

www.felgtbi.org



FELGTBI+

Federación Estatal de Lesbianas, Gais,
Trans, Bisexuales, Intersexuales y más

40dB.

Discursos de odio en Twitter

2023



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE IGUALDAD

Han participado en este estudio

40dB.

Equipo técnico de FELGTBI+:

William Gil D'Avolio

Ignacio Paredero Huerta

María Rodríguez- Manzanque García

Equipo técnico de 40DB



NÚMERO DE TWEETS ANALIZADOS

1.356.641 tweets



PAQUETE ESTADÍSTICO EMPLEADO

RStudio
Gephi



MARCO TEMPORAL DE DESCARGA

17 de junio de 2023 – 20 de julio de 2023



LIBRERÍAS UTILIZADAS

- rtweet
- Readr
- igraph
- tidyverse
- Haven
- wordcloud2



	<i>Página</i>
1. Introducción y metodología	3
2. Detección de comunidades	8
3. Discurso de odio en respuestas a tweets favorables al Orgullo	11
4. Discurso de odio en tweets contra el Orgullo	19
5. Análisis de las cuentas en contra del Orgullo	26
6. Los partidos en campaña durante el mes del Orgullo	35
7. Conclusiones	43
8. Ficha técnica	45



1. Introducción y metodología



El uso cada vez mayor de las redes sociales para expresar ideas y opiniones revela la importancia de estudiar el discurso que se genera en estas plataformas, con el propósito de entender mejor el debate público. Esta relevancia es aún más evidente en el contexto de la política española, donde la campaña política es constante.

La convocatoria anticipada de elecciones generales en el 2023, coincidiendo con las celebraciones del Orgullo, brinda una oportunidad única para analizar los discursos de odio dirigidos hacia el colectivo LGTBI, en un contexto de marcada movilización política en las redes sociales. Por ello, los objetivos principales de este estudio son: investigar los discursos de odio dirigidos al colectivo LGTBI durante el Orgullo y la campaña electoral, identificar las características modales de las comunidades y cuentas emisoras de dichos discursos, y analizar las conversaciones generadas por los cuatro grandes partidos políticos al respecto de esta temática.

Con vistas a alcanzar estos objetivos, hemos utilizado Twitter (ahora X) para realizar un análisis exploratorio de las conversaciones relacionadas con el colectivo LGTBI, capturando y estudiando las discusiones que tuvieron lugar en esta plataforma. Twitter resulta idóneo para examinar el debate político debido a su carácter conversacional, la gran cantidad de datos públicos disponibles y su relevancia en el contexto político, lo que nos permite obtener una visión más completa de la discusión durante un período políticamente activo.

Metodología: elección de fechas de estudio

La selección del periodo temporal para el estudio se basa en una investigación de eventos significativos relacionados con el Orgullo y las elecciones generales. Hemos optado por el período del 17 de junio al 20 de julio para recopilar datos de las conversaciones. Este intervalo abarca desde el día en que Vox desplegó una pancarta que arrojó varios símbolos a la basura, incluyendo el símbolo del colectivo LGTBI, hasta la celebración del Orgullo y el inicio de la campaña electoral del 23J.



Metodología: descarga de datos

Para dirigir la recopilación de datos hacia nuestro objeto de estudio, hemos enfocado nuestra búsqueda en hashtags y palabras clave relacionadas con el colectivo LGTBI durante el período mencionado anteriormente. Hemos seleccionado tanto hashtags que expresan apoyo como aquellos que muestran una actitud negativa hacia este colectivo, con el fin de centrar nuestro análisis en el discurso de odio. Es importante destacar que este tipo de discurso puede manifestarse tanto en tweets directos como en comentarios de odio o rechazo hacia tweets que sí respaldan al Orgullo y al Colectivo, por lo que el estudio abarcará ambos escenarios.

Términos de búsqueda utilizados:

Palabras

Lgtbi, lgtbiq, lgtb, lgbt.

Trans

Queer

Orgullo

Hashtags Positivos

#DiaDelOrgullo

#Orgullo2023

#OrgulloLGTBI2023

#OrgulloLGTBI

#OrgullosamenteDiferente

#VotaConOrgullo

Hashtags Negativos

#NoAlOrgulloGAY

#OrgulloHetero

#OrgulloHeterosexual

#NoALaIdeologíaDeGéner
o

#EsUnPutoHombre



8 Gay, lesbiana, bisexual.

Metodología: proceso de análisis



El proceso de análisis se divide en tres etapas: la identificación de los grupos involucrados en la conversación, el análisis del discurso de odio relacionado con cada comunidad identificada y la caracterización de los perfiles las subcomunidades.

- **La identificación de los grupos se aborda mediante el análisis de comunidades.** Los datos se exportan al software Gephi y se emplea un algoritmo de modularidad para detectar comunidades, es decir, clusters de usuarios según su interacción a través de retweets. El análisis se representa visualmente en forma de grafos, que permiten una interpretación intuitiva de la conversación en Twitter. En estos grafos, cada nodo representa un usuario y las aristas que los conectan representan los retweets entre ellos.
- **En el análisis del discurso, se emplean diversas herramientas, como algoritmos de aprendizaje automático (LDA) para identificar clusters discursivos, métodos de minería de texto y técnicas de procesamiento de lenguaje natural (NLP).** Estos métodos incluyen el uso de diccionarios y enfoques automatizados para el análisis de sentimientos.
- **El estudio de los perfiles de las comunidades se realiza a través de la combinación de las técnicas anteriores.** Tras la identificación de las comunidades, el algoritmo de modularidad es empleado nuevamente para ahondar en la composición de estas mediante la identificación de los clusters subyacentes (subcomunidades). Una vez identificadas las cuentas, el análisis pasa a contemplar los diversos aspectos que caracterizan a los perfiles de cada subcomunidad mediante la identificación de sus nombres, conteo de tweets, etc.





2. Detección de comunidades

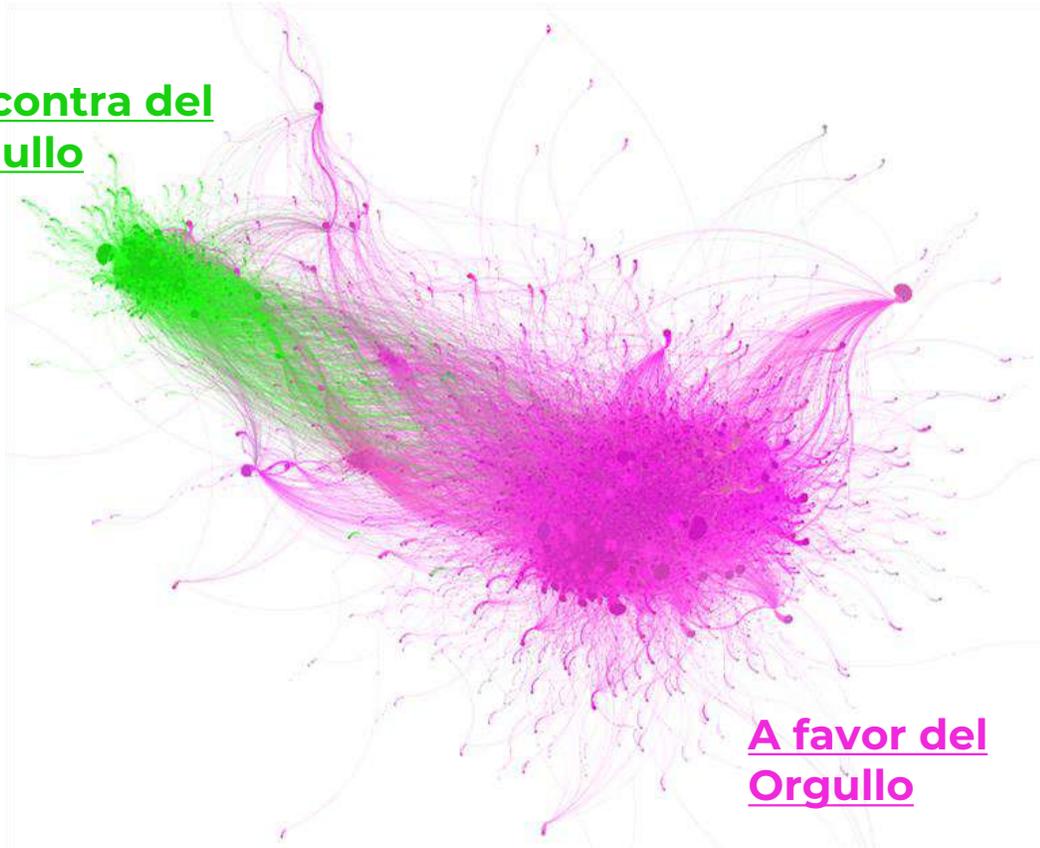


El análisis de comunidades permite separar en clusters las cuentas que producen la conversación en Twitter. Así, obtenemos asociaciones de usuarios según los mensajes que difundieron. En esta ocasión, hemos encontrado dos polos muy claramente definidos que pueden resumir el debate público en torno al colectivo LGTBI y la campaña de las elecciones que se produjo también fuera de las redes.



Análisis de comunidades

En contra del Orgullo



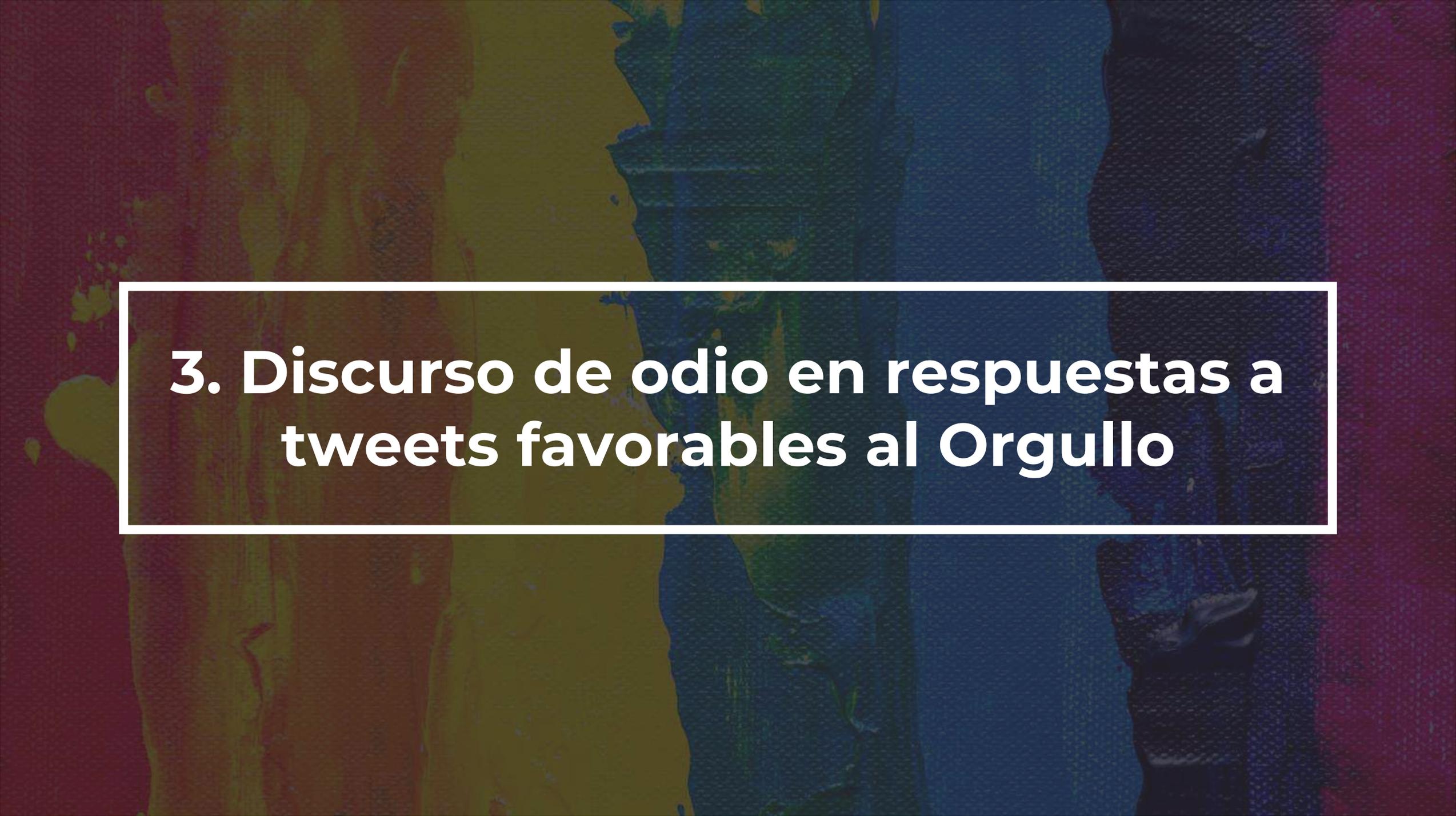
A favor del Orgullo

Este grafo representa las comunidades que se formaron durante la discusión sobre el Orgullo 2023 en Twitter. Cada nodo representa una cuenta diferente, y están conectados por aristas que indican la interacción entre ellas a través de retweets o citas de publicaciones.

Se pueden identificar dos grupos principales en esta conversación:

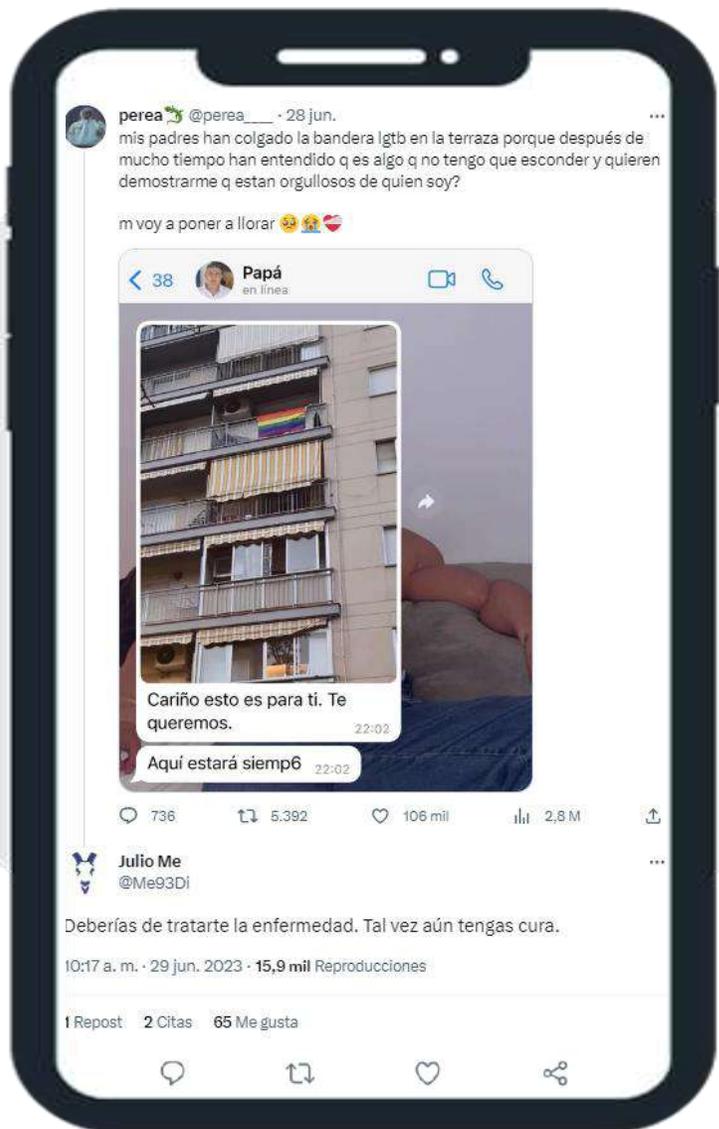
La comunidad más grande (86%), representada en rosa, está compuesta por usuarios que expresaron mensajes de apoyo al Orgullo y al colectivo LGTBI.

En contraposición, en verde, se formó un discurso alternativo que se oponía a las celebraciones del Orgullo y estaba en desacuerdo con la Ley Trans (14%).



3. Discurso de odio en respuestas a tweets favorables al Orgullo

Comunidad a favor del Orgullo



La comunidad que respalda el Orgullo y el colectivo LGTBI alberga la mayor cantidad de cuentas, todas ellas compartiendo mensajes de apoyo a estas causas. Sin embargo, estas cuentas también reciben mensajes de odio en los comentarios de sus tweets, como se ejemplifica en la fotografía de la izquierda.

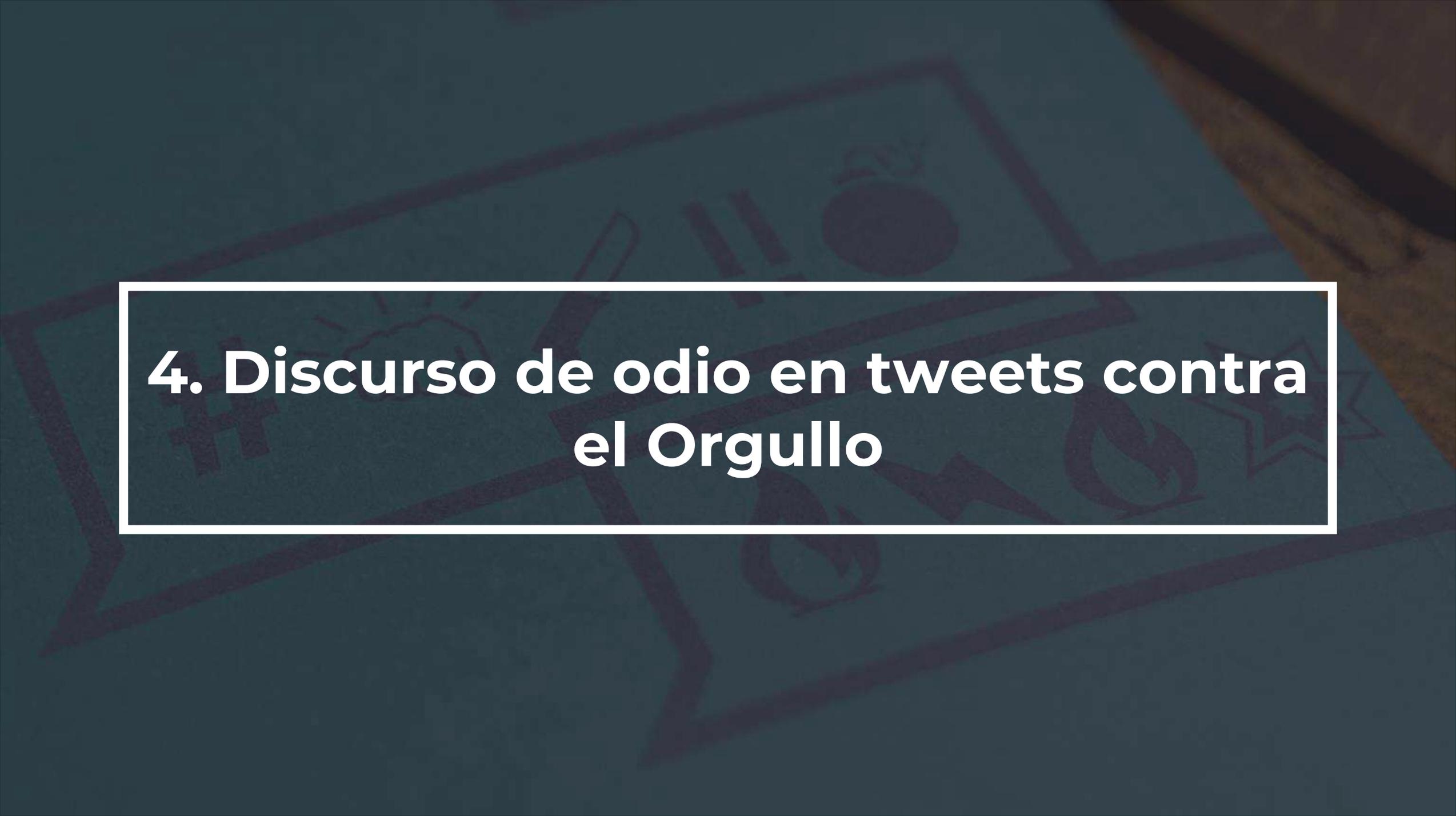
Dado que la descarga inicial no abarca los comentarios a los tweets, es fundamental llevar a cabo una nueva recopilación de datos. Esto, además, permite analizar el discurso de odio hacia las cuentas que respaldan el Orgullo.

Para ello, se han seleccionado los 5 tweets más destacados y que han provocado una mayor interacción.

Análisis de comentarios en tweets a favor del Orgullo



Este tweet fue uno de los más virales el día del Orgullo. A diferencia de los tweets anteriores, presenta varios elementos distintivos. Mientras que las cuentas previas pertenecían a perfiles destacados con un gran número de seguidores, esta cuenta es personal y tiene pocos seguidores, a pesar de lograr una amplia visualización y repercusión (casi 3 millones de reproducciones). Además, a diferencia de las cuentas anteriores que mantenían un cierto grado de anonimato, esta cuenta personal es más susceptible de provocar un discurso de odio directo.



4. Discurso de odio en tweets contra el Orgullo

Comunidad en contra del Orgullo

La comunidad en contra del Orgullo es más residual. Sin embargo, también es la más propensa a emitir tweets con mensajes de odio. Por lo tanto, se llevará a cabo un análisis más detallado de la misma.

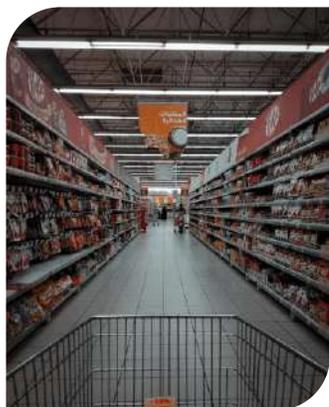
En el siguiente apartado, se expondrán los resultados obtenidos tras aplicar distintos métodos de minería de datos a los tweets que pertenecen a la comunidad en contra del Orgullo. Estos métodos permiten identificar las palabras más frecuentes, las correlaciones entre términos y los hashtags más utilizados en sus publicaciones. Estos datos arrojarán luz sobre la naturaleza de las conversaciones en la red de cuentas que se oponen al Orgullo y ayudarán a comprender la extensión del discurso de odio dirigido hacia este colectivo.



Comunidad en contra del Orgullo

Tras la aplicación del algoritmo de aprendizaje automatizado LDA, se han podido identificar **2 grandes clusters que reflejan los temas principales** en la conversación de Twitter durante las fechas analizadas en la comunidad en contra del Orgullo. Estos temas son los siguientes:

Tema 1: Polémica trans en el supermercado



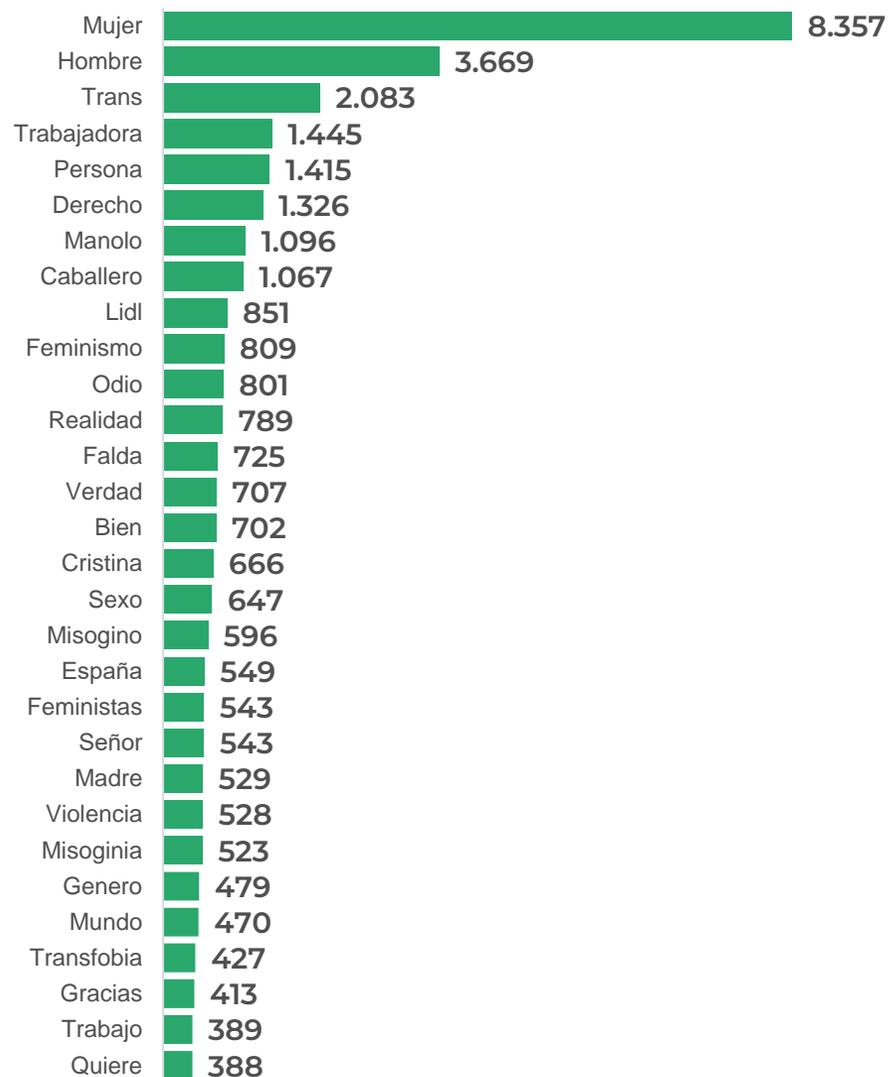
El tema predominante en esta comunidad se relaciona con la controversia en torno a una mujer trans que presentó una queja en un supermercado después de ser llamada "caballero". La mujer afectada señala que los mensajes de odio que ha recibido en Twitter "son un ejemplo de la cantidad de ataques transfobos que persisten en este país". Destaca el uso del hashtag #EsUnPutoHombre. Los tweets relacionados con este asunto son marcadamente negativos y, en algunos casos, incluso incluyen contenido violento.

Tema 2: Elizabeth Duval y Vox



Durante un debate sobre políticas de igualdad organizado por la agencia Efe, la diputada de Vox María Ruiz Solás calificó a Elizabeth Duval, portavoz de Sumar de Feminismo y Derechos LGTBI, como una "enferma crónica" debido al tratamiento hormonal que recibe como mujer trans. De nuevo, resalta el uso del hashtag #EsUnPutoHombre, acompañado de tweets agresivos contra el colectivo trans.

30 términos más frecuentes en los tweets



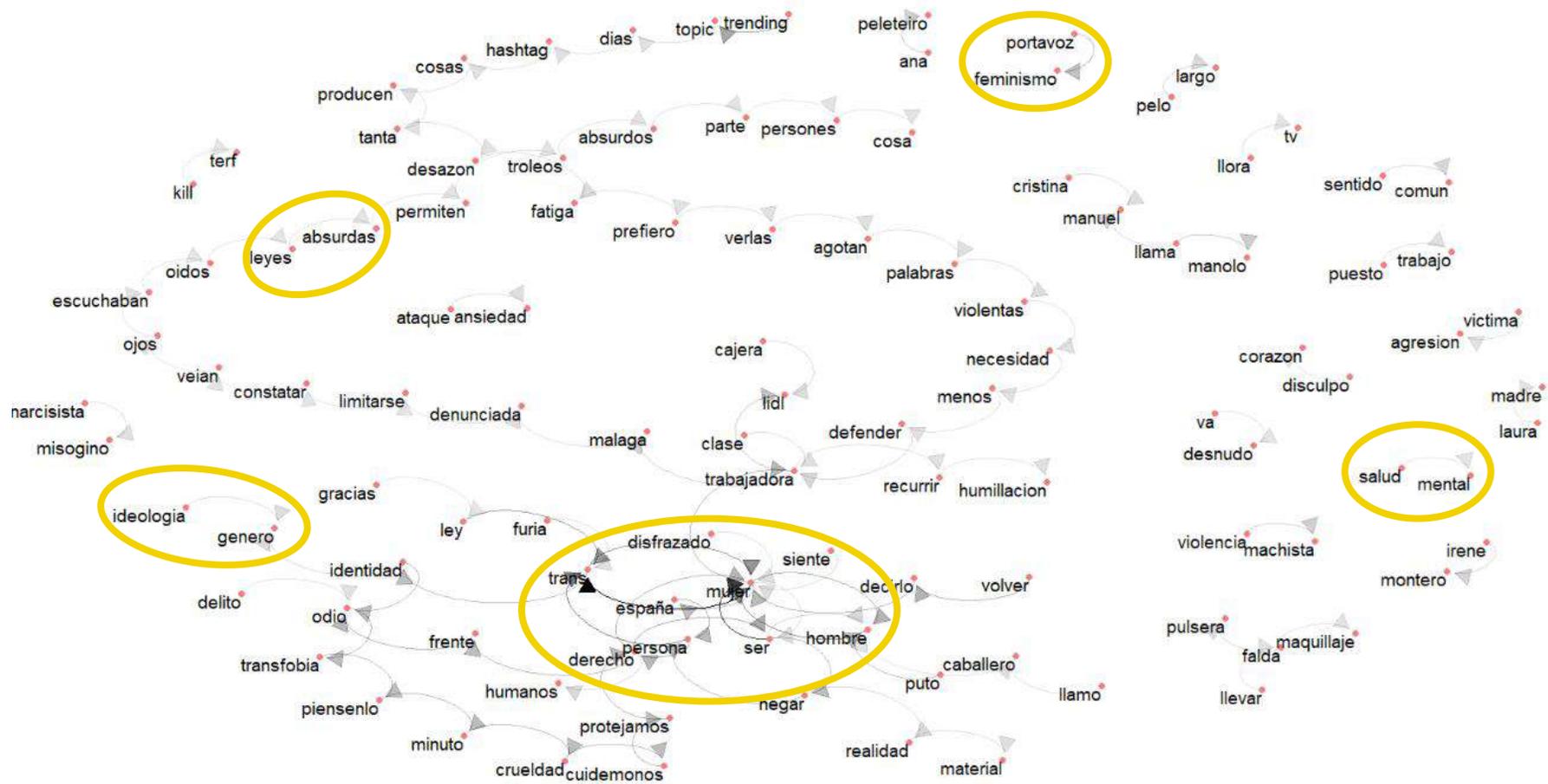
El siguiente gráfico recoge los **30 términos más frecuentes en la comunidad en contra del Orgullo** y evidencia cómo la misma se ha centrado en **ataques hacia el colectivo trans**, aprovechando las dos controversias mencionadas anteriormente.

La gran mayoría de las palabras están relacionadas con el **incidente en el supermercado y el debate con Duval**. Destaca de manera significativa la palabra "mujer", principalmente usada en un contexto negativo, y se contrapone con la afirmación de "es un hombre", acumulando más de 10.000 menciones entre ambas palabras.

Por último, es importante señalar que la palabra "transfobia" figura entre las 30 palabras más mencionadas, pero se utiliza en un contexto negativo, para afirmar que la transfobia no existe.

N-grama de los términos más frecuentes de los tweets

El siguiente n-grama muestra las correlaciones de los términos más frecuentes en los tweets analizados. Una vez más, el debate agresivo dirigido hacia el colectivo trans es claramente prominente, resaltando asociaciones como "salud -> mental" o "mujer -> disfrazado" en relación con la polémica de la mujer del supermercado. Además, identificamos la asociación "portavoz -> feminismo", aludiendo al debate relacionado con Elizabeth Duval.





5. Análisis de las cuentas en contra del Orgullo

Análisis de subcomunidades en contra del Orgullo

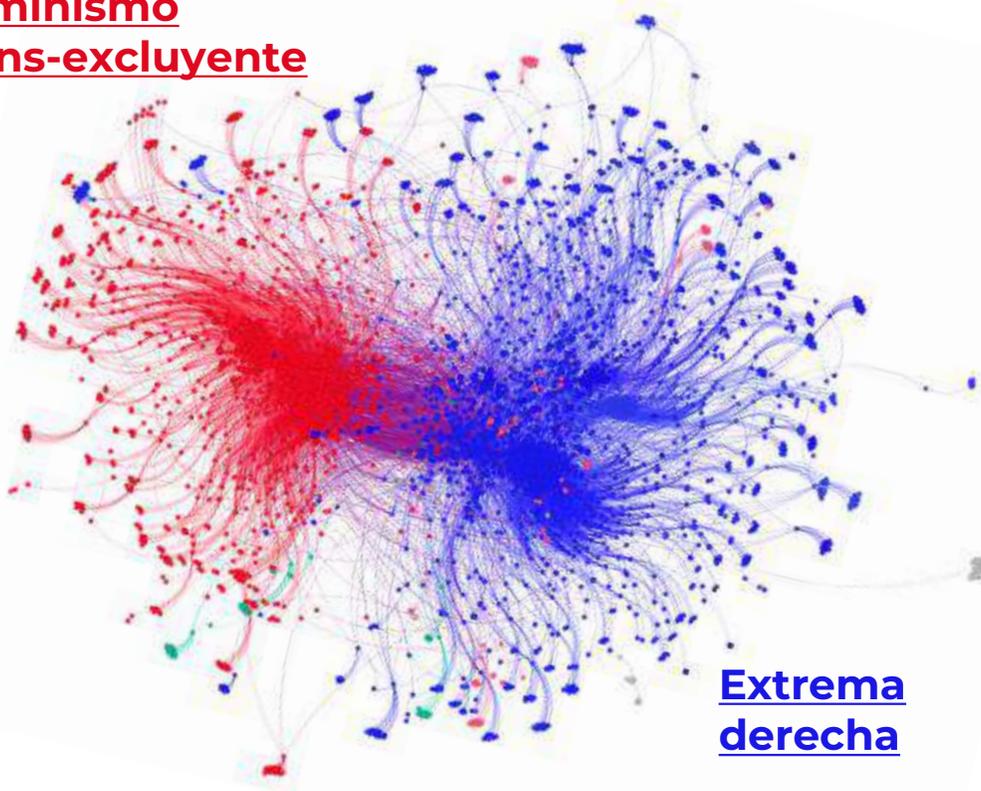
La comunidad contraria al Orgullo no es homogénea, sino que alberga en su interior distintas sensibilidades y discursos de crítica a las reivindicaciones del colectivo LGTBI+. Concretamente, destacan dentro de ella dos subcomunidades con clara entidad propia: la compuesta por usuarios alineados con el **feminismo trans-excluyente** y la conformada por simpatizantes de los valores defendidos por la **extrema derecha**.

En el presente apartado se realizará un **análisis de las características de estos dos grupos**, con énfasis en sus discursos, volumen de actividad y otras variables propicias para identificar la presencia de bots y de campañas dirigidas. Para ello, se recurre al estudio de una **selección aleatoria de 100.000 perfiles**, que actúa como muestra representativa de Twitter y como base de **comparación para las dos subcomunidades de interés**.



Análisis de subcomunidades en contra del Orgullo

Feminismo trans-excluyente



Extrema derecha

Este grafo representa los dos grandes grupos que conforman la comunidad que vertió mensajes en contra del Orgullo durante las fechas estudiadas. Las subcomunidades identificadas son:

Feministas trans-excluyentes*: el grupo detractor más grande (53% de los usuarios de la comunidad), señalado en rojo, está compuesto por usuarios que se definen como feministas y que se oponen a la inclusión de las mujeres trans en la lucha por la igualdad de género.

Extrema derecha: en azul se observa un segundo grupo relativamente más pequeño (47% de los usuarios). Esta subcomunidad articuló un discurso de oposición frontal a las celebraciones del Orgullo y al colectivo LGTBI+ desde postulados conservadores.

Extrema derecha: caracterización de usuarios

En lo que respecta a la subcomunidad de extrema derecha, podemos apreciar que algunas de las palabras más repetidas en las descripciones de sus perfiles son “dios”, “vida”, “familia”, “libertad” y “España”. Se trata de conceptos centrales en el discurso de la derecha española más tradicional, defensora de una cosmovisión conservadora que choca, precisamente, con la reivindicación de la diversidad que abanderara el Orgullo.

Las cuentas verificadas más seguidas por los miembros de esta subcomunidad son @Mejor_con_Vox y @Tabarnia_BCN.

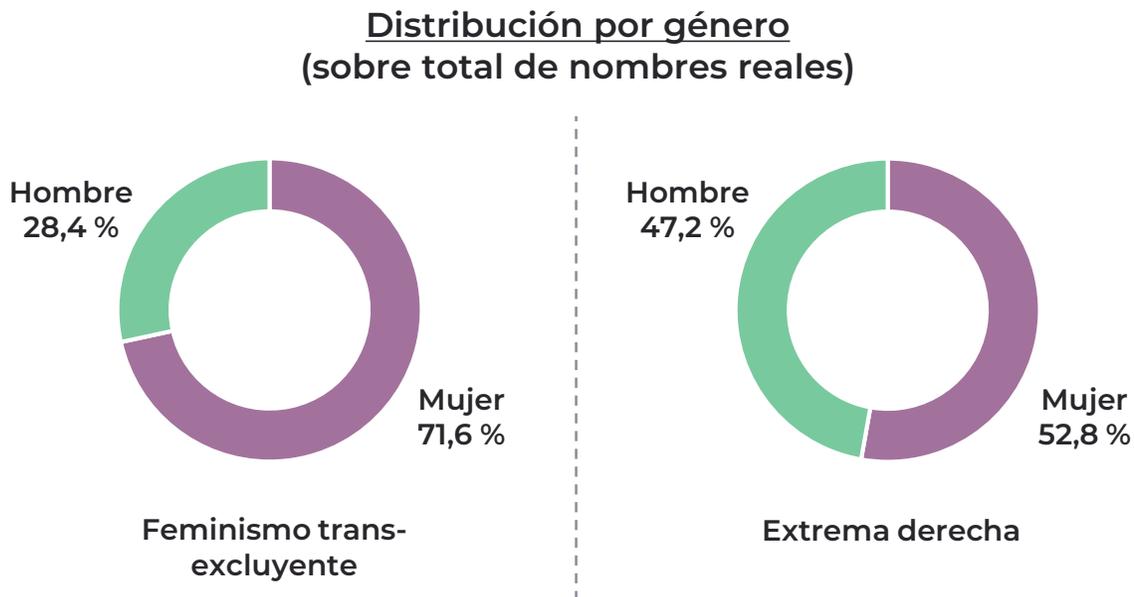
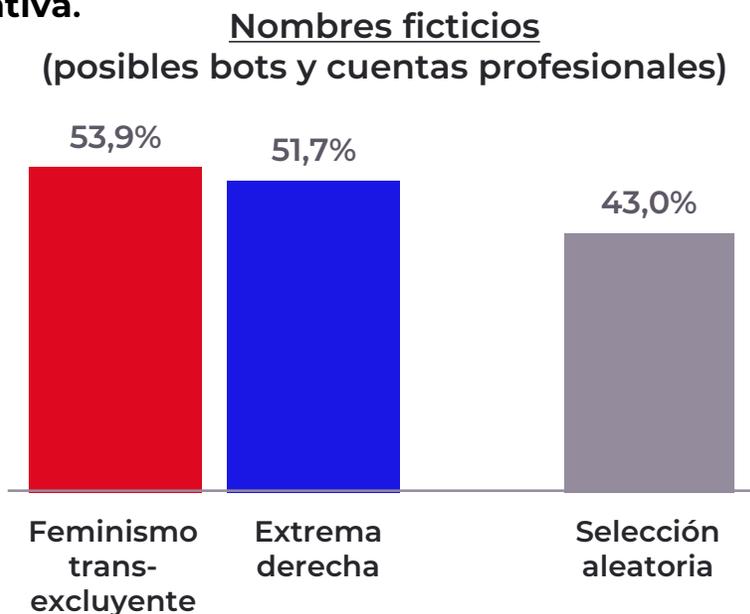


Nombres de las cuentas y sexo de los usuarios

El análisis de los nombres de los usuarios ayuda a identificar las cuentas potencialmente fraudulentas de una comunidad, tendiendo estas a presentar nombres de perfil ficticios (no registrados en el INE).

En este caso, el número de cuentas que no presentan nombres de perfil reales es mayor en ambas subcomunidades contrarias al Orgullo que en la muestra aleatoria de 100.000 cuentas de twitter utilizada como referencia de comparación. Esto podría indicar que en estos grupos hay una proporción de perfiles fraudulentos superior a lo normal.

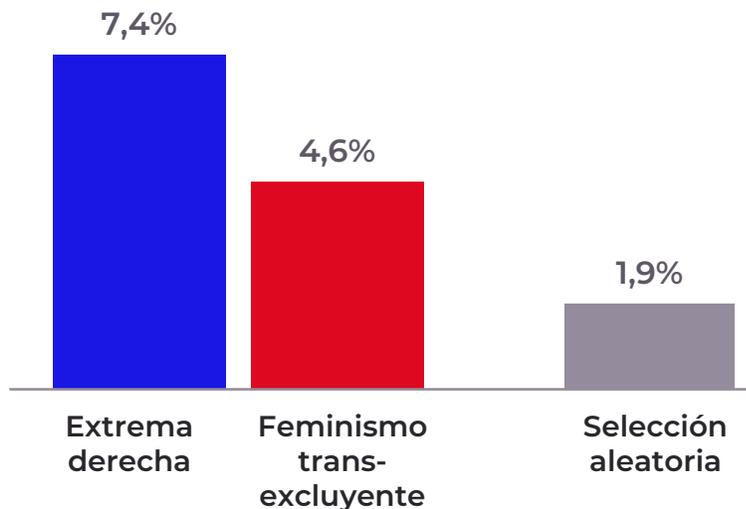
Por otro lado, tomando las cuentas identificadas con nombres reales, se observa que la comunidad TERF presenta una gran prevalencia de mujeres, mientras que la composición por sexo de la extrema derecha es mucho más equitativa.



Cuentas matrícula

El examen del número de cuentas matrícula (aquellas que no han modificado el “screen name” que les otorgó aleatoriamente Twitter cuando fueron creadas) también es útil para aproximar la cantidad de usuarios falsos de una comunidad.

Al comparar la prevalencia de estos perfiles en cada grupo de estudio con la de la muestra aleatoria, se ha comprobado que tanto la comunidad de extrema derecha (7,4%) como la feminista trans-excluyente (4,6%) presentan una proporción de cuentas matrícula -potencialmente fraudulentas- significativamente mayor de lo que es habitual en Twitter (1,9%).



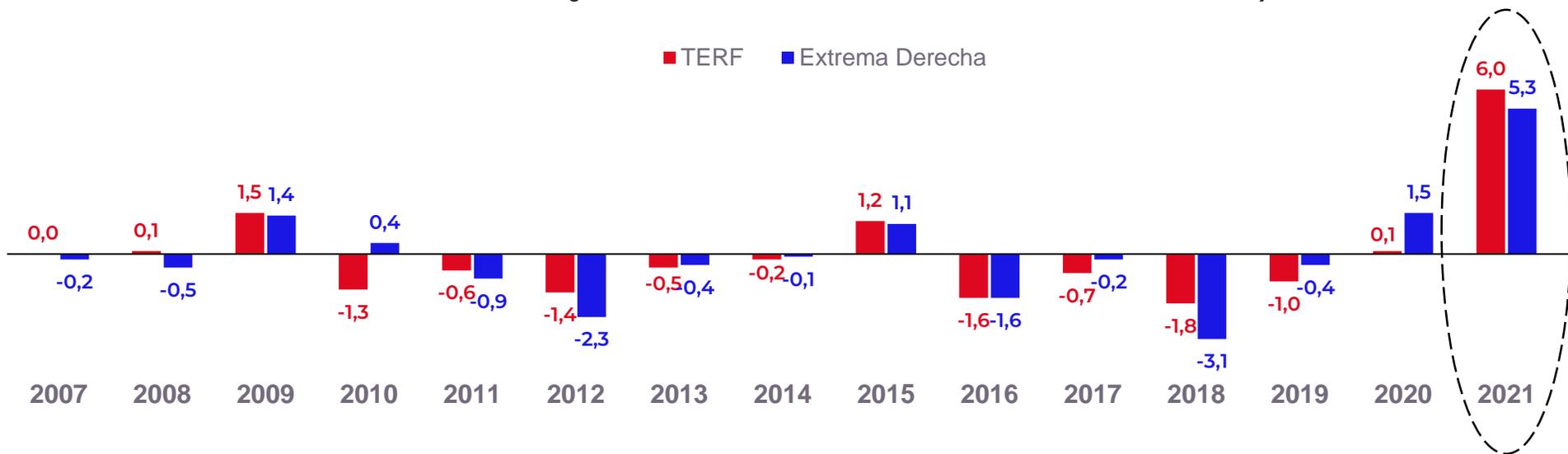
Ejemplo de cuenta matrícula



Fecha de creación de las cuentas

Comparando la antigüedad de las cuentas pertenecientes a cada subcomunidad con la de las cuentas de la muestra aleatoria de referencia, podemos apreciar que es en el año 2021 cuando usuarios de extrema derecha y feministas trans-excluyentes desembarcan en Twitter a un ritmo muy superior al de la creación de cuentas en el común de la red social. La tan reciente creación de muchos de estos perfiles puede ser un indicativo adicional de una importante presencia de cuentas profesionales, bots y, en definitiva, de algún tipo de campaña dirigida.

Diferencial de cuentas creadas por año
(Diferencia entre el porcentaje de cuentas creadas anualmente en cada comunidad y el de cuentas creadas en la muestra aleatoria)



Tweets emitidos

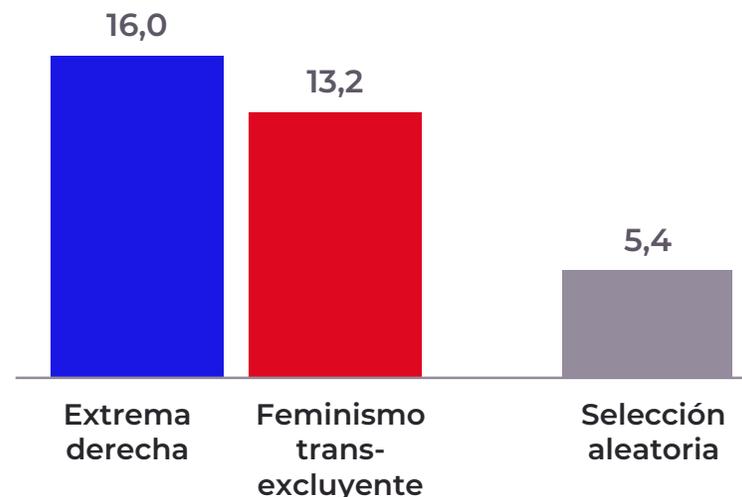
El estudio de los volúmenes de tweets emitidos por cada comunidad nos permite apreciar el **grado de actividad de sus usuarios**. Asimismo, **estos datos pueden revelarnos indicios sobre la existencia de cuentas falsas**: los usuarios autores de un alto número de tweets y retweets en un corto periodo de tiempo presentan mayor probabilidad de resultar, nuevamente, perfiles fraudulentos.

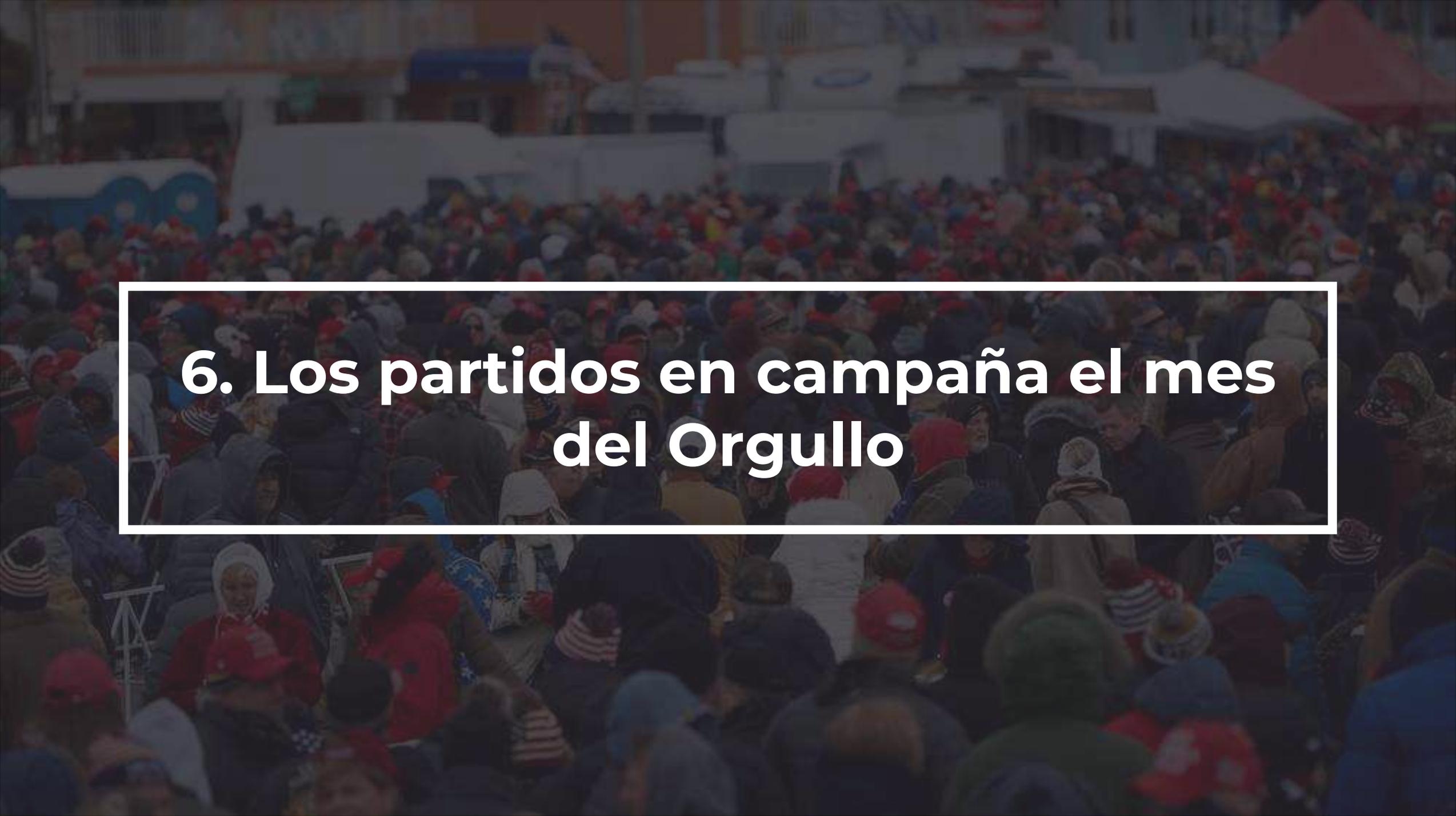
Como vemos en los gráficos inferiores, las **subcomunidades TERF y de extrema derecha han emitido, de media, una cantidad de tweets muy superior a la de los usuarios de la muestra aleatoria**. Además, si controlamos por la antigüedad de las cuentas, encontramos que la **media de tweets diarios emitidos por estos perfiles detractores del Orgullo es también mucho más alta de lo habitual**.

Media de tweets emitidos



Media de tweets por día



A large crowd of people, many wearing red and white striped hats, gathered for a political event. The scene is outdoors, with buildings and tents visible in the background. A white text box is overlaid on the center of the image.

6. Los partidos en campaña el mes del Orgullo

Foco en los principales partidos



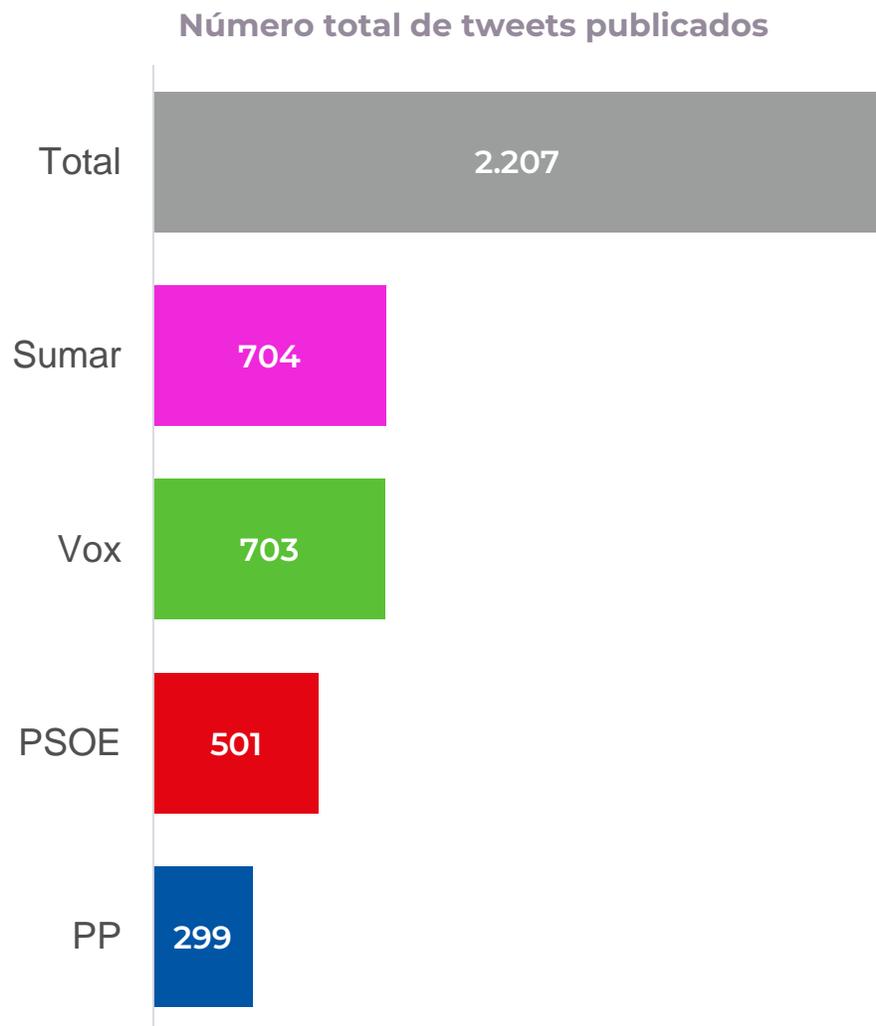
Después de analizar los discursos de odio hacia el Colectivo y el Orgullo en la conversación general, se aborda ahora el análisis de la conversación de los cuatro principales partidos políticos en torno al Colectivo.

Se busca entender los discursos de estas organizaciones a través de sus tweets y de su red ideológicamente afín y contraria, mediante el análisis de los comentarios a esos tweets.

El análisis incluirá la cantidad de interacciones que ha tenido cada partido durante este periodo, en qué medida han mencionado o no al Orgullo y al colectivo LGTBI, y de qué manera lo han hecho. Por último, se examinarán las reacciones a los tweets de los partidos sobre el colectivo LGTBI, atendiendo a los comentarios que han generado.



La campaña política en Twitter



El siguiente gráfico presenta el número total de tweets publicados por los cuatro principales partidos durante el período analizado. De los 2.207 tweet emitidos, apenas 50 hacían referencia al Orgullo, al colectivo LGTBI o a la palabra “trans”.

Sumar realizó un total de 21 referencias tanto sobre la celebración del Orgullo como en relación al colectivo LGTBI y trans.

El PSOE emitió 18 tweets relacionados tanto con el Orgullo como con el colectivo LGTBI, pero ninguno en referencia al colectivo trans.

El PP publicó solo tres tweets explícitos sin hacer mención al colectivo trans.

Por último, todas las menciones de Vox estaban relacionadas con la Ley trans y su intención de derogarla.

Tweets sobre el colectivo de los partidos

Después de analizar los tweets emitidos por los cuatro partidos principales, se pueden identificar distintas posturas respecto al colectivo LGTBI. **Vox es el único partido que se posiciona en contra** del Orgullo y de lo que ellos denominan "lobby LGTBI". El **PP se muestra claramente a favor del colectivo**, incluso publicando un manifiesto de apoyo. **Sumar y el PSOE son los partidos que más respaldan**, de manera clara y constante, al colectivo LGTBI.

 **Partido Popular**
@ppopular

En la defensa de la libertad, la dignidad del ser humano y por el derecho de todos a vivir como deseemos.

 Cada día un paso más y siempre comprometidos con el colectivo LGTBI.

 [Manifiesto del Partido Popular en el #DíadelOrgullo:](#)

 **PSOE**
@PSOE

En este orgullo, un gran arcoíris tomará las calles porque los derechos de las personas LGTBI son derechos humanos. 🌈

Y no vamos a permitir que acaben en la basura.


 **VOX**
@vox_es

 @Santi_ABASCAL se compromete a cambiar el rumbo de España derogando las leyes de la izquierda.

- ✗ Ley sólo sí es sí y ley trans.
- ✗ Ley memoria democrática.
- ✗ Leyes pro-okupas.
- ✗ Ley de "bienestar animal".
- ✗ Leyes que ataquen la vida ...

 **Sumar**
@sumar

 "Nuestro programa apuesta por la universalización de los servicios sociales.

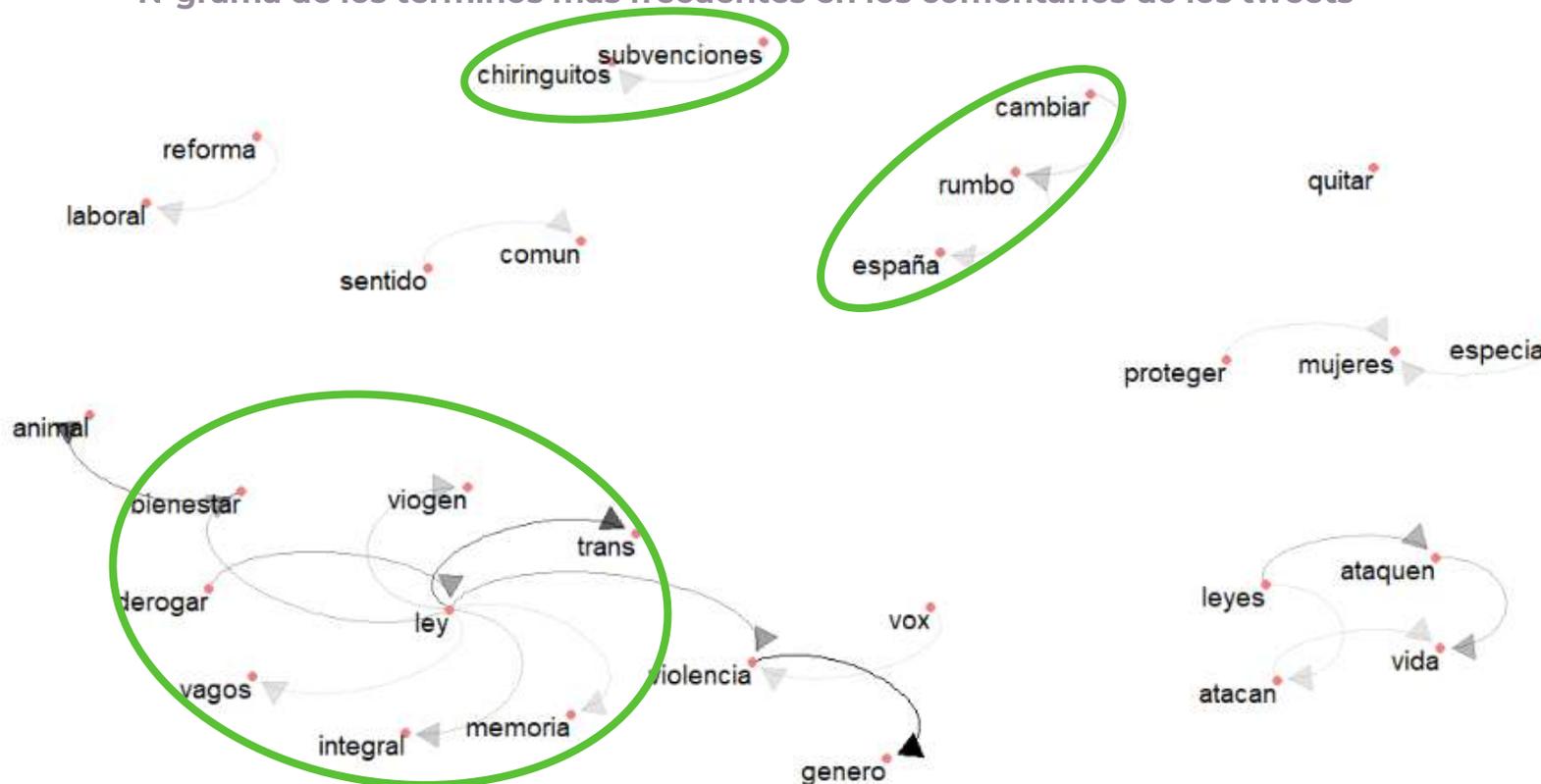
Impulsaremos una revolución de los cuidados y avanzaremos en el reconocimiento de los derechos LGTBI."

 [@_elizabethduval](#) en la presentación de nuestro programa

Comentarios en los tweets de Vox

En relación con los comentarios que han recibido cada uno de los partidos a sus tweets sobre el Orgullo y el colectivo LGTBI, el siguiente gráfico representa las principales **relaciones de palabras en los comentarios a los tweets de Vox**. Todos estos comentarios expresan apoyo a los tweets emitidos, respaldando la derogación de leyes o la necesidad de un cambio de rumbo en España.

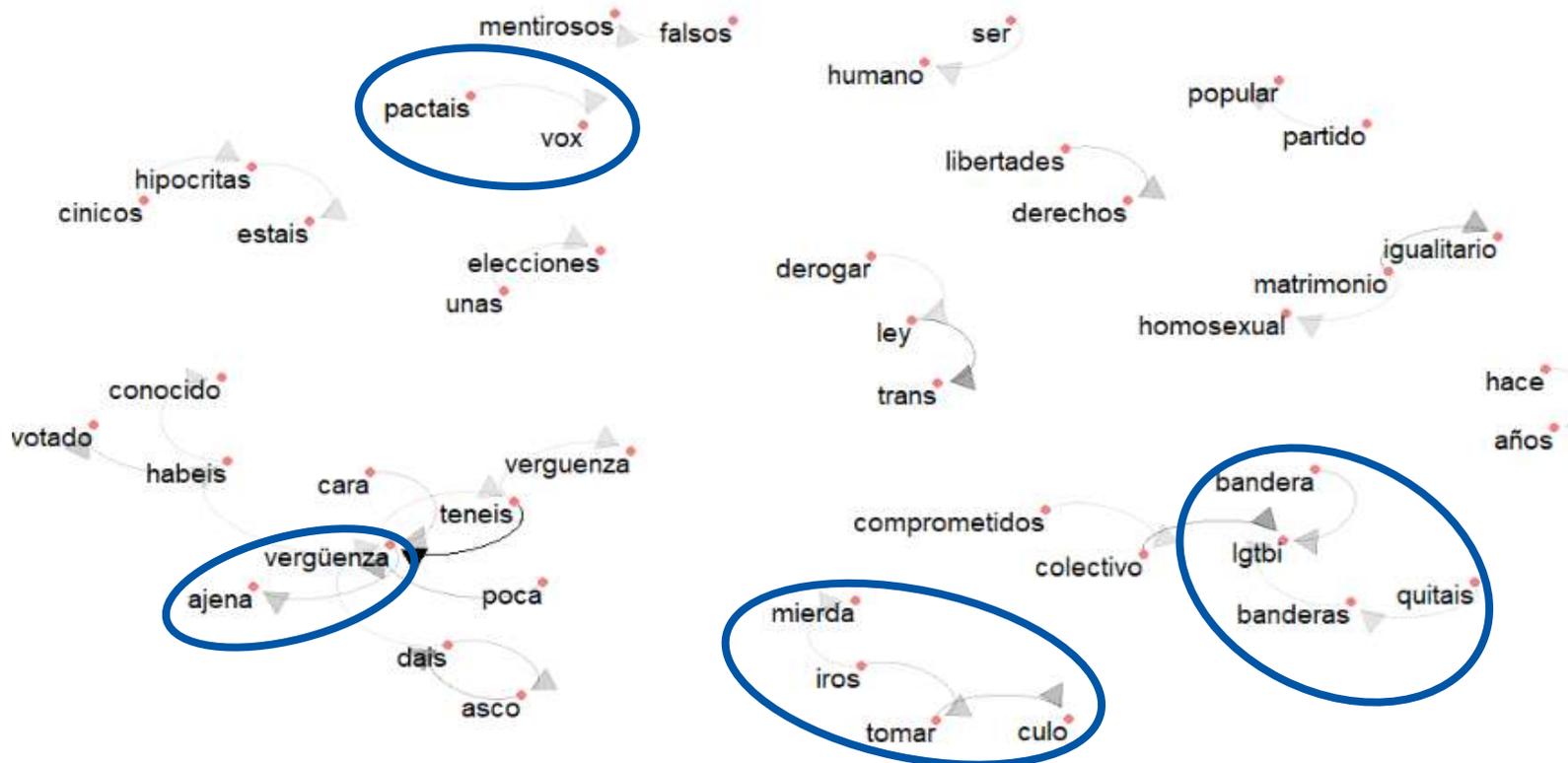
N-grama de los términos más frecuentes en los comentarios de los tweets



Comentarios en los tweets del PP

En el caso de los **comentarios recibidos en los tweets del PP**, la situación es la opuesta a la de Vox. La inmensa mayoría de los comentarios son críticas de los tweets emitidos. Por un lado, las cuentas ideológicamente a la derecha critican el apoyo del PP al colectivo LGTBI. Por otro lado, algunas cuentas de izquierda ponen en cuestión que los populares defiendan al colectivo mientras pactan con Vox retirar las banderas arcoiris de los ayuntamientos.

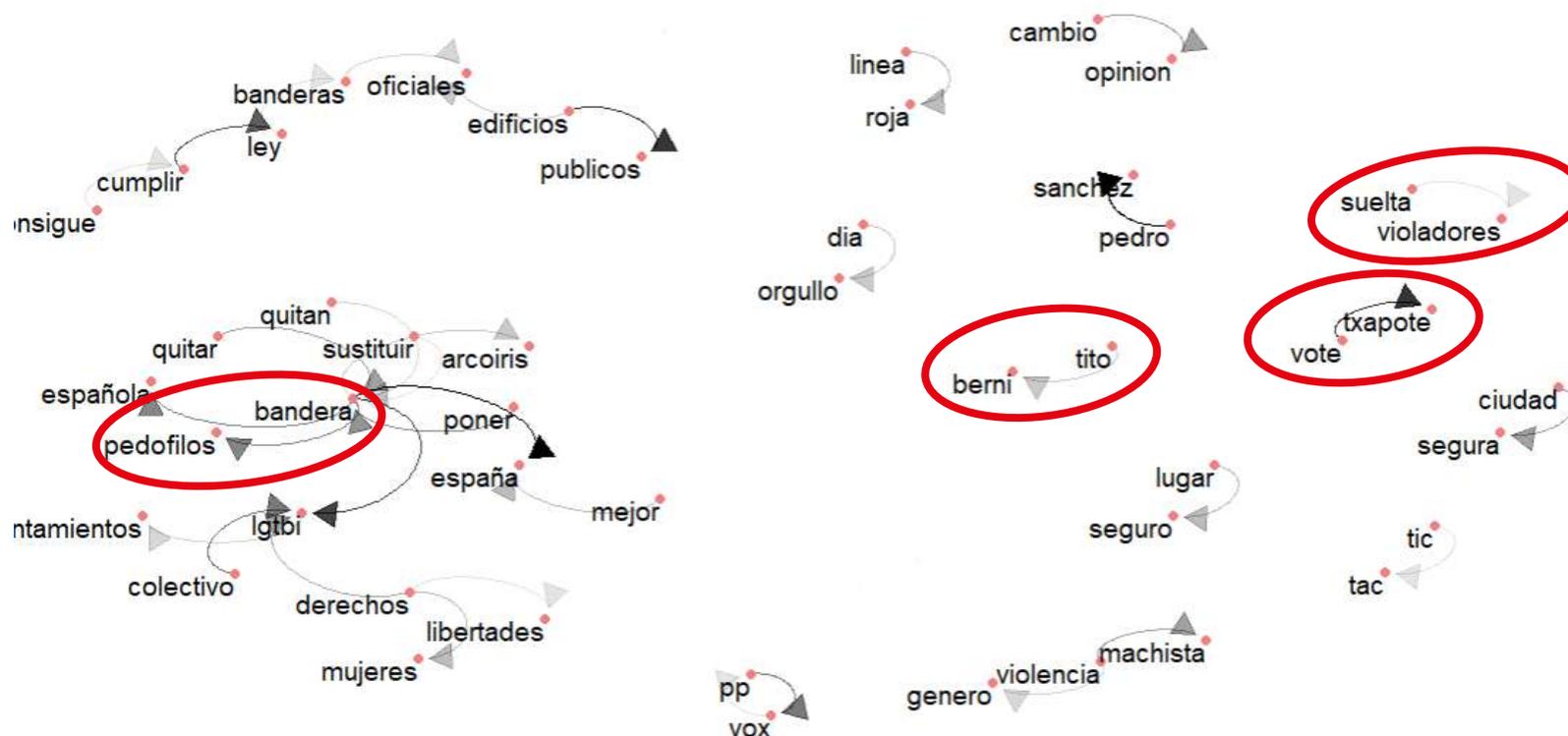
N-grama de los términos más frecuentes en los comentarios de los tweets



Comentarios en los tweets del PSOE

La gran mayoría de los comentarios que reciben los tweets del PSOE relacionados con el Orgullo o el apoyo al colectivo LGTBI son negativos, además de genéricos, pues muchos de ellos no guardan relación con el tweet que se pretende criticar. Estos comentarios provienen de cuentas vinculadas con la extrema derecha y, muchas de ellas, con referencias a Vox en sus perfiles. Al analizar las palabras relacionadas, se puede observar un mensaje contrario al PSOE, muy similar al mensaje de Vox. Se mencionan términos como "tito berni", el "que te vote Txapote", acusaciones de "soltar violadores" o de poner la "bandera de los pedófilos".

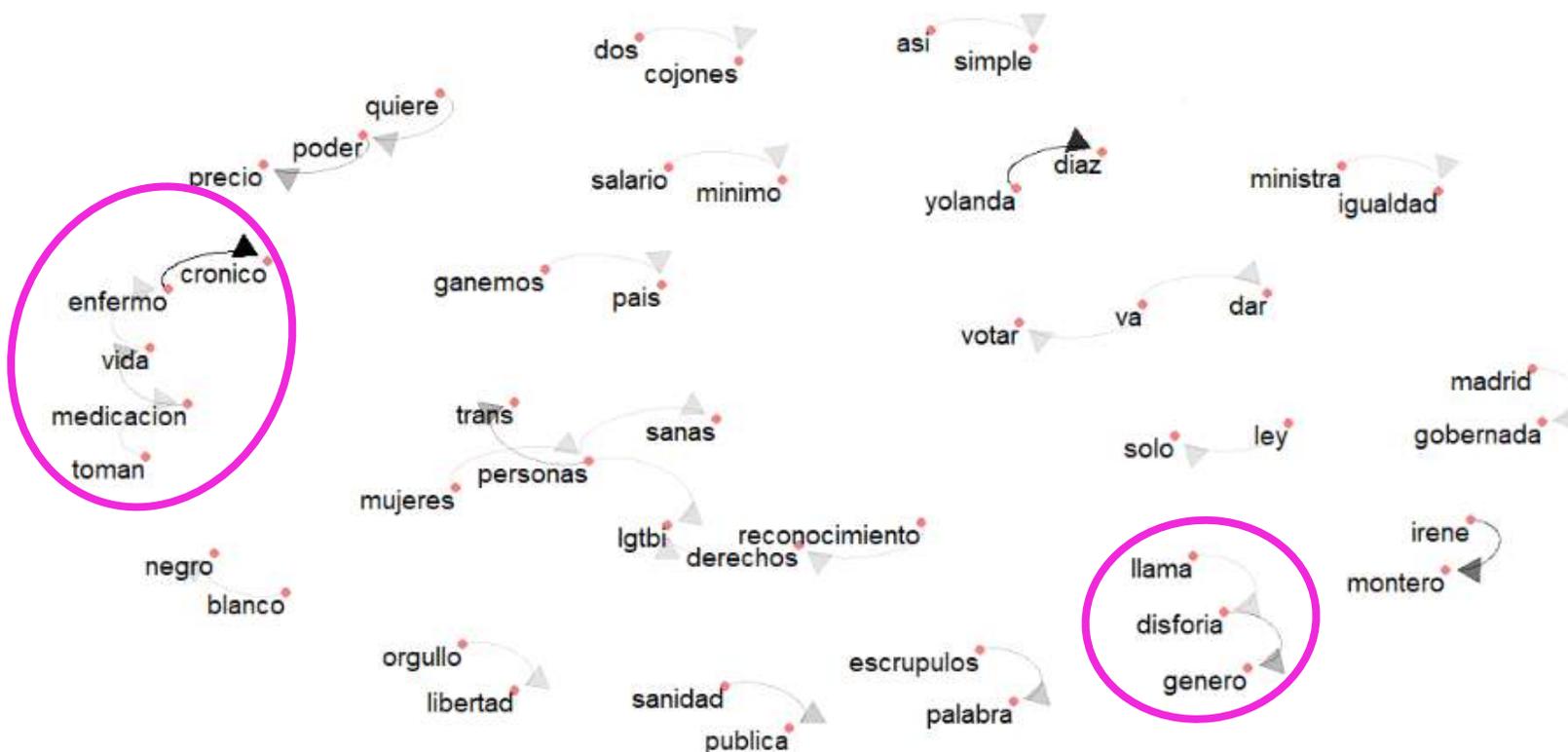
N-grama de los términos más frecuentes en los comentarios de los tweets



Comentarios en los tweets de Sumar

En los comentarios a los tweets de Sumar, ocurre algo similar a lo que sucede con el PSOE. La mayoría **consisten en ataques por parte de cuentas cercanas a Vox** y que comparten su mismo discurso. Sin embargo, a diferencia de los ataques al PSOE, los dirigidos a Sumar también incluyen ataques al colectivo LGTBI. Principalmente, estos ataques se centran en el colectivo trans, utilizando términos como "disforia de género" o "enfermos crónicos".

N-grama de los términos más frecuentes en los comentarios de los tweets



7. Conclusiones



- **El análisis de la conversación en Twitter durante el período que abarca desde el 17 de junio hasta el 20 de julio, coincidiendo con las elecciones generales y el Orgullo, refleja un amplio respaldo al colectivo.**
- **En el estudio de las comunidades identificadas, se han distinguido dos grupos principales: uno mayoritario conformado por cuentas a favor del Orgullo (86%) y otro más reducido en contra del Orgullo (14%).**
- **En relación a los principales tweets emitidos por la comunidad a favor del Orgullo, se observaron numerosos comentarios negativos y críticos. Aunque los ataques a los perfiles institucionales eran mayormente genéricos contra el colectivo, se encontraron mensajes de odio en los comentarios dirigidos a cuentas personales.**
- **En la comunidad en contra del Orgullo, los temas predominantes fueron la polémica relacionada con una persona trans en un supermercado y el debate en el que Solás calificó a Duval como "enferma crónica".**
- **Asimismo, dentro de la comunidad en contra del Orgullo, encontramos dos subcomunidades: la del feminismo trans-excluyente y la de extrema derecha, presentando, ambas, indicios de contener cantidades significativas de cuentas fraudulentas.**
- **En cuanto a las referencias de los partidos políticos al Orgullo y al colectivo LGTBI, estas fueron escasas en el contexto de la campaña. El PSOE y Sumar expresaron su apoyo al colectivo. El PP defendió el Orgullo, mientras que Vox se centró únicamente en el colectivo trans, haciendo referencia a la derogación de la Ley.**

www.felgtbi.org



FELGTBI+

Federación Estatal de Lesbianas, Gais,
Trans, Bisexuales, Intersexuales y más

40dB.

Discursos de odio en Twitter

2023



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE IGUALDAD