendo a autores como **Bonet-Martí** (2020), ostenta en la actualidad una mayor agresividad discursiva.

En la misma línea debe entenderse la menor incidencia del discurso del odio en esferas como el deporte. El hecho de que las mujeres de este campo, de gran violencia y desigualdad de género en el mundo real, apenas haya acaparado un 0,1% de los insultos registrados lleva a inferir la relación de estos ataques con su ejercicio profesional y, por tanto, como un mecanismo represor.

Hacer frente al discurso del odio es parte de la rutina diaria de políticas y comunicadoras, unas prácticas abusivas que pretenden silenciarlas o coartar su actividad, en la línea señalada por **Ferrier** (2018). En palabras de Virginia Pérez Alonso, directora del diario español *Público*,

“Estamos en una sociedad en la que las voces femeninas son menos oídas que las voces masculinas porque en las propias estructuras de poder lo que predomina son los hombres. Unas estructuras a las que las mujeres nos cuesta mucho llegar y que se nos oiga. Si llegados a ese punto, encima las mujeres nos retraemos de hacer ciertos comentarios o de publicar nuestras informaciones, estamos privando a la ciudadanía de tener acceso a otras voces” (*International Press Institute*, 2018: Consecuencias del acoso online a mujeres periodistas, párrafo 2).

Como señala **Cerva-Cerna** (2020), el acoso y los mensajes de odio son el alto costo que tienen que pagar las mujeres para expresarse.

La centralización del lenguaje abusivo en estas profesionales debe entenderse como parte del fenómeno de *gender-trolling* en tanto que, además de la participación de diversos usuarios, la integración de insultos y lenguaje atroz, o la intensidad de los ataques, resulta especialmente reactivo –**Mantilla** (2013)– a las manifestaciones y denuncias de desigualdad.

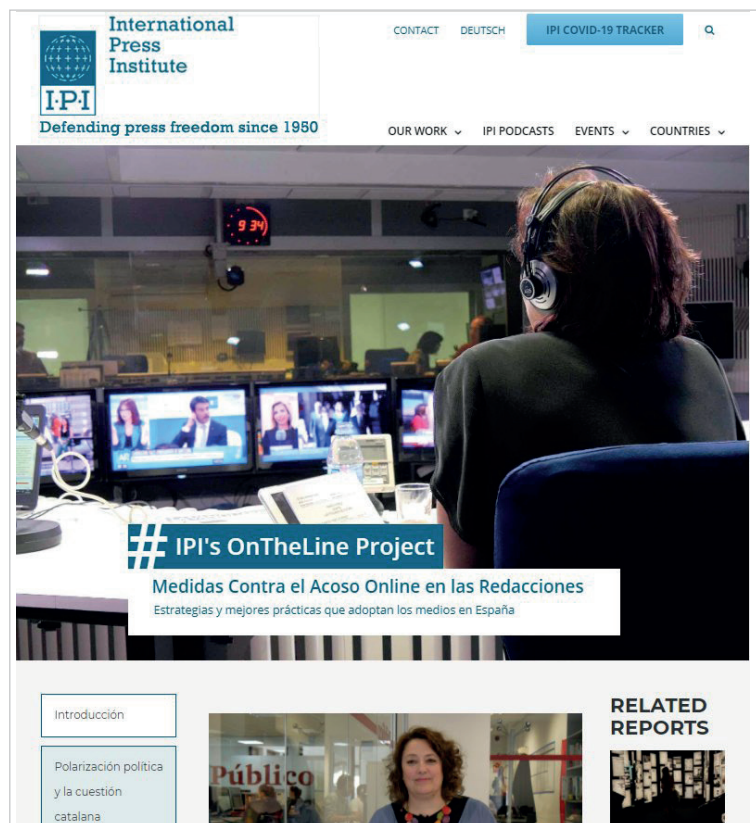
En cuanto al tipo de insultos y otros términos, manifestación del discurso del odio, se ha constatado una mayor frecuencia de expresiones neutras desde una perspectiva del género. A pesar de que la tuitesfera usa y abusa de un pequeño abanico de términos ofensivos, los vocablos más empleados presentan una mayor identificación con el repertorio del *odiómetro* de **Torres-Ugarte** (2017) que con el lexicón de términos marcados por el sexismo y la misoginia propuesto por **Fasoli, Carnaghi y Paladino** (2015).

Los insultos marcados por el sexo-género presentan una incidencia prácticamente testimonial, con la excepción de “feminazi”: un acrónimo impulsado por el locutor estadounidense Rush Limbaugh durante el *backlash* antifeminista de los 90, y que ha alcanzado notoriedad en el marco del *gender-trolling* y otras manifestaciones del discurso de odio en la Red como forma peyorativa de

“una feminista comprometida o a una mujer de voluntad fuerte” (*Oxford Dictionary of American Political Slang*, en **Villar-Aguilés, Pecourt-Gracia**, 2021).

El uso de este término, de grafía común a diversos idiomas, pasa de ser un calificativo habitual para las mujeres en la *manosfera* –como señala **Ging** (2019)– para salpicar las interacciones sociales dentro y fuera de las redes sociales. Eslogans como “Stop feminazis” enmarcan y estructuran diversos discursos antifeministas tanto online donde **Villar-Aguilés** y **Pecourt-Gracia** (2021) han constatado una densa red de microdiscursos que diseminan diversas formas de violencia, como en la vida real a través de acoso y otro tipo de ataques a mujeres que han alcanzado un rol protagonista en la información de actualidad por denunciar la violencia patriarcal sufrida: es el caso de Juana Rivas, estudiado por **Bernal-Triviño** (2019), o más recientemente de Rocío Carrasco (*La vanguardia*, 2021).

Sea como fuere, a pesar de la menor frecuencia y variedad de expresiones sexistas/misóginas, se debe de hablar de misoginia en la conversación social con/sobre estas mujeres referentes. Si, como define **Lagarde-y-De-los-Ríos** (2012), la



<https://ipi.media/medidas-contra-el-acoso-online-en-las-redacciones-espana>

misoginia es la creencia en la inferioridad de las mujeres y su consecuente utilización, agresión y sometimiento, haciendo uso para ello de la legitimidad patriarcal, el discurso del odio contra las mujeres y la toxicidad imperante en *Twitter* y otras plataformas debe considerarse como tal. En este contexto, para **Risam** (2015) mantener una visión utópica de la Red supone un discurso tóxico *per se*.

Ámbitos como el deporte, de gran desigualdad y violencia en la vida real, cuenta con una incidencia del discurso del odio testimonial

Más allá de ser un problema individual y una experiencia personal, el hostigamiento al que se ven sometidas las mujeres (y, especialmente las profesionales de la comunicación y la política en *Twitter*—señalado en trabajos como los de **Ferrier** (2018), **Rego** (2018), **Southern** y **Harmer** (2019) o **Fuchs** y **Schäfer** (2020)— exige una toma de conciencia de este fenómeno como una realidad colectiva, así como la implantación de medidas para acabar con dicha hostilidad. Una hostilidad que ha ido expandiéndose hasta permeare el discurso político.

Los medios sociales han potenciado y energizado el desarrollo de acciones y movilizaciones, hasta el punto de que autoras como **Iranzo-Cabrera** (2020) los sitúan como elementos caracterizadores de una nueva ola feminista. Con todo, es urgente atajar la toxicidad a la que las mujeres se enfrentan en plataformas y comunidades virtuales, y sus efectos.

En este cometido, como señala **Bonet-Martí** (2021) resulta preciso abordar dos perspectivas esenciales:

- cómo intervenir para frenar la expansión de rumores y noticias falsas;
- cómo actuar ante la expansión de las ciberviolencias.

Entidades como el *International Press Institute* (2018) o *Trollbusters* (*Trollbusters*, s/d; **Ferrier**, 2021) han publicado recomendaciones para evitar el acoso a las mujeres periodistas dentro y fuera de la Red; unas prácticas de autoprotección de gran utilidad para la construcción de un entorno más seguro para las usuarias de forma individual, aunque no constituyen una solución real para el problema. En el caso del discurso de odio en *Twitter*, las medidas de autoprotección implican la limitación de los mensajes directos, las respuestas e incluso la autocensura o autoexclusión; unas medidas que coartan todo el potencial comunicativo y de relación de esta plataforma para las usuarias, que continuarían expuestas a la violencia a través de las menciones indirectas.

La elevada incidencia de insultos y términos abusivos constatada por el presente estudio ponen de manifiesto la necesidad de un mayor control de las plataformas sobre el discurso de odio y misoginia. *Twitter*, como gestor y soporte de la comunicación en esta plataforma, debe implementar fórmulas que contribuyan a la detección rápida y precoz de este tipo de discurso, así como a mejorar sus mecanismos de actuación contra los usuarios tóxicos, tanto de forma activa (por denuncia) como pasiva.

Al cierre de este artículo, en mayo de 2021, *Twitter* anunciaba el lanzamiento de una función experimental (para dispositivos *iOS* y *Android*) para advertir a los usuarios de la inclusión de contenido ofensivo en sus mensajes antes de su publicación, invitándoles a su revisión. Además de la detección de términos sensibles, en la emisión de su advertencia dicha aplicación tiene en cuenta el contexto del mensaje y la familiaridad entre perfiles (**Butler**; **Parrella**, 2021).

Pese a que cualquier medida es positiva, y aún sin conocer su eficacia, para atajar el discurso de odio y otras formas de violencia en la *tweetesfera*, resulta preciso un compromiso mayor por parte de la plataforma. La eficacia de esta app depende exclusivamente de la implicación del usuario: puede repercutir positivamente en una mayor consciencia de las propias manifestaciones en *Twitter* y su alcance, pero también puede resultar una medida completamente inocua en el caso de perfiles tóxicos o *machitroles*, empleando la denominación popular (**Martínez-Jiménez**; **Zurbano-Berenguer**, 2019).

El compromiso de *Twitter* como plataforma gestora de esta conversación debe ir más allá y emplear el algoritmo de esta app para detectar los perfiles con mayor número de advertencias y adoptar medidas cautelares como la suspensión de cuentas que, sumadas a una eficiente y rápida gestión de las denuncias de la comunidad usuaria, podrían atajar parte del problema.

La inteligencia artificial brinda múltiples posibilidades de acción—preventiva y reactiva—frente al discurso de odio y otros tipos de violencia contra las mujeres online. Sin embargo, los gestores de redes sociales son reacios a su aplicación apelando a la libertad de expresión. En este contexto, otras entidades, administraciones públicas y/o movimientos sociales pueden colaborar en el desarrollo de algoritmos que detecten y reaccionen ante la violencia y toxicidad contra las mujeres. El creciente número de trabajos en detección automática del discurso sexista y misógino brinda unas herramientas de excepción para la elaboración de estos mecanismos que, si bien serían reactivas, aportarían una respuesta inmediata a cada publicación tóxica.

También sería necesaria una mayor eficiencia de los mecanismos judiciales de protección ante los delitos del odio, pero la dilación en los tiempos de dichos procesos, la resistencia al cambio de la norma y el carácter global—aunque de incidencia local de las plataformas sociales— van a conllevar una menor eficacia en su respuesta. Se trata de una respuesta necesaria para acabar con la impunidad de las personas agresoras, pero necesita de otras medidas, como la creación de redes neurales que presenten una mayor capacidad de actuación y adaptación ante una realidad en plena evolución.

Desde la perspectiva de la prevención, otra posible medida de actuación sería la de promover la colaboración público-privada en la promoción de un decálogo de buenas prácticas y la consecución de la adhesión de administraciones y entidades, especialmente de las plataformas de redes sociales y otros servicios online.

Esta violencia contra las mujeres, ejercida en la tweekesfera, tiene un efecto represor

Debido a la normalización del discurso del odio contra las mujeres, y su estrecho vínculo con otras cuestiones sociales y culturales, atajar este fenómeno exige la implicación y actuación de poderes públicos y gestores de redes sociales, pero también de la [e]ciudadanía. Por ello se debería promover la participación y adhesión de colectividades sociales, profesionales e individuos en el decálogo de buenas prácticas, así como su difusión a fin de conseguir visibilizar, sensibilizar y dotar de herramientas de actuación ante estos tipos de violencia.

Sin caer en el optimismo utópico de las ciberfeministas, la Red presenta múltiples posibilidades y herramientas para subvertir el discurso del odio y otras formas de violencia online y así se pueden mapear algunas iniciativas como *Paritybot* (Cuthbertson et al., 2019), o la *Troll Patrol* de Amnistía Internacional (Delisle et al., 2019), que se han valido de bots y trolls, mecanismos típicos del *genderrolling* como un antídoto a pequeña escala para la toxicidad en la Red.

## 7. Referencias

Anti-Defamation League (2018). *Pyramid of hate*.

<https://www.adl.org/sites/default/files/documents/pyramid-of-hate.pdf>

Baer, Hester (2016). "Redoing feminism: digital activism, body politics, and neoliberalism". *Feminist media studies*, v. 16, n. 1, pp. 17-34.

<https://doi.org/10.1080/14680777.2015.1093070>

Barker-Plummer, Bernardette; Barker-Plummer, David (2017). "Twitter as a feminist resource: #yesallwomen, digital platforms, and discursive social change". In: Earl, Jennifer; Rohlinger, Deana A. (eds.). *Social movements and media*. Bingley: Emerald Publishing Limited, pp. 91-118. ISBN: 978 1 78743 098 3

<https://doi.org/10.1108/S2050-206020170000014010>

Bernal-Triviño, Ana (2019). "El tratamiento informativo del caso Juana Rivas. Hacia una definición de violencia mediática". *Estudios sobre el mensaje periodístico*, v. 25, n. 2, pp. 697-710.

<https://doi.org/10.5209/esmp.64797>

Bertomeu-Martínez, Angustias (2019). "De la tradición al activismo en redes sociales". *Revista tiempo de paz*, n. 134, pp. 77-84.

[http://revistatiempodepaz.org/revista-134/#dfliip-df\\_1391/78](http://revistatiempodepaz.org/revista-134/#dfliip-df_1391/78)

Bonder, Gloria (2002). *Las nuevas tecnologías de información y las mujeres: reflexiones necesarias*. Santiago de Chile: Cepal, Unidad mujer y desarrollo, n. 39.

<http://repositorio.cepal.org/handle/11362/5894>

Bonet-Martí, Jordi (2020). "Análisis de las estrategias discursivas empleadas en la construcción de discurso antifeminista en redes sociales". *Psicoperspectivas. Individuo y sociedad*, v. 19, n. 3, pp. 52-63.

<https://doi.org/10.5027/psicoperspectivas-vol19-issue3-fulltext-2040>

Bonet-Martí, Jordi (2021). "Los antifeminismos como contramovimiento: una revisión bibliográfica de las principales perspectivas teóricas y de los debates actuales". *Teknokultura. Revista de cultura digital y movimientos sociales*, v. 18, n. 1, pp. 61-71.

<https://doi.org/10.5209/tekn.71303>

Butler, Anita; Parrella, Alberto (2021). "Tweeting with consideration". *Twitter blog*, 5 May.

[https://blog.twitter.com/en\\_us/topics/product/2021/tweeting-with-consideration.html](https://blog.twitter.com/en_us/topics/product/2021/tweeting-with-consideration.html)

Cerva-Cerna, Daniela (2020). "La protesta feminista en México. La misoginia en el discurso institucional y en las redes sociodigitales". *Revista mexicana de ciencias políticas y sociales*, v. 65, n. 240, pp. 177-205.

<https://doi.org/10.22201/fcpys.2448492xe.2020.240.76434>

Cuthbertson, Lana; Kearney, Alex; Dawson, Riley; Zawaduk, Ashia; Cuthbertson, Eve; Gordon-Tighe, Ann; Mathewson, Kory W. (2019). "Women, politics and Twitter: using machine learning to change the discourse". *arXiv preprint*.

<https://arxiv.org/abs/1911.11025>

Delisle, Laure; Kalaitzis, Alfredo; Majewski, Krzysztof; De-Berker, Archy; Marin, Milena; Cornebise, Julien (2019). "A large-scale crowdsourced analysis of abuse against women journalists and politicians on Twitter". In: *32<sup>nd</sup> Conference on neural information processing systems (NIPS 2018)*.

<https://arxiv.org/abs/1902.03093>

- Dixon, Kitsy** (2014). "Feminist online identity: analyzing the presence of hashtag feminism". *Journal of arts and humanities*, v. 3, n. 7, pp. 34-40.  
<https://www.theartsjournal.org/index.php/site/article/view/509>
- Drakett, Jessica; Rickett, Bridgette; Day, Katy; Milnes, Kate** (2018). "Old jokes, new media – Online sexism and constructions of gender in internet memes". *Feminism & psychology*, v. 28, n. 1, pp. 109-127.  
<https://doi.org/10.1177/0959353517727560>
- Engler, Verónica** (2017). "Antifeminismo online". *Nueva sociedad*, v. 269, pp. 78-88.  
<https://biblat.unam.mx/es/revista/nueva-sociedad/articulo/antifeminismo-online>
- Fasoli, Fabio; Carnaghi, Andrea; Paladino, Paola** (2015). "Social acceptability of sexist derogatory and sexist objectifying slurs across contexts". *Language sciences*, v. 52, pp. 98-107.  
<https://doi.org/10.1016/j.langsci.2015.03.003>
- Ferrier, Michelle** (2018). "Attacks and harassment. The impact on female journalists and their reporting". *International Women's Media Foundation & TrollBusters*.  
<https://www.iwmf.org/attacks-and-harassment>
- Ferrier, Michelle** (2021). "Staying safe. Online & off for journalist & media workers". *TrollBusters*.  
<https://yoursosteam.wordpress.com/student-edition-staying-safe>
- Fersini, Elisabetta; Nozza, Debora; Rosso, Paolo** (2018). "Overview of the Evalita 2018 task on automatic misogyny identification (AMI)". In: *Proceedings of the sixth evaluation campaign of natural language processing and speech tools for Italian. Final workshop (Evalita 2018)*.  
[http://personales.upv.es/prosso/resources/FersiniEtAl\\_Evalita18.pdf](http://personales.upv.es/prosso/resources/FersiniEtAl_Evalita18.pdf)
- Fersini, Elisabetta; Rosso, Paolo; Anzovino, Maria** (2018). "Overview of the task on automatic misogyny identification at IberEval 2018". In: *Proceedings of the third workshop on evaluation of human language technologies for iberian languages (IberEval 2018)*, pp. 214-228.  
[http://personales.upv.es/prosso/resources/FersiniEtAl\\_IberEval18.pdf](http://personales.upv.es/prosso/resources/FersiniEtAl_IberEval18.pdf)
- Fox, Jesse; Cruz, Carlos; Lee, Ji-Young** (2015). "Perpetuating online sexism offline: anonymity, interactivity, and the effects of sexist hashtags on social media". *Computers in human behavior*, v. 52, pp. 436-442.  
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.06.024>
- Fox, Jesse; Tang, Wai-Yen** (2014). "Sexism in online video games: The role of conformity to masculine norms and social dominance orientation". *Computers in human behavior*, v. 33, pp. 314-320.  
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.07.014>
- Frenda, Simona; Ghanem, Bilal; Guzmán-Falcón, Estefanía; Montes-y-Gómez, Manuel; Villaseñor-Pineda, Luis** (2018). "Automatic expansion of lexicons for multilingual misogyny detection". In: *Proceedings of the sixth evaluation campaign of natural language processing and speech tools for Italian (Evalita 2018)*, pp. 1-6.  
<https://core.ac.uk/download/pdf/302343999.pdf>
- Frenda, Simona; Ghanem, Bilal; Montes-y-Gómez, Manuel** (2018). "Exploration of misogyny in Spanish and English tweets". In: *Proceedings of the third workshop on evaluation of human language technologies for iberian language (IberEval 2018)*, pp. 260-267.  
<https://dblp.org/rec/conf/sepln/FrendaGM18.html>
- Frenda, Simona; Ghanem, Bilal; Montes-y-Gómez, Manuel; Rosso, Paolo** (2019). "Online hate speech against women: Automatic identification of misogyny and sexism on Twitter". *Journal of intelligent and fuzzy systems*, v. 36, n. 5, pp. 4743-4752.  
<https://doi.org/10.3233/JIFS-179023>
- Fuchs, Tamara; Schäfer, Fabian** (2020). "Normalizing misogyny: hate speech and verbal abuse of female politicians on Japanese Twitter". *Japan forum*, published online 6 Jan.  
<https://doi.org/10.1080/09555803.2019.1687564>
- García-Aguilar, María-Teresa** (2007). "Ecofeminismo y ciberfeminismo". *Germinal: revista de estudios libertarios*, n. 3, pp. 73-82.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2729580>
- Ging, Debbie** (2019). "Alphas, betas, and incels: Theorizing the masculinities of the manosphere". *Men and masculinities*, v. 22, n. 4, pp. 638-657.  
<https://doi.org/10.1177/1097184X17706401>
- Ging, Debbie; Siapera, Eugenia** (2019). *Gender hate online: understanding the new anti-feminism*. Londres: Palgrave Macmillan. ISBN: 978 3 319 96226 9

- Glick, Peter; Fiske, Susan T.** (1996). "The ambivalent sexism inventory: differentiating hostile and benevolent sexism". *Journal of personality and social psychology*, v. 70, n. 3, pp. 491-512.  
<https://doi.org/10.1037/0022-3514.70.3.491>
- Glomb, Theresa M.; Richman, Wendy L.; Hulin, Charles L.; Drasgow, Fritz; Schneider, Kimberly T.; Fitzgerald, Louise F.** (1997). "Ambient sexual harassment: an integrated model of antecedents and consequences". *Organizational behavior and human decision processes*, n. 71, v. 3, pp. 309-328.  
<https://doi.org/10.1006/obhd.1997.2728>
- Golbeck, Jennifer; Ash, Summer; Cabrera, Nicole** (2017). "Hashtags as online communities with social support: A study of anti-sexism-in-science hashtag movements". *First Monday*, v. 22, n. 9.  
<https://doi.org/10.5210/fm.v22i9.7572>
- Gunn, Caitlin** (2015). "Hashtagging from the margins. Women of color engaged in feminist consciousness-raising on Twitter". In: Edwards-Tassie, Keisha; Brown-Givens, Sonja M. (eds.). *Women of color and social media multitasking: blogs, timelines, feeds, and community*. Lexington: Lexington Books, pp. 21-34. ISBN: 978 1 498528498
- Hanhardt, Christina** (2013). *Safe space: gay neighborhood history and the politics of violence*. Durham: Duke University Press Books. ISBN: 978 0 822354703
- Haraway, Donna** (1984). *Manifiesto ciborg: el sueño irónico de un lenguaje común para las mujeres en el circuito integrado*.  
<http://repositorio.ciem.ucr.ac.cr/handle/123456789/81>
- Herring, Susan** (1996). "Gender differences in CMC: bringing familiar baggage to the new frontier". In: Vitanza, Victor J. (ed.). *CyberReader*. Boston: Allyn & Bacon, pp. 144-154. ISBN: 978 0 205290864
- Hewitt, Sara; Tiropanis, Thanassis; Bokhove, Christian** (2016). "The problem of identifying misogynist language on Twitter (and other online social spaces)". In: *Proceedings of the 8<sup>th</sup> ACM conference on web science*, pp. 333-335.  
<https://doi.org/10.1145/2908131.2908183>
- Huntemann, Nina** (2015). "No more excuses: Using Twitter to challenge the symbolic annihilation of women in games". *Feminist media studies*, v. 15, n. 1, pp. 164-167.  
<https://doi.org/10.1080/14680777.2015.987432>
- International Press Institute* (2018). *Medidas contra el acoso online en las redacciones. Estrategias y mejores prácticas que adoptan los medios en España*.  
<https://ipi.media/medidas-contra-el-acoso-online-en-las-redacciones-espana>
- Iranzo-Cabrera, María** (2020). "#lasperiodistasparamos, gestación de una conciencia profesional feminista". *Profesional de la información*, v. 29, n. 2, e290222.  
<https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.22>
- Jane, Emma** (2017). *Misogyny online: a short (and brutish) history*. London: Sage. ISBN: 978 1 473916005  
<https://doi.org/10.4135/9781473916029>
- Jha, Akshita; Mamidi, Radhika** (2017). "When does a compliment become sexist? analysis and classification of ambivalent sexism using Twitter data". In: *Proceedings of the 2<sup>nd</sup> workshop on NLP and computational social science*, pp. 7-16.  
<https://doi.org/10.18653/v1/W17-2902>
- Juris, Jeffrey S.** (2012). "Reflections on #occupy everywhere: social media, public space, and emerging logics of aggregation". *American ethnologist*, v. 39, n. 2, pp. 259-279.  
<https://doi.org/10.1111/j.1548-1425.2012.01362.x>
- Lagarde-y-De-los-Ríos, Marcela** (2012). *El feminismo en mi vida. Hitos, claves y topías*. Ciudad de México: Instituto de las mujeres del distrito federal.  
<https://www.mujelesenred.net/IMG/pdf/ElFeminismoenmiVida.pdf>
- Lamoureux, Diane; Dupuis-Déri, Francis** (2015). *Antiféminismes. Analyse d'un discours réactionnaire*. Montréal: Les éditions du remue-ménage. ISBN: 978 2 89091 534 3
- Larrondo-Ureta, Ainara; Orbezo-Terradillos, Julien** (2021). "Hashtivism's potentials for mainstreaming feminism in politics: the Red Lips Revolution transmedia narrative". *Feminist media studies*, published online 4 Feb.  
<https://doi.org/10.1080/14680777.2021.1879197>
- La vanguardia* (2021). "Increpan a Rocío Carrasco a grito de 'stop feminazis' a las puertas de los juzgados". *La vanguardia*, 30 abril.  
<https://www.lavanguardia.com/gente/20210430/7419414/rocio-carrasco-stop-feminazis-juzgados-imago-pension-antonio-david.html>

- Lyons, Mathew N.** (2017). *Ctrl-Alt-Delete: The origins and ideology of the alternative right*. Political Research Associates. [https://www.politicalresearch.org/sites/default/files/2019-05/Lyons\\_CtrlAltDelete\\_PRINT.pdf](https://www.politicalresearch.org/sites/default/files/2019-05/Lyons_CtrlAltDelete_PRINT.pdf)
- Manne, Kate** (2017). *Down girl: The logic of misogyny*. Oxford: Oxford University Press. ISBN: 978 0 190604981
- Mantilla, Karla** (2013) "Gendertrolling: Misogyny adapts to new media". *Feminist studies*, v. 39, n. 2, pp. 563-570. <https://www.jstor.org/stable/23719068>
- Martínez-Collado, Ana** (1999). "Tecnología y construcción de la subjetividad. La feminización de la representación cyborg". *Acción paralela: ensayo, teoría y crítica de la cultura y el arte contemporáneo*, n. 5, p. 5. <https://www.mujaresenred.net/spip.php?article1530>
- Martínez-Jiménez, Laura; Zurbano-Berenguer, Belén** (2019). "Posmachismo, violencia de género y dinámicas de opinión en los cibermedios. Aproximaciones a la realidad española a partir de la experiencia de eldiario.es". *Teknokultura. Revista de cultura digital y movimientos sociales*, v. 16, n. 2, pp. 213-228. <https://doi.org/10.5209/tekn.65173>
- Martínez-Rolán, Xabier; Piñeiro-Otero, Teresa** (2017). "El uso de los memes en la conversación política 2.0. Una aproximación a una movilización efímera". *Prisma social. Revista de ciencias sociales*, n. 18, pp. 55-84. <https://revistaprismasocial.es/article/view/1468>
- Marwick, Alice E.** (2013). "Gender, sexuality, and social media". In: Hunsinger, Jeremy; Senft, Teresa M. (eds.). *The social media handbook*. New York: Routledge, pp. 59-75. ISBN: 978 0 415714419
- Molpeceres-Arnáiz, Sandra; Filardo-Lamas, Laura** (2020). "Llamamientos feministas en Twitter: ideología, identidad colectiva y reenmarcado de símbolos en la huelga del 8M y la manifestación contra la sentencia de 'La Manada'". *Dígitos. Revista de comunicación digital*, n. 6, pp. 55-78. <https://doi.org/10.7203/rd.v1i6.181>
- Murphy, Meghan** (2013). "The trouble with Twitter feminism". *Feminist current*, 18 December. <https://www.feministcurrent.com/2013/12/18/the-trouble-with-twitter-feminism>
- Nagle, Angela** (2017). *Kill all normies: online culture wars from 4Chan and Tumblr to Trump and the alt-right*. Alresford: Zer0 Books. ISBN: 978 1 785355431
- Nussbaum, Martha C.** (2010). "Objectification and internet misogyny". In: Levmore, Saul; Nussbaum, Martha C. (eds.). *The offensive Internet: speech, privacy and reputation*. Cambridge (MA): Harvard University Press, pp. 68-88. ISBN: 978 0 674 05876 7 <https://doi.org/10.2307/j.ctvjf9zc8>
- Pamungkas, Endang-Wahyu; Basile, Valerio; Patti, Viviana** (2020). "Misogyny detection in Twitter: A multilingual and cross-domain study". *Information processing & management*, v. 57, n. 6. <https://doi.org/10.1016/j.ipm.2020.102360>
- Pamungkas, Endang-Wahyu; Cignarella, Alessandra-Teresa; Basile, Valerio; Patti, Viviana** (2018a). "Automatic identification of misogyny in English and Italian tweets at Evalita 2018 with a multilingual hate lexicon". In: *Proceedings of the 6<sup>th</sup> evaluation campaign of natural language processing and speech tools for Italian. Final workshop (Evalita 2018)*. <http://ceur-ws.org/Vol-2263/paper033.pdf>
- Pamungkas, Endang-Wahyu; Cignarella, Alessandra-Teresa; Basile, Valerio; Patti, Viviana** (2018b). "14-ExLab@UniTo for AMI at IberEval2018: Exploiting lexical knowledge for detecting misogyny in English and Spanish tweets". In: *Proceedings of the 3<sup>rd</sup> workshop on evaluation of human language technologies for Iberian languages (IberEval 2018)*, pp. 234-241. [http://ceur-ws.org/Vol-2150/AMI\\_paper2.pdf](http://ceur-ws.org/Vol-2150/AMI_paper2.pdf)
- Phillips, Whitney** (2012). "What an academic who wrote her dissertation on trolls thinks of Violentacrez". *The Atlantic*, 15 October. <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2012/10/what-an-academic-who-wrote-her-dissertation-on-trolls-thinks-of-violentacrez/263631>
- Plant, Sadie** (1997). *Zeros and ones: digital women and the new technoculture*. London: Fourth Estate. ISBN: 978 1 857026986
- Poland, Bailey** (2016). *Haters: harassment, abuse, and violence online*. Lincoln: University of Nebraska Press. ISBN: 978 1 61234 872 8 <https://doi.org/10.2307/j.ctt1fq9wdp>
- Portwood-Stacer, Laura; Berridge, Susan** (2014). "Introduction: privilege and difference in (online) feminist activism". *Feminist media studies*, v. 14, n. 3, pp. 519-520. <https://doi.org/10.1080/14680777.2014.909158>



- Posetti, Julie; Aboulez, Nermine; Bontcheva, Kalina; Harrison, Jackie; Waisbord, Silvio** (2020). *Online violence against women journalists: a global snapshot of incidence and impacts*. Unesco.  
<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000375136>
- Rapley, Tim** (2014). *Los análisis de la conversación, del discurso y de documentos en la investigación cualitativa*. Madrid: Editorial Morata. ISBN: 978 84 7112 778 5  
<https://dpp2017blog.files.wordpress.com/2017/08/dpp-libro-los-analisis.pdf>
- Rego, Richard** (2018). "Changing forms and platforms of misogyny: Sexual harassment of women journalists on Twitter". *Media watch*, v. 9, n. 3, pp. 437-446.  
<https://doi.org/10.17613/z92b-9882>
- Rentschler, Carrie A.; Thrift, Samantha C.** (2015). "Doing feminism in the network: Networked laughter and the 'Binders full of women' meme". *Feminist theory*, v. 16, n. 3, pp. 329-359.  
<https://doi.org/10.1177/1464700115604136>
- Richardson-Self, Louise** (2018). "Woman-hating: On misogyny, sexism, and hate speech". *Hypatia*, v. 33, n. 2, pp. 256-272.  
<https://doi.org/10.1111/hypa.12398>
- Risam, Roopika** (2015). "Toxic femininity 4.0". *First Monday*, v. 20, n. 4.  
<https://doi.org/10.5210/fm.v20i4.5896>
- Romero-Sánchez, Amparo** (2014). "La utopía postfeminista: del ciberfeminismo al tecnofeminismo". *Cuadernos del Ate-neo*, n. 32, pp. 156-169.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5241123>
- Şahi, Havvanur; Kiliç, Yasemin; Sağlam, Rahime-Belen** (2018). "Automated detection of hate speech towards woman on Twitter". In: *2018 3<sup>rd</sup> international conference on computer science and engineering (UBMK)*, pp. 533-536.  
<https://doi.org/10.1109/UBMK.2018.8566304>
- Southern, Rosalynd; Harmer, Emily** (2019). "Twitter, incivility and 'everyday' gendered othering: an analysis of tweets sent to UK members of Parliament". *Social science computer review*, v. 32, n. 2, pp. 259-275.  
<https://doi.org/10.1177/0894439319865519>
- Suler, John** (2004). "The online disinhibition effect". *Cyberpsychology and behavior*, v. 7, n. 3, pp. 321-326.  
<https://doi.org/10.1089/1094931041291295>
- Thrift, Samantha C.** (2014). "#YesAllWomen as feminist meme event". *Feminist media studies*, v. 14, n. 6, pp. 1090-1092.  
<https://doi.org/10.1080/14680777.2014.975421>
- Torres-Ugarte, Mikel** (2017). "Odiómetro". *GitHub repository*.  
<https://github.com/ojovent/odometro>
- Trollbusters** (s/d). *Digital hygiene lessons*.  
<https://yoursosteam.wordpress.com/digital-hygiene-course>
- Varela, Nuria** (2020). "El tsunami feminista". *Revista nueva sociedad*, n. 286, pp. 93-106.  
<https://nuso.org/articulo/el-tsunami-feminista>
- Vega-Montiel, Aimée** (2019). *Ciberviolencia contra las mujeres y discurso de odio sexista*. Instituto Electoral de la Ciudad de México.  
<https://www.comecso.com/publicaciones/ciberviolencia-contra-mujeres-y-discurso-de-odio>
- Villar-Aguilés, Alicia; Pecourt-Gracia, Juan** (2021). "Antifeminismo y troleo de género en Twitter. Estudio de la subcultura trol a través de #STOPfeminazis". *Teknokultura. Revista de cultura digital y movimientos sociales*, v. 1, n. 18, pp. 33-44.  
<https://doi.org/10.5209/tekn.70225>
- Vogels, Emily A.** (2021). "The state of online harassment". *Pew Research Center*, 13 January.  
<https://www.pewresearch.org/internet/2021/01/13/the-state-of-online-harassment/>
- Wajcman, Judy** (2006). *Tecnofeminismo*. Madrid: Ediciones Cátedra. ISBN: 84 376 2317 0
- Waseem, Zeerak; Hovy, Dirk** (2016). "Hateful symbols or hateful people? Predictive features for hate speech detection on Twitter". In: *Proceedings of the NAACL Student research workshop*, pp. 88-93.  
<https://doi.org/10.18653/v1/N16-2013>
- Zafra, Remedios** (2011). "Un cuarto propio conectado. Feminismo y creación desde la esfera público-privada online". *Asparkia. Investigación feminista*, v. 22, pp. 115-129.  
<https://www.e-revistas.uji.es/index.php/asparkia/article/view/602>