

Grado en Estudios Hispánicos

CIESE-Comillas

Año académico 2023/24

La detección de discursos de odio en redes:

La lesbofobia en Twitter, TikTok e Instagram

Trabajo realizado por: Sandra Iglesias de la Huerta

Dirigido por: Santiago González Fuente

AGRADECIMIENTOS

A mi madre y a mi abuela, por los sacrificios, por ser los pilares de mi vida, y el mejor ejemplo de mujer y de persona que jamás podría tener. Os debo lo que soy.

A mis chicas de ambos lados del Cantábrico. A Noemí, Anna, Louise y, en especial, a mi Mary. Por tener más fe en mí que yo misma. Por los años, las risas, las crudas verdades y el amor sin fronteras. Sois lo más bonito que esta vida podría darme.

Al CIESE, por sus enseñanzas, las duras y las livianas. Por descubrirme la pasión por las humanidades, por el aprendizaje, las experiencias y por el crecimiento personal. Si me hubieran dicho que un edificio frente al mar me iba a cambiar tanto en cuatro años...

A mi tutor, Santiago, por los “no te agobies”, por el tesón y la paciencia. Por hacer de este último sprint sonrisas y no lágrimas.

Y, finalmente, a mí misma, por no tirar la toalla. Por hacer a mi pequeña yo sentirse orgullosa. Mira qué lejos hemos llegado, canija.

A todos, de corazón,

Gracias.

RESUMEN

Este Trabajo Fin de Grado analiza las manifestaciones del discurso de odio hacia el colectivo LGTB en las redes sociales Twitter y TikTok, enfocándose específicamente en comentarios negativos en torno a la escena del beso entre dos mujeres en la película *Lightyear*. El corpus, dividido en dos subcorpus, se compone de 193 comentarios, 65 extraídos de Twitter y 128 de TikTok. La metodología combina el análisis cuantitativo, utilizando la herramienta Sketch Engine, y el análisis cualitativo, a través del Análisis Crítico del Discurso. Los resultados de este análisis revelan diferencias significativas en la forma y el contenido del discurso de odio entre ambas plataformas. En Twitter, el discurso es más agresivo y directo, centrándose en la ideología política, mientras que en TikTok se enfoca más en la influencia sobre los niños y contiene un alto contenido religioso. Ambos entornos muestran un uso variado de emoticonos que refuerzan los mensajes de odio, aunque TikTok presenta un uso más frecuente y diverso. El estudio concluye que, a pesar de las diferencias entre plataformas, existe un alto grado de *LGTFobia* y odio en ambas, con variaciones en el enfoque y la intensidad del discurso.

PALABRAS CLAVE Lingüística, Lingüística forense, Lingüística de corpus, Análisis del discurso, Discurso de odio, *LGTFobia*, *Lesbofobia* Redes sociales, Twitter, TikTok

ABSTRACT

This study analyzes manifestations of hate speech towards the LGBT community on social networks Twitter and TikTok, specifically focusing on negative comments regarding the scene of the kiss between two women in the movie *Lightyear*. The corpus, divided into two subcorpora, consists of 193 comments, 65 extracted from Twitter and 128 from TikTok. The methodology combines quantitative analysis, using the Sketch Engine tool, and qualitative analysis, through Critical Discourse Analysis. The results of this analysis reveal significant differences in the form and content of hate speech between the two platforms. On Twitter, the speech is more aggressive and direct, focusing on political ideology, while on TikTok, it is more focused on the influence on children and contains a high religious content. Both environments show a varied use of emojis that reinforce hate messages, although TikTok presents a more frequent and diverse use. The study concludes that despite the differences between platforms, there is a high degree of LGBT-phobia and hate in both, with variations in the focus and intensity of the speech.

KEYWORDS Linguistics, Forensic linguistics, Corpus linguistics, Discourse analysis, Hate speech, LGBT-phobia, Lesbophobia, Social media, Twitter, TikTok.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. INTRODUCCIÓN	4
2. MARCO TEÓRICO	6
2.1. La LGTBfobia y la lesbofobia	6
2.1.1 Evolución e historia de los términos	6
2.1.2. La LGTBfobia en redes	8
2.2. El discurso de odio en redes sociales	9
2.2.1. Tipificación legal del discurso de odio	10
2.2.1.1 Caracterización del discurso de odio desde la lingüística forense	11
2.2.2. El discurso de odio online	13
2.2.2.1. La escritura digital	14
2.2.2.2. Los entornos discursivos: Twitter y TikTok	16
2.3. Estado de la cuestión	19
3. METODOLOGÍA	21
3.1 Enfoque metodológico: Análisis Crítico del Discurso y Lingüística de Corpus	22
3.2 Materiales: diseño del corpus	22
3.3. Procedimiento de análisis	24
3.3.1 Análisis cualitativo	25
3.3.2 Análisis cuantitativo	26
4. RESULTADOS	27
4.1 Resultados del análisis cualitativo	27
4.2 Resultados del análisis cuantitativo	31
5. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	44
6. REFERENCIAS	48
7. ANEXOS	54
7.1 Anexo 1: Corpus de Twitter	54
7.2 Anexo 2: Corpus de TikTok	57

1. INTRODUCCIÓN

Este Trabajo Final de Grado (a partir de ahora, TFG) se inscribe en el campo de los estudios del discurso, utilizando enfoques teóricos y metodológicos del Análisis Crítico del Discurso y de la Lingüística de Corpus. En particular, se analiza la producción de textos en línea con alto contenido de odio hacia otros usuarios, conocidos como “discursos de odio” o “discursos intimidatorios”. El estudio se centra en los mensajes de odio dirigidos a la comunidad LGTB, y en particular a las mujeres homosexuales, en dos redes sociales: Twitter y TikTok¹.

La discriminación por cuestiones de sexualidad también se manifiesta en el contexto de las redes sociales, espacios clave en la comunicación del siglo XXI. La *LGTBfobia* es una problemática social que afecta a personas de todas las edades, clases sociales y culturas, y ha permeado los espacios *online*. En las últimas décadas, numerosos estudios han abordado el odio en redes contra la comunidad LGBT con el objetivo de encontrar soluciones (Lizette Martínez Valerio, 2022; Mercedes Ramírez Salado, 2022; Beatriz Rivera-Martín et al., 2022; entre otros).

Dicho esto, la mayoría de los estudios hasta ahora realizados se centran en Twitter e Instagram como sus fuentes, debido a su popularidad. Sin embargo, la llegada de nuevas plataformas sociales *mainstream*, como Tiktok, ha generado la necesidad de más investigaciones que indaguen en la forma que adoptan los discursos de odio en las mismas. De igual modo, se han dedicado muy pocas investigaciones a la comparación de los discursos intimidatorios, enfoque que puede ayudar a perfilar mejor las características de los discursos de odio en las distintas plataformas.

Así, este TFG tiene como objetivos principales, por un lado, contribuir a la caracterización lingüística de los discursos de odio en las redes sociales y, por otro, explorar los procesos de producción e interpretación de estos mensajes en relación con sus características lingüísticas. Junto a estos dos objetivos principales, se abordarán otros de carácter más específico, consistentes en elaborar un marco teórico ajustado y un estado de la cuestión pertinente sobre las nociones de discurso de odio en el entorno *online*; crear un corpus de textos de este tipo de discurso encontrados en dos de las redes sociales Twitter y TikTok; diseñar una metodología cualitativa y cuantitativa que

¹ A pesar de que en el título del TFG aparece una tercera red social, “Instagram”, esta fue finalmente descartada debido a cuestiones metodológicas. Al no darse las circunstancias necesarias para que el título del TFG fuese modificado de manera oficial (la decisión se tomó posteriormente a la fecha límite para solicitar el cambio de título), existe ese pequeño *décalage* entre el título del TFG y el contenido. Lamentamos mucho la —segura— confusión que este hecho pueda generar, por eso queremos dejar claro este punto desde el inicio.

permita el análisis del corpus, y, por último, cuantificar y comparar el número, la forma y el contenido de los textos recogidos en las redes sociales seleccionadas.

Para ello, se ha diseñado, recogido y anotado un corpus de 193 comentarios negativos hacia el colectivo LGTB extraídos de las redes sociales TikTok y Twitter. El análisis se dividió en dos partes: cualitativa, basada en el Análisis Crítico del Discurso, y cuantitativa, siguiendo la metodología de la Lingüística de Corpus y empleando la herramienta de análisis *Sketch Engine*.

Por último, en cuanto a la estructura, este estudio está dividido en cuatro partes, cada una con varios subapartados. En primer lugar, se presentará el bloque teórico, donde se explicarán los conceptos clave necesarios para comprender el estudio. Aquí se abordará la evolución e historia de los términos *LGTBfobia* y *lesbofobia*, así como su presencia en el mundo virtual. También se tratará el discurso de odio: su impacto en la red, tipificación legal, caracterización desde la lingüística forense y su forma lingüística en el marco de la escritura digital, enfocándose en las redes sociales Twitter y TikTok. Además, se incluirá un estado de la cuestión que recopilará algunos de los estudios previos más relevantes que han abordado el tema en cuestión (el discurso de odio sobre la comunidad homosexual) en ese espacio concreto (las redes sociales).

En segundo lugar, se detallará la metodología empleada, con sus correspondientes apartados: enfoque metodológico, donde se expondrán los marcos metodológicos adoptados (Análisis Crítico del Discurso y Lingüística de Corpus); diseño del corpus y, finalmente, el procedimiento de análisis, que incluirá una exposición clara de la metodología empleada en los análisis cualitativo y cuantitativo.

Los resultados se tratarán en el tercer apartado, donde se presentarán detalladamente los datos cualitativos y cuantitativos obtenidos. En esta sección, se ofrecerá un análisis exhaustivo de las cifras y tendencias detectadas, así como una interpretación de los patrones lingüísticos y discursivos observados en los mensajes de odio analizados.

Finalmente, en el último apartado se abordarán la discusión y las conclusiones. Aquí se pondrán en relación los resultados obtenidos con el marco teórico y el estado de la cuestión previamente expuesto. Además, se discutirá el impacto de los hallazgos en el contexto más amplio de los estudios del discurso y de la lingüística de corpus, así como sus implicaciones para futuras investigaciones sobre el discurso de odio en redes sociales. Asimismo, se considerarán las limitaciones del estudio y se sugerirán posibles

vías para investigaciones futuras, con el objetivo de continuar profundizando en la comprensión de los discursos de odio en el entorno digital.

2. MARCO TEÓRICO

Como se ha indicado en la introducción, el marco teórico se divide en dos grandes bloques que organizan los distintos ámbitos teóricos y metodológicos de este TFG. El objeto central de estudio es el discurso de odio, pero también se incluyen otros ámbitos importantes como la sociolingüística, la lingüística forense y la escritura digital.

El primer bloque (2.1. La *LGTBfobia* y la *lesbofobia*) aborda la aparición de ambos términos y su repercusión histórica, política y social, así como su impacto en el mundo *online*.

El segundo bloque (2.2. El discurso de odio) se enmarca dentro de los estudios de Análisis del Discurso y se centra en el discurso de odio, especialmente en redes sociales. Se presentará desde las disciplinas que condicionan su estudio: primero se expondrá su tipificación legal, luego se indagará en la perspectiva de la lingüística forense y, por último, se profundizará en la escritura digital y en los entornos discursivos propuestos (Twitter y Tiktok).

2.1. La *LGTBfobia* y la *lesbofobia*

Como se acaba de explicar, el marco teórico de este estudio comienza mostrando la evolución de los términos centrales (*LGTBfobia* y *lesbofobia*) y su relación con la sociedad que los crea, para después exponer las características especiales que toman estas conductas en las redes sociales. En otras palabras, esta primera parte del marco teórico aborda estos dos fenómenos desde un punto de vista general, es decir, socio-histórico, y desde un punto de vista particular, su proyección en las redes sociales.

2.1.1 Evolución e historia de los términos

En 1960, el psicólogo George Weinberg acuñó el término homofobia, derivado de “homosexualidad” y “fobia”. Inicialmente, lo definió como el miedo a estar cerca de homosexuales. Casi una década más tarde, en 1969, la revista *Time* publicó su artículo “Homophobic Panic” (Ventriglio et al., 2021) y en 1972, Weinberg expandió la definición de “homofobia” en su libro *Society and the Healthy Homosexual*. Esta vez, incluyó la consideración de la homofobia como una enfermedad que provocaba un comportamiento ilógico de evasión o el deseo de destruir el estímulo causante del terror (Weinberg, 1972).

En la década de los 2000, surgió la Teoría *Queer*, que trajo consigo una explosión de términos destinados a visibilizar la discriminación y violencia hacia las personas no heteronormativas (Lorenzo Castellanos, 2022). Esta teoría tiene sus inicios en los Estados Unidos de los 80, con nuevos estudios sobre sexualidad, la tolerancia de la homosexualidad en civilizaciones antiguas y el surgimiento de otros movimientos sociales como el feminismo o la lucha contra el SIDA. La Teoría *Queer* recopila las diferencias sexuales y deconstruye identidades estigmatizadas, afirmando el derecho a la existencia de variedades sexuales (Fonseca Hernández y Quintero Soto, 2009).

De esta teoría surgieron términos como *lesbofobia* (repudio hacia las lesbianas), *homofobia* (aversión hacia los gays), *transfobia* (rechazo hacia las personas transgénero) y *bifobia* (miedo a las personas bisexuales), entre otros. Para englobar todas estas formas de rechazo, se creó el término *LGTBfobia*, que se entiende como el desprecio y odio hacia las personas del colectivo LGTB, es decir, aquellos que no cumplen roles de género o sexuales normativos (Muñoz León, 2016).

Dentro de estas etiquetas, resalta la *lesbofobia*, que se refiere a la discriminación hacia las lesbianas. Cabe esclarecer que en este trabajo, el término *lesbiana* y, por ende, *lesbofobia*, se utilizará para referirse a cualquier acto amoroso entre dos mujeres, independientemente de su sexualidad específica.

Según el Observatorio Andaluz contra la Homofobia, Bifobia y Transfobia (2022), la *lesbofobia* es “toda aquella discriminación psicológica, física o verbal, rechazo u odio hacia personas que se identifican como lesbianas”. Este tipo de discriminación representa una doble opresión: por ser mujeres y por no ser heterosexuales (Alfarache Lorenzo, 2010). Este proceso de estigmatización está marcado tanto por el sexismo como por la homofobia (Council of Europe, s.f.).

La *lesbofobia*, como la *LGTBfobia*, es estructural al sistema de géneros dominantes y opera en cinco niveles: personal, interpersonal, institucional, cultural y moral. Estos niveles incluyen creencias y prejuicios que definen a las personas homosexuales como perturbadas mentales, discriminación en relaciones interpersonales, prácticas sistemáticas de discriminación, normas sociales y códigos de conducta que crean discriminación y normas morales que desmoralizan prácticas no normativas (Lorenzo Castellanos, 2022).

Estas actitudes no son inherentes al ser humano, sino que se aprenden a partir del rechazo. De este modo, se identifican dos tipos de *LGTBfobia* y *lesbofobia*: la

aprendida, transmitida culturalmente, y la interiorizada, que proviene del inconsciente del individuo (Gonzalo Manjón, 2019).

En resumen, la *LGTBfobia* recoge todas aquellas actitudes de animadversión hacia individuos con sexualidades contra-hegemónicas (Giribuela, 2020), conduciendo a la hostilidad y, por ende, a la violencia, que puede ser física, sexual o psicológica (Lorenzo Castellanos, 2022), en la que se encuadra el discurso de odio, objeto de estudio. Además, la aparición de las redes sociales ha creado un espacio adicional para esta forma de odio, lo que se ilustra en el siguiente apartado.

2.1.2. La *LGTBfobia* en redes

Según el informe *Discurso de Odio y Orgullo LGTBIQ+ en la conversación digital* realizado en 2023 por la consultora LLYC, los ataques de odio a personas LGBT aumentaron un 132% entre 2019 y 2022. Otros estudios internacionales también destacan el odio que sufre el colectivo en redes sociales. Por ejemplo, el proyecto *Speak Out* y el informe *Annual Digital Youth Index* indican que el 70% de las personas LGTB han sufrido ataques homófobos en redes y que los jóvenes del colectivo tienen el doble de probabilidades de ser víctimas de discurso de odio (González Natal y Hernández, 2023).

Además, LLYC muestra que la conversación favorable al colectivo se ha reducido al mínimo, con el 53.5% de los mensajes a favor y el 43.5% en contra. En España, los mensajes a favor han decaído un 15.85%, aunque el país se mantiene en la lista de los más *LGTBfriendly*. También se ha registrado un aumento de *LGTBfobia online* en otros países como Estados Unidos, Brasil, Chile y Ecuador, con un crecimiento del 10% en mensajes homófobos y una caída del 40% en mensajes de apoyo (González Natal & Hernández, 2023).

Por tanto, el aumento de la *LGTBfobia online* es un desafío para la sociedad actual, dado que la conectividad permanente facilita la difusión del odio. Internet ha transformado la homofobia en una preocupación social por su alcance de difusión (Martínez Valerio, 2022). Estudios como los de María Luz Congosto Martínez y Pablo Aragón (2012) sobre Twitter, o la investigación de Antonia Olmos Alcaraz y su equipo (2020) sobre el racismo en redes, confirman una relación entre el mundo *online* y *offline*, pudiendo predecir conductas sociales a partir de los mensajes publicados en redes.

Por consiguiente, parece que el mundo *online* refleja las problemáticas del mundo real, como se discernirá en apartados posteriores, reproduciendo la normatividad existente y el rechazo a lo no normativo (de Abreu, 2014). Esto es problemático, ya que para el colectivo LGTB, las plataformas digitales han sido una forma de evasión de los roles heterosexistas del mundo analógico. Estas plataformas, dentro de la actitud *queer*, conforman espacios sociales de experimentación y transformación gracias a la fluidez de ciberculturas e identidades que transitan en ellas (de Abreu, 2014). Como indica Beatriz Preciado (2005), en la red “las minorías sexuales se convierten en multitudes” (pág.160), en consecuencia el ciberodio hacia las personas LGBT no solo supone un ataque al individuo, sino también una amenaza al espacio seguro creado.

A modo de recapitulación de este primer bloque, es conveniente recordar algunos aspectos tratados en él. Para comenzar, el término *LGTBfobia* surgió en los años 2000 a raíz de la Teoría *Queer* para definir a las conductas discriminatorias hacia las personas del colectivo LGTB, es decir, hacia las personas no heteronormativas. Una de las formas específicas de *LGTBfobia* es la *lesbofobia*, la cual se dirige a las lesbianas o mujeres con relaciones sexoafectivas con otras mujeres. En adición, tanto la *LGTBfobia* como la *lesbofobia* pueden operar en cinco niveles: personal, interpersonal, institucional, cultural y moral, y pueden ser aprendidas o interiorizadas.

En esta misma línea, la discriminación de personas LGTB en el mundo analógico ha permeado a lo digital. El informe de la consultora LLYC revelaba un incremento del 132% en ataques de odio hacia personas LGBT entre 2019 y 2022. Asimismo, múltiples estudios internacionales corroboran que una gran parte del colectivo ha sufrido ataques homófobos en redes, además de que los mensajes homófobos han aumentado, especialmente en países como Estados Unidos, Brasil, Chile y Ecuador.

Este aumento de *LGTBfobia online* afecta a las plataformas sociales que anteriormente servían como espacios seguros para el colectivo LGTB, por lo que la presencia de odio hacia personas no heteronormativas supone no solo un ataque a individuos, sino también una amenaza a esos espacios de experimentación y transformación.

2.2. El discurso de odio en redes sociales

Los comentarios *LGTBfóbicos*, en su gran mayoría, dan lugar a actos de odio y ciberodio, como se acaba de exponer. Por tanto, a continuación se pondrá el foco en estos mensajes violentos. Para comenzar, se introducirá qué se considera un acto de odio

y qué hace la ley para prevenirlos o sancionarlos. Después, debido a la colisión entre lengua y leyes que se da al hablar de discursos de odio, se dedicará un epígrafe a la figura de la lingüística forense en tanto al discurso de odio. Finalmente, se verá cómo el discurso de odio se traduce al mundo *online*.

2.2.1. Tipificación legal del discurso de odio

La expresión “discurso de odio” deriva de la traducción directa del término inglés *hate speech*, formado a su vez del concepto de “*hate crime*” o “crimen de odio” (Kaufman, 2015). Por su lado, el Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua define “odio” como la “antipatía y aversión hacia algo o hacia alguien cuyo mal se desea.” Por ende, un crimen de odio constata un acto delictivo consecuencia del rechazo hacia la víctima e impulsado por el deseo de un mal hacia ella (Díaz, s.f.).

Asimismo, el discurso de odio no es más que una de las muchas formas en las que puede mutar el delito de odio; en este caso, con el objetivo particular de provocar un daño lingüístico en un grupo social determinado (Esquivel Alonso, 2016). Según Kaufman (2015), un discurso solo puede ser considerado discurso de odio si se ajusta a los siguientes parámetros:

1. Debe atacar a un grupo en situación de vulnerabilidad tipificado.
2. Debe agredir o humillar a los símbolos representativos de dicho grupo.
3. Debe comprender la intención de humillar o excluir.

En la mayoría de los casos, las expresiones de odio son la punta del iceberg de un conflicto social más profundo, normalmente marcado por la discriminación hacia un grupo específico de personas.

Conforme al artículo primero del C111 de la Organización Internacional de Trabajo (1958), la discriminación es “cualquier distinción, exclusión o preferencia basada en motivos de raza, color, sexo, religión, opinión política, ascendencia nacional u origen social que tenga por efecto anular o alterar la igualdad de oportunidades o de trato”. De acuerdo con esta definición, las expresiones discriminatorias pueden provocar dolor, humillación o violencia, así como afectar a la dignidad de las personas contra las que se profieren (Esquivel Alonso, 2016). En otras palabras, el discurso de odio tiene la potestad de silenciar o subordinar a aquellos grupos originalmente discriminados.

Dicho esto, penar los discursos de odio puede ser considerado una coartación del derecho de libertad de expresión. La Constitución Española (1978) recoge en su artículo 20 que “se reconocen y protegen los derechos a expresar y difundir libremente los

pensamientos, ideas y opiniones mediante la palabra, el escrito o cualquier otro medio de reproducción.” con la restricción de que estas libertades “tienen su límite en el respeto a los derechos reconocidos en este Título, en los preceptos de las leyes que lo desarrollen y, especialmente, en el derecho al honor, a la intimidad, a la propia imagen y a la protección de la juventud y de la infancia”.

Por tanto, la libertad de expresión debe entenderse como la posibilidad de expresar todo pensamiento, sentimiento o idea, siempre y cuando no trate de instigar violencia, discriminación u hostilidad (Organización de las Naciones Unidas, 2019). Dentro de estas últimas se encuadra el discurso de odio el cual ,en España, está especificado como delito propio, por lo que cuenta con un tipo penal particular (Grau Álvarez, 2021).

En conclusión, el discurso de odio es un acto delictivo, motivado por el rechazo a un cierto grupo social y el deseo de damnificar a la víctima. Además, es un medidor de la discriminación, ya que refleja conflictos sociales profundos como el racismo, la xenofobia, la misoginia o la *LGTBfobia*, entre otros. Asimismo, este tipo de violencia, que en primera instancia busca el daño lingüístico, puede llegar a la violencia física; en consecuencia, en España, el discurso de odio está penalizado como delito propio. Dicho esto, a continuación se presentará la lingüística forense, una de las ciencias claves a la hora de ayudar a discernir la tipificación del delito de odio, así como a su identificación.

2.2.1.1 Caracterización del discurso de odio desde la lingüística forense

El discurso de odio es un punto de convergencia entre el ámbito legal y el análisis del discurso, debido a que el uso de determinadas expresiones en ciertos contextos se encuentran penadas. De la confluencia del Derecho y la Lingüística nació la Lingüística Forense, encargada del análisis de la lengua judicial entre la que se encuentran las expresiones de odio o discurso de odio.

Esta disciplina de la Lingüística Aplicada tiene su origen en 1949 con la publicación de *Language and the Law: the Semantics of Forensic English* por el estadounidense Philbrick. Este documento, aunque no inicia la disciplina, es el primero en utilizar el término *forensic english* como forma de nombrar al uso de la lengua, en este caso inglesa, con finalidades judiciales o forenses.

Veinte años más tarde, Jan Svartvik inaugura la disciplina gracias a su metodología en el Caso Evans en el cual las incoherencias de parecido gramatical entre

las cartas del acusado y las encontradas en la escena del crimen probaron la inocencia del primero. No obstante, aunque la aparición de la Lingüística Forense se atribuye a los años 60 del siglo pasado, la integración de la disciplina no se llevó completamente a cabo hasta los años 90 (Coulthard y Johnson, 2007).

Los campos de estudio de la Lingüística Forense son tres: el ámbito jurídico, centrado en las leyes como género discursivo, el ámbito judicial, a través del cual se aborda el lenguaje utilizado por los miembros de un juicio, y el lenguaje probatorio que se ocupa del análisis de las pruebas lingüísticas en distintos niveles de la lengua (Universitat de Girona, 2022).

Una vez presentado el discurso de odio desde una perspectiva jurídica y la Lingüística Forense como rama de estudio, se procederá a la tipificación de los discursos intimidatorios desde esa ciencia.

Para comenzar, es innegable la relación que existe entre las ideologías y el propio discurso. Como indica Van Dijk en su libro *Ideology: A Multidisciplinary Approach* (1998), las ideologías son las creencias fundamentales que subyacen en las representaciones sociales compartidas por tipos específicos de grupos sociales.

Además, añade que el discurso es la base por la que dichas ideologías se expanden y adquieren. Según el autor, la proyección de las posturas ideológicas sobre el discurso se basan, en parte, en la polarización de las descripciones. Conforme a esta teoría, las descripciones positivas se reservan para el propio grupo del hablante, mientras que las negativas se usan para referirse al otro. Este concepto se hace latente no solo por medios proposicionales como los temas o los significados, sino también por otras marcas discursivas que enfatizan que las características del endogrupo son buenas, frente a las del exogrupo que son malas (Van Dijk, 1998).

No obstante, no todas las estructuras del discurso están marcadas ideológicamente. La influencia mayor o menor de estas creencias depende, en gran medida, del contexto —entorno lingüístico del cual depende el sentido y el valor de una palabra, frase o fragmento (Real Academia Española de la Lengua, s.f.)— en el que se incluyen los modelos mentales subjetivos que pueden contener trazas ideológicas (Van Dijk, 1998).

Por consiguiente, se puede considerar al discurso de odio como una consecuencia directa de la confluencia entre ideologías, que, como consecuencia, da lugar a discrepancias sociales. Además, Casado Velarde (2008) añade que la verdadera naturaleza del discurso de odio es la manipulación lingüística con fines de manipulación

de ideas. De igual modo, Fernández Smith (2009) contempla al discurso de odio como la materialización de una forma de comunicación enfocada al público general y de una competencia discursiva que se sustenta en la teoría de la adecuación textual —propiedad por la que un texto se adapta a su contexto discursivo (Instituto Cervantes, s.f.)—.

Como resultado, el discurso guarda una relación cercana con el emisor y con la intencionalidad del mismo, además de depender de la interpretación que recibe por parte de su receptor gracias al contexto (De Beaugrande y Dressler, 1981). En otras palabras, y como ya indicaba Van Dijk (1998), el discurso de odio no solo apela al endogrupo, sino que apela al exogrupo al que se refiere. En consecuencia, este tipo de discurso debe ser interpretado como la materialización de las relaciones de poder dentro del contexto histórico-social en el que se pronuncia con la peculiaridad de que su carga ideológica debe de ser negativa (Esquivel Alonso, 2016).

En definitiva, el discurso de odio es objeto de estudio de la Lingüística Forense, debido a que ambas aúnan el Derecho y el Análisis del Discurso. Terminantemente, el discurso intimidatorio es un medio hostil de expansión de ideologías por lo que depende del emisor, la intencionalidad y la interpretación del receptor en su contexto. Como a continuación se expondrá, estas ideologías permean del mundo real al mundo *online*, dando lugar al ciberodio, sujeto de estudio de esta investigación.

2.2.2. El discurso de odio *online*

Tras haber presentado las características generales del discurso de odio, se procederá a enmarcarlo en el contexto en el que va a ser estudiado: las redes sociales.

La introducción de las redes sociales a las formas de relación humanas parece haber producido un efecto democratizador en los mismos (Caldevilla Domínguez, 2009). Dicho esto, aún existe la denominada brecha digital la cual, según Cruz Roja (s.f.), “hace referencia a la desigualdad en el acceso, uso o impacto de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) entre grupos sociales” y que afecta a estos grupos “en base a criterios económicos, geográficos, de género, de edad o culturales”.

La brecha digital es así una prueba de que las fronteras entre el mundo real y el virtual son permeables, como ya se ha visto en apartados anteriores (Olmos Alcaraz et al., 2020). En este contexto en el que las desigualdades que acechan en la realidad se filtran a la red, se ha fomentado el interés por la investigación de los discursos de odio en redes (Ramírez Salado, 2022).

La durabilidad de los contenidos, la conexión masificada, el anonimato o la inmediatez son particularidades que, junto con muchas otras, hacen del discurso de odio en redes todo un desafío (Isasi y Juanatey, 2017). En primer lugar, la hiperconectividad permite que la comunicación que antes estaba limitada al ámbito privado se haya masificado; es decir, cualquier usuario es capaz de emitir un mensaje a una gran audiencia y recibir apoyo de la misma (Isasi y Juanatey, 2017). Por tanto, estos espacios digitales propician el encuentro de comunidades cargadas de odio que en la realidad tangible son incapaces de expresarse con la misma libertad (Olmos Alcaraz et al., 2020).

En segundo lugar, los contextos de inmediatez animan a la desaparición de la “corrección política” al carecer de una figura moderadora que limite las conductas violentas. Además, la falta de represalias impulsa a que el nivel de planificación de los mensajes sea menor, por lo que el odio se extremiza (Olmos Alcaraz et al., 2020). Por último, el anonimato se relaciona con la construcción de identidades digitales. En redes, el usuario se crea a sí mismo como un personaje a través de seudónimos, alias o avatares que dificultan la persecución del discurso de odio (Isasi y Juanatey, 2017). En consecuencia, la carencia de sanción social permite la expresión sin tapujos, lo que alienta la aparición de mensajes hostiles (Olmos Alcaraz et al., 2020).

En pocas palabras, aunque las redes sociales han democratizado la comunicación, también han sido partícipes de la expansión del odio. Esto se debe tanto a la brecha digital, como a la filtración de las desigualdades reales en el mundo *online*. Las redes sociales facilitan la propagación del discurso de odio debido a características como la durabilidad de los contenidos, la conexión masificada, el anonimato o la inmediatez. Por ello, es esencial conocer cómo se comunican los usuarios en estas plataformas; en el apartado que sigue se indagará en esta cuestión.

2.2.2.1. La escritura digital

Las redes sociales conforman un contexto comunicativo distinto al que se da en el mundo analógico, en especial del que se da en la comunicación oral: el canal, la distancia temporal entre hablantes y la información contextual difieren (Díaz Pérez, 2014). Crystal (2002) indica que la nueva forma de comunicarse en redes ha derivado en un “lenguaje escrito que se ha estirado en dirección al habla” (pág.62).

El *Netspeak*, forma con la que Crystal denomina a este lenguaje, se trata, por tanto, de un híbrido entre la comunicación oral y la escrita; un texto oralizado, en términos de Yus (2003). Pese a ser escrito, o más bien tecleado, el discurso digital

carece de revisión, ya que el usuario lo redacta “sin filtro” aunque tiene la oportunidad de revisar dicho enunciado (Campillo Muñoz, 2016).

Además de la aparición de nuevos textos híbridos, la digitalización ha producido la aparición de nuevos géneros discursivos, de nuevos contextos comunicativos y de un nuevo lenguaje virtual.

En tanto a los géneros textuales, se pueden distinguir dos grandes grupos, dependiendo de si los interlocutores interactúan en tiempo real o no: sincrónicos y asincrónicos. Los primeros, entre los que se encuentran los chats o los metaversos, permiten mayor rapidez en el intercambio de turnos frente a los segundos (correo electrónico o foros) que al ser de mayor extensión, sus turnos están más alejados en el tiempo (Cassany, 2003).

Acerca de los contextos comunicativos, se debe reiterar lo ya mostrado en el apartado anterior sobre el anonimato y otras cuestiones. Como se ha visto, Internet favorece la construcción por parte del usuario, de forma consciente o no, de una identidad virtual para presentarse en la red. La posibilidad de controlar como el individuo se muestra al mundo —o su *face* en el sentido de Goffman (1982)— permite que los usuarios elaboren identidades según sus intereses. En adición, Internet carece de roles que guíen la comunicación, o mediadores como ya se indicó, lo que causa que no sea extraño que se violen las normas sociales de comportamiento (Cassany, 2003).

Por último, con la creación de nuevos géneros aparecen nuevas formas lingüísticas. La digitalización favorece la integración de múltiples formas de representación del conocimiento (texto, audio, vídeo, imagen...) de manera que el discurso toma una forma multimedial (Cassany, 2003). Aún así, las particularidades que tiene el discurso en línea son más evidentes en los planos léxico y ortotipográfico.

Como consecuencia de las características propias de la comunicación digital (rapidez de teclado, espontaneidad o instantaneidad) es frecuente la eliminación de convenciones escritas como las tildes, los signos de puntuación o los párrafos (Cassany, 2003). En adición, es notable el uso de abreviaturas gráficas debido a la limitación de caracteres. Estas formas se crean a partir de la combinación de letras, las cuales representan sílabas o palabras completas, además de signos o números (Crystal, 2002).

Otro rasgo de la escritura digital es el uso de puntuación expresiva, interjecciones, manipulaciones tipográficas o emoticonos como modalizadores del discurso (Campillo Muñoz, 2016). Estos últimos cada día son más comunes en las redes, puesto que hoy en día su uso ya no se limita al lenguaje juvenil, sino que su

utilidad, a grandes rasgos, reside en agilizar la escritura y compensar la ausencia de lenguaje no verbal (Sampietro, 2016).

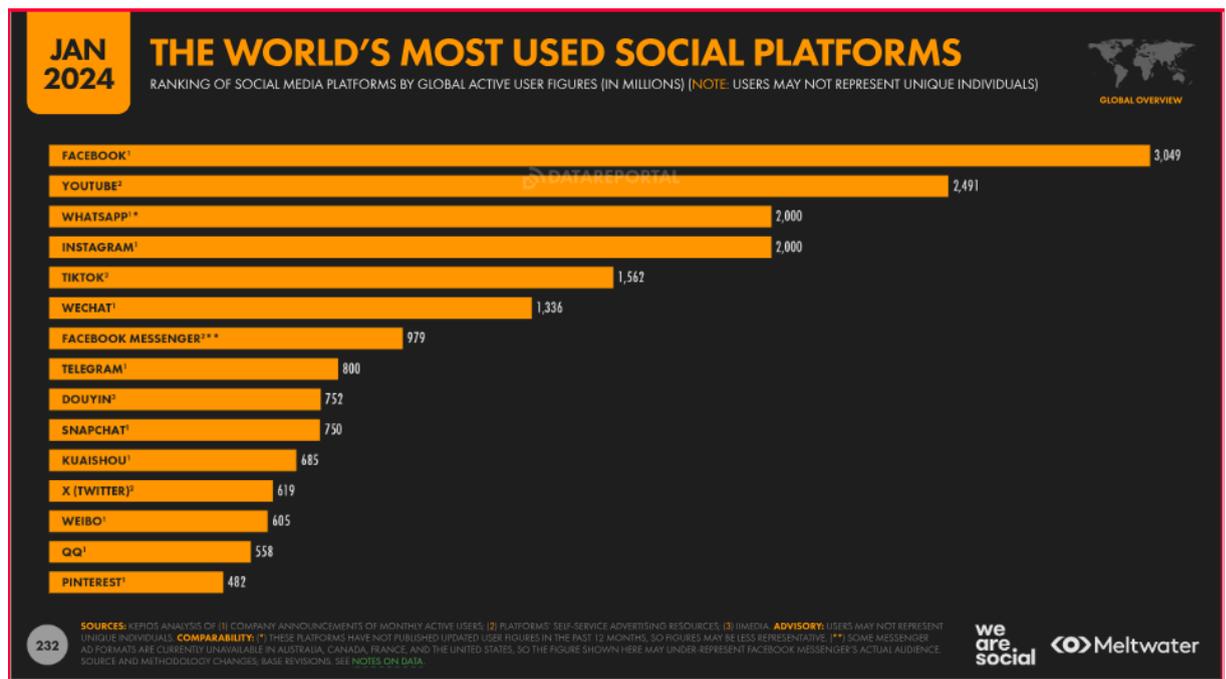
Así pues, las redes sociales han creado un nuevo contexto comunicativo, diferente al del mundo analógico, a medio camino entre lo oral y lo escrito. De igual modo, la digitalización ha dado lugar a nuevos géneros discursivos, tanto sincrónicos —chats y metaversos— como asincrónicos —correos electrónicos o foros—. En adición, el anonimato y la falta de roles de conducta a menudo resultan en violaciones de las normas sociales. En cuanto a la forma de los mensajes, el lenguaje virtual cuenta con rasgos distintivos como abreviaturas, simplificaciones gráficas y emoticonos. Entonces, se procederá a ejemplificar estas nuevas formas de comunicación a través de las aplicaciones sobre las que se ha fundado este estudio.

2.2.2.2. Los entornos discursivos: *Twitter* y *TikTok*

Como ya se ha probado, el desarrollo de las redes sociales ha creado nuevas vías de comunicación y expresión. De igual manera, los conflictos sociales que atañan a la vida analógica se reflejan en el mundo virtual, por lo que el estudio de las redes sociales es imprescindible. De entre todas las plataformas digitales disponibles, se utilizarán Twitter y Tiktok como sujetos de estudio, por ser dos gigantes digitales como indica el informe de análisis digital elaborado por We Social y Meltwater este 2024.

De acuerdo a los resultados de ese sondeo (fig. 1), Tiktok se encuentra en el quinto puesto en el *ranking* de aplicaciones más utilizadas en 2023 con un total de 1.562 millones de usuarios; mientras que Twitter, en duodécimo lugar, obtuvo 619 millones de usuarios el año pasado (We Social & Meltwater, 2024).

Figura 1. Las redes sociales más utilizadas mundialmente en 2023



Fuente: We Social & Meltwater, 2024.

De las dos redes, Twitter ha sido la que, en líneas generales, ha despertado mayor interés para ser estudiada por su mayor simplicidad de funcionamiento, su carencia de censura y su caudal de opiniones (Olmos Alcaraz et al., 2020).

Los mensajes (microdiscursos) de Twitter o *tweets* se caracterizan por su brevedad, al no sobrepasar los 140 caracteres, lo que favorece el uso de la aplicación como medio de difusión de noticias, opiniones y quejas (Congosto Martínez, 2014). Pero Twitter no solo acepta el texto como publicación, sino que en su plataforma se pueden encontrar vídeos sin límite de duración, audios, imágenes o gifs —archivo de imagen animado (Armetrics, s.f.)—. Es por ello, que hay quienes consideran a esta red social suficientemente influyente como para hablar de ella en términos de “termómetro social” (Congosto Martínez, 2014).

La facilidad que tiene para causar alarma social hace de ella un espacio muy atractivo para los estudios sociales y lingüísticos (Olmos Alcaraz et al., 2020). De investigaciones como la de Alfonso Muñoz Muñoz e Irina Argüelles Álvarez (2010) han surgido conclusiones como que los sintagmas nominales son los que más abundan en las publicaciones, además de palabras iniciadas por @, direcciones web (http) y emoticones debido a la restricción de caracteres.

El sondeo con el que se abría el apartado mostraba que, aunque Twitter sea una de las aplicaciones más punteras, TikTok se encuentra en el top cinco de las aplicaciones más utilizadas en 2023 (We Social & Meltwater, 2024). Esta aplicación, debido a su recién popularidad, carece de estudios lingüísticos, por lo que se la presentará más desde el punto de vista social.

TikTok, en su origen, nació como competencia a la red social china Douyin, y en 2018 se fusionó con la aplicación Musical.ly de la cual mantuvo el formato de publicaciones: videos cortos acompañados de música o historias —función reciente que consiste en videos que desaparecen después de estar 24 horas publicados—.

Por otra parte, esta red social cuenta, además de con las formas de interacción más comunes (“me gusta”, comentarios de no más de 150 caracteres y la función “repostear”), con la función “reaccionar”. Esta permite a los usuarios grabar su reacción a un vídeo específico o, desde las últimas actualizaciones, a un comentario (Ha, 2018). Pero la forma más popular de interactuar con otros videos es el “dueto”, que permite filmar un video junto con otro, quedando los dos en un mismo plano, uno al lado del otro (The Nation, 2018).

En otro orden de cosas, se debe mencionar el tipo de contenido que esta aplicación recoge. En sus inicios, y por influencia de su predecesora Musical.ly, la mayoría de los vídeos que circulaban en la red eran vídeos de bailes originales, creados específicamente para su difusión en TikTok, y vídeos haciendo *playback*.

A día de hoy, estos siguen siendo los géneros más populares de la aplicación, pero con la extensión de la duración de los vídeos y la popularidad de la red han ido apareciendo otros tipos como de divulgación (Suárez-Álvarez y García-Jiménez, 2021). Por consiguiente, la variedad de contenidos disponibles en la plataforma cumple la voluntad del CEO de la misma de convertirla en una “vídeo enciclopedia” (Zhang y Skoric, 2018).

En conclusión, Twitter y TikTok, dos de las redes sociales predominantes, son un ejemplo perfecto del efecto de las redes sociales en el lenguaje y la sociedad. Twitter es relevante para estudios sociales por su accesibilidad pública, simplicidad, falta de censura, capacidad para difundir información brevemente (140 caracteres) e impacto social. TikTok, por otro lado, es una plataforma emergente que permite crear videos cortos con música, que pueden durar hasta 10 minutos, de manera que el uso del lenguaje escrito queda relegado a las descripciones de los vídeos y los comentarios en

los mismos. Es por ello por lo que la mayoría de los estudios realizados acerca de la aplicación ignoran el factor lingüístico y se centran en exclusivo en el impacto social.

2.3.Estado de la cuestión

La creciente lucha contra la discriminación ha resultado en la tendencia al estudio de los discursos de odio, especialmente aquellos que se dan en redes. Ejemplo de esto son investigaciones como la de Mercedes Ramírez Salado, Lizette Martínez Valerio o Rivera Martín et al.

El primero, realizado por Mercedes Ramírez Salado (2022), aborda el discurso de odio sin especificar hacia quién va dirigido. Los textos escogidos debían ser ofensivos, sin contenido multimedia, extraídos de Twitter o foros de opinión y emitidos entre marzo y junio de 2022. Tras la recopilación del corpus, Ramírez Salado clasificó los mensajes dependiendo de las características del emisor, del destinatario y la temática. Por último, realizó un análisis cuantitativo, además de la extracción de palabras clave —unidades más frecuentes en tanto su aparición— y las colocaciones de algunas de las mismas. Estas últimas actividades fueron realizadas con la herramienta Sketch Engine, destinada al análisis de corpus, también utilizada para la realización del análisis cuantitativo del presente TFG.

Los resultados del corpus presentado por Ramírez Salado indicaban que el 70% de los usuarios que lanzan discursos de odio a la red lo hacen de forma continuada, además de un claro predominio de mensajes de odio hacia la mujer, seguido de los discursos racistas y los mensajes con contenido ideológico y/o político. Por otro lado, la mayoría de los comentarios mostraban una gran presencia de palabras despectivas e insultos, así como un mayor número de sustantivos (45%) frente a otras categorías gramaticales (Ramírez Salado, 2022).

El segundo estudio (Martínez Valerio, 2022) analiza los comentarios realizados en las publicaciones de Instagram de los principales diarios españoles de tirada nacional (El País, El Mundo, ABC, La Vanguardia y 20Minutos) relacionadas con la conocida como “Semana del Orgullo”. Para ello, realizó un análisis de tipo cuantitativo de un total de 6.013 comentarios que se realizaron en un total de 20 publicaciones de las cuentas de Instagram pertenecientes a los periódicos mencionados.

Así, Martínez Valerio, autora del estudio, registró el número y tipo de comentarios que generó para después clasificarlos según la variable clasificatoria propuesta por Losada-Díaz et al. (2021). Esta variable pretende medir la presencia numérica de seis parámetros sobre los que se sustenta el discurso de odio: críticas,

insultos, menosprecio, amenazas, burlas y otros; además, Martínez añade la categoría “a favor” en la que incluye todos aquellos mensajes de apoyo a la comunidad LGTB.

El estudio dió como resultado que de los 6.013 comentarios que componían el corpus el 32,6% eran “a favor”, frente al 25,6% que se trataban de mensajes en contra; el 41,8% sobrante fue clasificado como “otros”. De entre el 25,6% de comentarios negativos, el 16% eran “críticas”; el 4,9%, “burlas”; el 3,1% fue calificado de “menosprecio”, el 1,5% fueron “insultos” y el 0,1%, “amenazas”. El pequeño porcentaje de textos considerados discursos de odio revelaba el impacto de la censura de discursos violentos en Instagram (Martínez Valerio, 2022).

Otro estudio reseñable acerca del discurso de odio hacia el colectivo LGTB en redes es el llevado a cabo por Beatriz Rivera-Martín et al (2022). Este, al igual que el anterior, observa el discurso de la prensa española y su audiencia social en relación a las personas no heteronormativas durante la Semana del Orgullo.

El equipo de investigadores analizó 2.643 comentarios obtenidos de un total de 95 noticias publicadas en Twitter por los cinco periódicos con mayor número de seguidores/as en esa red social: El País, El Mundo, ABC, eldiario.es y La Vanguardia. Estos comentarios fueron clasificados a través del Análisis Crítico del Discurso —metodología que se emplea en este TFG para el análisis cualitativo— en discurso de odio o de aprobación. Además, realizaron un análisis cuantitativo de la retroalimentación (me gusta y *retweets*) de la audiencia social.

Los resultados evidenciaban las agresiones verbales que reciben las personas LGTB por parte de la audiencia social de redes sociales, lo que, sumado a su invisibilización o rechazo por parte de algunos medios de comunicación, impide y retrasa su normalización social (Rivera Martín et al., 2022).

Como se puede apreciar, la mayor parte de estos estudios centran su investigación en corpus conformados por comentarios de noticias en distintas redes, siendo Twitter la más recurrente. No obstante, se encuentran estudios que tratan la situación de los discursos de odio en foros o Instagram, como ya se ha visto, debido a la popularidad de estas aplicaciones.

En los últimos años, TikTok ha alcanzado una popularidad comparable a la de las principales redes sociales, llegando a ser la quinta más popular en 2023 (We Social y Meltwater, 2024). Sin embargo, hasta donde sabemos, son escasas las investigaciones que han analizado esta red desde una perspectiva discursiva, más allá de un análisis genérico que la clasifica dentro de los géneros digitales. Aún más raros, si no

inexistentes, son los estudios que se centran específicamente en los discursos de odio presentes en TikTok. Además, gran parte de la investigación sobre discursos de odio en redes sociales digitales no solo omite TikTok, sino que se enfoca en una sola plataforma, ignorando la valiosa comparación entre las características de estos discursos en diferentes redes.

En conclusión, los estudios previos reseñados en esta sección han trazado líneas de investigación claves, pero, tal como apuntan sus autores, son necesarias más investigaciones que ayuden a perfilar las características de las redes estudiadas, así como la comparación entre las mismas. Con tal de contribuir, aunque de manera muy modesta, a este ámbito de estudio, presentamos a continuación un estudio de corpus cuyo objetivo, como ya se ha señalado, consiste en identificar las características del discurso de odio hacia el colectivo LGTB en las redes sociales Twitter y TikTok y, por otro lado, realizar una comparación (cuantificable) entre el discurso de odio que se vierte en ambas redes.

3. METODOLOGÍA

Para abordar las características del discurso de odio homófobo y la *LGTBfobia* en redes se realizó un análisis de contenido del discurso social entorno al colectivo LGTB a través de un corpus conformado por un total de 193 comentarios negativos hacia él, extraídos de cuatro publicaciones multimedia de TikTok y cuatro de Twitter². El análisis cualitativo del corpus se realizó siguiendo los parámetros del Análisis Crítico del Discurso, mientras que la parte cuantitativa fue calculada gracias a la herramienta *Sketch Engine*, la cual se explicará más adelante.

Como la experiencia del mundo está mediada por el lenguaje, el cual se considera funcional y performativo (Rapley, 2014), analizar las expresiones negativas más comunes en las conversaciones proporciona un marco para entender cómo se percibe y trata al colectivo en la red. El análisis que se lleva a cabo en el presente estudio emplea métodos de la Lingüística de Corpus y del Análisis Crítico del Discurso, cuyas características generales, así como las especificaciones que afectan al presente trabajo, se abordarán en los siguientes apartados.

² Como fue indicado en otra nota anterior, Instagram acabó siendo excluida como fuente para el corpus por carecer de vídeos que cumplieran los requisitos.

3.1 Enfoque metodológico: Análisis Crítico del Discurso y Lingüística de Corpus

El presente trabajo y su metodología se enmarcan dentro del Análisis del Discurso, ciencia destinada a describir, explicar y predecir el uso del lenguaje en la comunicación humana. De este modo, y como ya se ha recalcado, el análisis consta de una parte cualitativa a partir del Análisis Crítico del Discurso y una parte cuantitativa que se encuadra dentro de la Lingüística de Corpus.

El Análisis Crítico del Discurso permite analizar las relaciones de poder, asimetría, manipulación, explotación e inequidades estructurales entre interlocutores y su impacto en esferas de la sociedad como la educación y la política. Por ello, se ha aplicado para la extracción de conclusiones acerca de las temáticas latentes en el discurso, la finalidad del mismo, dónde se posiciona el emisor acerca de la problemática estudiada —en este caso, la homosexualidad—. La aplicación de este tipo de metodología será explicada en profundidad en el procedimiento de análisis.

Cuando se habla de Lingüística de Corpus, se habla de un enfoque metodológico más que de una disciplina lingüística en sentido estricto. Esta metodología se basa en la confección y análisis de corpus lingüísticos —recopilaciones de muestras reales de una lengua—(Sabaj Meruane, 2008). En el caso de este TFG, el corpus ha sido confeccionado a partir de dos subcorpus, acorde con cada red social estudiada, como se explicará en el apartado siguiente.

3.2 Materiales: diseño del corpus

En primer lugar, se elaboraron dos corpus paralelos, uno solo de Twitter y otro solo de TikTok, que posteriormente serían comparados. De este modo, la separación del corpus en dos especializados permitía no solo el análisis de la materialización del discurso de odio en cada red social de forma individualizada, sino, también, la comparación entre los discursos de cada plataforma digital.

Para la realización de estos corpus se estableció un criterio de inclusión en tanto a la selección de la muestra. En concreto, se buscaba que la muestra de la que extraerán los comentarios fuera un vídeo, en específico el beso entre dos mujeres mostrado en la película de Disney *Lightyear*, y que estuviera publicado en Twitter, TikTok e Instagram. La elección de ese vídeo y no otro tipo de archivo multimedia se debió a la consideración de que la imagen en movimiento tiene un mayor impacto sobre el espectador y a la polémica que ese vídeo produjo tras el estreno del filme en 2022.

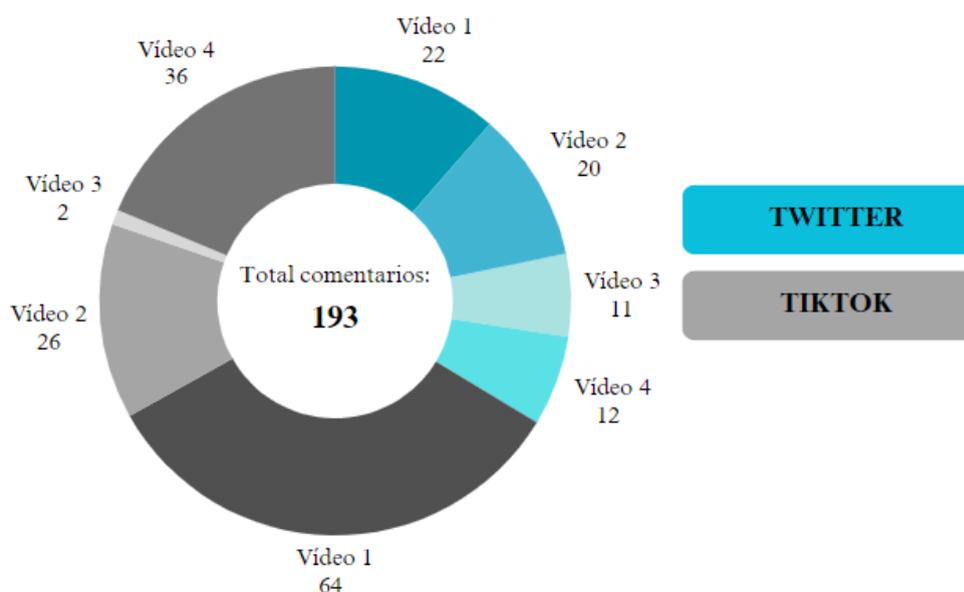
Asimismo, en un primer momento, se consideraron esas tres redes sociales (Twitter, TikTok e Instagram) debido a su gran número de usuarios y su uso como plataformas divulgativas. Este último filtro, el uso de las plataformas como lugares de divulgación, fue el que hizo que se descartara la plataforma Instagram de las opciones³, ya que en ella circula, en su mayoría, contenido fotográfico cuyo valor se centra en la estética del mismo y, por tanto, no contaba con suficiente material, es decir, vídeos deseados, para la realización del corpus.

Por último, se escogieron cuatro vídeos, iguales en contenido, de cada aplicación y se recopilaron aquellos comentarios denigrantes hacia el beso o el colectivo LGTB que los usuarios habían dejado como reacción a los mismos. La acotación permitió la recuperación de un total de 193 comentarios, 65 de Twitter y 128 de TikTok con un número de palabras equitativo. Es reseñable mencionar que todos los comentarios considerados en la investigación son comentarios negativos, ya que el objetivo del estudio no es la contabilización de qué tipo de mensajes predominan —negativos contra positivos— sino la comparación de la forma que presentan las expresiones de odio entre las redes elegidas.

En resumen, y como se muestra en la figura 2, la muestra final comprendió el análisis de los comentarios generados (193) a partir de un total de 8 publicaciones (la totalidad de los vídeos encontrados en las plataformas), que se convirtieron en las unidades de análisis del estudio.

³ Como ya hemos comentado en el apartado de la introducción, el hecho de que la exclusión de “Instagram” se produjera después de la fecha límite establecida para el cambio de título es lo que ha dado lugar a esa incongruencia entre título y contenido.

Figura 2. *Distribución de los comentarios que conforman el corpus.*



Fuente: Elaboración propia

3.3. Procedimiento de análisis

Como se ha mencionado previamente, el estudio que aquí se presenta se basa en el análisis de un corpus, así que a continuación se indagará en el proceso de construcción y análisis de los datos.

Para comenzar, se tratará acerca de la selección de los datos. Para este estudio, se ha formado un corpus de 193 comentarios *LGTFóbicos* y *online* dividido en dos subcorpus dependiendo de la red social de la que fueron extraídos —Twitter o TikTok—. La elección de estos textos se basó, como ya se ha informado, en la referencia de los mismos a un fragmento de la película de 2022 *Lightyear*, siendo criterio esencial que los mensajes fueran comentarios al *clip* del beso entre mujeres que aparece en la misma. Bajo este criterio se escogieron cuatro vídeos por aplicación, un total de ocho, de los que se consiguieron los 193 comentarios.

Después de la recolección de muestras, los mensajes fueron corregidos, mediante la eliminación de faltas de ortografía, para la mejor filtración de los mismos por parte de la herramienta utilizada para el análisis. Tras esto, los textos fueron analizados cuantitativamente utilizando la herramienta Sketch Engine y cualitativamente a partir del Análisis Crítico del Discurso (ambas herramientas serán explicadas en profundidad en los apartados siguientes).

El análisis cuantitativo tuvo dos fases: una fase preliminar en la que trataron los dos subcorpus de forma individual para obtener una visión general de los mismos y una

fase comparativa. En ambas se utilizó Sketch Engine como la herramienta principal. Pero, en la primera fase se empleó un análisis de contenido para identificar temas recurrentes y un análisis cualitativo para explorar las relaciones semánticas entre palabras clave. Para ello, se dio uso de la función Word Sketch Different para examinar las colocaciones de las palabras más frecuentes.

En la segunda fase, los resultados obtenidos fueron comparados entre sí para averiguar si el léxico más utilizado y sus colocaciones coincidían en las diferentes redes sociales gracias a la opción Diferencias Sketch de Sketch Engine.

El estudio cualitativo se realizó a partir del Análisis Crítico del Discurso (ACD); de forma que siguiendo su enfoque interdisciplinario se dió respuesta a preguntas acerca de los temas que se discutían en la muestra, así como las características que estos tomaban dependiendo de la red de la que se extrajeron.

El último paso fue la interpretación de los resultados, la cual se llevó a cabo mediante el análisis crítico de los resultados en el contexto de la teoría lingüística contemporánea y la comparación de los mismos con los estudios previos citados en el estado de la cuestión para evaluar su consistencia y relevancia.

3.3.1 Análisis cualitativo

El análisis cualitativo de este TFG, como ya se ha adelantado, seguirá la tendencia implantada por el Análisis Crítico del Discurso. Esta rama del Análisis del Discurso se enfoca en las ideologías presentes en los diferentes discursos (Van Dijk, 1998). Así, el Análisis Crítico del Discurso propone un acercamiento interdisciplinario al estudio del lenguaje, aunando la lingüística general, la sociolingüística, la pragmática, la psicología cognitiva, la inteligencia artificial, el análisis conversacional y discursivo y las teorías sociales.

Asimismo, el Análisis Crítico del Discurso permite responder a preguntas relacionadas con el origen del discurso, su contexto, intención, percepción, etc (Franquesa S., 2002). Por ejemplo, el lenguaje que se explora en esta disciplina es, por tanto, informal, gramaticalmente incorrecto y mediado por la tecnología; por lo que se debe de interpretar en un contexto digital, es decir, marcado por la inmediatez (Campillo Muñoz, 2016).

En el caso de este estudio, la metodología del ACD es relevante puesto que se pretende establecer relaciones entre el discurso negativo de los usuarios de Twitter y TikTok frente a un beso sáfico. Quienes controlan el discurso pueden controlar

indirectamente las acciones de las personas, logrando la inclusión de determinados colectivos o, por el contrario, su exclusión (Rivera Martín et al., 2022).

A través del ACD, el estudio cualitativo de esta investigación se centró en el análisis temático y lingüístico: los temas tratados en las redes, las características de los mismos en cada plataforma y la forma de expresión de estos como puede ser el uso de emoticonos. Asimismo, los mensajes encontrados se clasificaron en tres variables: discurso *lesbófono*, de *LGTBfobia* o discurso de odio.

3.3.2 Análisis cuantitativo

Una vez determinada la muestra y efectuada la captura de datos, se procedió a la estandarización de los mensajes recogidos para la automatización del análisis. Es decir, todos los comentarios fueron corregidos —se eliminaron las faltas de ortografía y otros deslices— con el objetivo de facilitar la búsqueda de términos dentro del corpus.

Para la elaboración del análisis cuantitativo de los mensajes ya corregidos se utilizó la herramienta Sketch Engine, diseñada para el análisis de corpus lingüísticos. La herramienta toma como entrada el corpus escogido, en este caso el corpus de elaboración propia, y a partir de él genera, entre otras cosas, esquemas de palabras; es decir, resalta los términos más frecuentes, así como las colocaciones (los contextos lingüísticos) en las que aparecen más a menudo. Además, el programa facilita el acceso a thesaurus en lengua española, lo cual posibilita la comparación del comportamiento para dos palabras semánticamente relacionadas.

Así, utilizando la opción “Palabras Clave” del programa mencionado, se extrajeron los términos definitorios de todo el corpus y de cada subcorpus, así como sus colocaciones. Además, se recopilaron aquellas unidades más frecuentes en el corpus respecto a la frecuencia de aparición en un corpus estándar predeterminado por el propio Sketch Engine, el denominado *Spanish Web 2018 (esTenTen18)*. Tras el cálculo automatizado, se utilizó la función Word Sketch Different para examinar las colocaciones de algunas de estas palabras más frecuentes de cada red social, lo que permitió observar las tendencias de combinación de estas unidades léxicas.

Por último, creemos conveniente mencionar que en el análisis se han obviado aquellas palabras que corresponden a las categorías gramaticales de pronombres, artículos y preposiciones, por no aportar información relevante al estudio. Asimismo, se han eliminado los nombres de usuario de quien publica el comentario y el vídeo por cuestiones de privacidad. Finalmente, aunque el análisis comprende el uso de

emoticonos dentro de la muestra, estos son el único tipo de archivo multimedia que se ha considerado en el análisis. Esto se debe a que aunque todas estas formas de comunicación digital aportan información nueva acerca de un lenguaje emergente, exceden el objetivo de la investigación.

4. RESULTADOS

En esta sección se incluirán, en primer lugar, los resultados del análisis cualitativo del corpus recogido y, a continuación, los del análisis cuantitativo. La discusión de los mismos, como ya se ha anunciado en la introducción, tendrá lugar en el apartado 5 del presente documento (Discusión y conclusiones).

4.1 Resultados del análisis cualitativo

Se expone a continuación el ACD de los comentarios hallados en las publicaciones en TikTok y Twitter. Los comentarios son una forma de interacción con las publicaciones, un texto exclusivo para redes sociales del que se encargan los usuarios de las redes con o sin experiencia en adaptar el lenguaje a las redes sociales.

El lenguaje de estos comentarios es informal y poco extenso en el caso de ambas redes, debido a la limitación de caracteres, pero la sintetización se agranda en el caso de TikTok, puesto que, incluso habiéndose recopilado más comentarios (128) que en Twitter (65), los 128 mensajes de la aplicación de videos están formados por un ligero menor número de palabras (1677) que los 65 de Twitter (1687).

Se clasifica como discurso de odio y de *LGTBfobia* a todo aquel mensaje que desprecie a las personas LGTB o a sus reivindicaciones, como así observamos en algunos de los textos del corpus que se ha recogido en el presente estudio (“los hijos deben de crecer en un ambiente familiar donde existe el papá y la mamá no hay más”, “Sabes cual la agenda a seguir después de "normalizar" a los niños las conductas homosexuales y lesbianas??...normalizar la pedofilia...!”) o intente criminalizar la existencia de otras sexualidades (“Es una vergüenza cómo meten a los niños ideas raras en la cabeza.”, “genial que la prohíban, quieren que sea normal eso y los chicos se pueden confundir a no normalizar algo que está mal”. Se clasifican en la variable de mensajes incitadores al odio y de *LGTBfobia* porque atacan a unos derechos fundamentales que cuentan con un marco de protección legal propio, logrado tras décadas de reivindicación del movimiento social LGTB.

En la investigación queda patente que muchos de los comentarios analizados manifiestan explícitamente *LGTBfobia* hacia las personas del colectivo, sea cual sea su sexualidad, así como a la denominada “ideología” a la que los autores de los textos culpan de la imposición del beso lésbico en una película infantil.

En este sentido, los comentarios de Twitter son los que manifiestan un rechazo más agresivo hacia las personas LGTB y por extensión, hacia las personas y entidades que defienden sus derechos. Debido a la carencia de censura de la red los mensajes incluyen términos más violentos que en TikTok como *podrido, asco, enfermos, anormal, pelotudos de mierda, maldito pelotudo subnormal, pedofilia, desviación, extinguirá, basura, cáncer, aberración, estiércol, quemén, pervertida, aborto, eutanasia, etc.*

De igual modo, los *tweets* culpan a la aparición de este tipo de videos a la ideología de “izquierdas” en mayor medida que los comentarios de TikTok. A continuación se insertarán algunos ejemplos de estos *tweets*: “Sabes cual la agenda a seguir después de "normalizar" a los niños las conductas homosexuales y lesbicas??...normalizar la pedofilia...!” , “Lo podrido es querer imponer,pervertir y adoctrinar a los chavales con vuestra basura de ideología. Y si, para concebir un hijo hace falta un hombre y una mujer, lo demás es una desviación. No es odio ni rechazo, es agenda 2030 y un montón de lacayos.”, “Sigue por ahí aplaudiendo inclusión sin sentido en películas infantiles.” , “Según yo? No, es según la naturaleza, hombre y mujer somos la unión perfecta, es la única manera de reproducirse, lo demás es ideología de género barata”, entre otros.

Asimismo, los comentarios dejados en Twitter cuentan con más contenido *LGTBfóbico* no velado, como ya se ha introducido anteriormente. Es decir, en esta red social aparecen más comentarios atacando, normalmente con insultos, a los miembros del colectivo, independientemente de su sexualidad. Dicho esto, los grupos hacia los que más odio se vierte parece el colectivo no binario con comentarios como “Cineplanet dio un aviso q contiene película, NO LA CENSURÓ, NI DIJERON PELICULA DEL DIABLO TAMPOCO SACARON DE CARTELERA, ASÍ QUE ESTÉN TRANQUILOS LLEVEN A SUS PERRIHIJOS, HAMSTER A VERLA MIL VECES, QUIEN DICE Q NO EXISTEN IDEOLOGIA GENERO?ONG INTERNACIONALES PLANTEAN 112 GÉNEROS” ; además de mensajes contra el colectivo LGTB en general como “El caso es meter una escena LGTBQI+123 que no tiene nada con la película, ...pero hay que meterla. La IMPOSICIÓN es lo que no soporto ni acepto. Allá

cada quien como es y eso lo acepto -pero no obligado-” , “Son una secta, tengo amigos gays que dicen lo mismo de ustedes”, “Excelente que se corte, la moral sexual de los LGBT es pervertida” .

TikTok, por otro lado, da más peso en su discurso a la figura de los niños que a la de la ideología. El hecho de que el beso sea parte de una película infantil es utilizado como pretexto para realizar actos discriminatorios (“Yo creo que no es correcto porque los niños aprenden por imitación...hay un momento para todo” , “alrato todos los niños haciendo eso. de mal en PEOR” , “por favor no se enojen cuando sus hijas besen en la boca a otras y sus hijos a otros . pues lo están normalizando . sean tolerantes. 👍👉”).

En esta línea, el grupo que más expuesto queda al odio en esta red, a diferencia de Twitter, es aquel conformado por mujeres homosexuales hacia las que se dirigen mensajes como: “La de cabello gris es el Hombre. Fácil...”, “tijeras a hueso” , “SOLO VEO A 2 MARI MACHAS BESÁNDOSE.... ADELANTEN ESE ESCENA Y YA. LA. PELÍCULA ES BUENA.” , “😞 Parece que los nuevos altos ejecutivos son pro-gay en la última película de marvel del Dr strange la niña tenía 2 mámas? ojo con lo que vensus hijos”, “no puede ser si a los hombres nos encantan las lesbianas. claro si fuera hombre con hombre lo entendería.” , “Muy bien que la hayan prohibido. Cual es el afsn de meterle a los chamos las vainas de 🦆🦆🦆🦆🦆 y cachaperas” o “Cuecas”. Es reseñable que, al igual que ocurría en los *tweets*, los comentarios de TikTok también cuentan con contenido de odio hacia las personas no binarias (“los géneros son para la música no para personas- pespi 2020” o “SOLO SOMOS 2 GÉNEROS”).

Por último, en cuanto a temática, es bastante destacable el alto contenido religioso del discurso de odio en ambas redes. Es más notable en TikTok con textos como: “eso es PECADO”, “ave María purísima eso no es de dios 🗨️🏳️‍🌈” , “si asi como se.empeña disney en meter la idea de normalizar la homosexualidad lo hiciera con enseñar la palabra de Dios este mundo seria diferente” , “ay de aquel que diga que lo malo es bueno y lo bueno es malo Isaías 5:20 macho y hembra los creo dios”, “está escrito a lo malo llamaron bueno y a lo bueno llamarán malo ..por haberse multiplicado la maldad tendrán corazones cauterizados”, “Yo tengo entendido qué hay dos padres , Dios , santidad y pureza , y está eL Diablo padre de toda picardía impureza sexual y la mayoría son de el 😏” .

Como broche final, se hace una especial mención al uso de emoticonos como vehículo de expresividad y acentuación del discurso de odio. El uso de estos signos es

mucho menor en Twitter, aplicación en la que solo se encuentran en dos mensajes: “DIOS solo creó al hombre y mujer; por eso abundan los pedofilos y se fugan a otros países por su delitos que cometen y so pretextos de perseguidos se fugan 🐭🐭🐭🐭 ... 😊😊😊” y “WTF... que fuerte escena que mal que los niños vean esto 😞😞 bueno las cosas como son el 2022 siempre nos trae sorpresita así 😂😞”. En TikTok, en cambio, el uso de estas pequeñas imágenes es más productivo, llegando a encontrarse en 22 mensajes, además de aparecer en alguna ocasión como contenido único del comentario (“😞😞😞😞😞😞😞😞😞😞”).

En ambos casos, los emoticonos se utilizan como apoyo al mensaje, ya que tienen la labor de expresar emociones como inocencia (😊, 😊), angustia (😞, 😞), sorpresa (😞, 😞), vergüenza (😂, 😞), enfado (😞, 😞) o risa (😂, 😂), entre otras. En el caso de los emoticonos que expresan inocencia o felicidad, su uso más frecuente en ambas redes parece ser marcar la burla de forma más explícita (“Si al rato van a normalizar besos entre adultos y niños 😂😂😂”, “jajaj gastaron 120 millones en la película y perdieron 40 millones por sus mamadas de la homosexualidad 😂 que linda es la vida” o “DIOS solo creó al hombre y mujer; por eso abundan los pedofilos y se fugan a otros países por su delitos que cometen y so pretextos de perseguidos se fugan 🐭🐭🐭🐭 ... 😊😊😊”).

Un uso curioso de los emoticonos es el que se encuentra en el siguiente comentario de TikTok: “por favor no se enojen cuando sus hijas besen en la boca a otras y sus hijos a otros . pues lo están normalizando . sean tolerantes. 👍👍”. En él se puede apreciar cómo los emoticonos “👍👍” aparecen como marcadores de la ironía de la oración “Sean tolerantes” que les precede.

Ahora bien, los emoticonos también pueden aparecer como sustitutos de alguna palabra como “🐭” el cual se corresponde con el uso peyorativo de la palabra “rata”; esto mismo ocurre con “🐔” que se refiere al uso de *pato* en ciertas zonas latinoamericanas como insulto hacia los hombres homosexuales.

En resumen, el análisis de los comentarios en TikTok y Twitter revela un lenguaje informal y breve debido a las limitaciones de caracteres en ambas redes. Sin embargo, los comentarios de TikTok, aunque más numerosos (128) que los de Twitter (65), contienen menos palabras en total (1677 frente a 1687). Acerca del discurso de odio, los *tweets* que lo contienen son notablemente más agresivos, usando términos violentos como *podrido*, *asco*, *enfermos*, entre otros. Además, estos comentarios culpan a la ideología de izquierdas por la aparición de contenido LGTB en los medios. Los

grupos más atacados en esta red son principalmente el colectivo no binario y el LGTB en general.

En TikTok, sin embargo, los comentarios se centran más en la influencia sobre los niños que en la ideología. Predomina el odio hacia las mujeres homosexuales y personas no binarias. Además, ambas plataformas contienen un alto contenido religioso en los discursos de odio, con una mayor presencia en TikTok.

De igual modo que la temática de los mensajes, el uso de emoticonos también varía entre las dos redes. En Twitter, su uso es menor, presente en solo dos mensajes, mientras que en TikTok es más frecuente y variado, apareciendo en 22 mensajes. Los emoticonos apoyan el mensaje expresando emociones como inocencia, angustia, sorpresa, vergüenza, enfado o risa, y también se usan irónicamente o como sustitutos de palabras peyorativas.

Como conclusión, creemos relevante señalar que los comentarios observados en ambas plataformas reflejan claramente un alto grado de *LGTBfobia* y odio, aunque con diferencias en el enfoque y en el uso de lenguaje y de emoticonos: mientras que en Twitter se muestra un rechazo más agresivo y directo, en TikTok el discurso se centra en la influencia sobre los niños y contiene más contenido religioso.

4.2 Resultados del análisis cuantitativo

Tras haber indicado en la metodología los pasos dados para la obtención de datos, ahora se presentarán los resultados obtenidos. Se comenzará con aquellos recogidos de la aplicación TikTok, después los de Twitter y por último se presentará el análisis comparado. Como ya se ha mencionado, las preposiciones, conjunciones y artículos se han excluido del estudio por no contener información clave para el mismo, por lo que el foco se pondrá sobre los adjetivos, sustantivos y verbos.

Los resultados a proporcionados por *Sketch Engine* en cuanto al corpus de TikTok revelan las 20 palabras clave⁴ y colocaciones que definen al corpus en comparación al corpus de base, *Spanish Web 2018 (esTenTen18)*.

Tabla 1. Palabras clave del corpus TikTok

Cachaperas	Todooooo	Cuecas	Homosexualidad	Tijeras
Homosexualizando	Pepsi	Adoctrinar	Pixar	Deconstruir

⁴ “Las palabras clave son palabras individuales (*tokens*) que aparecen con mayor frecuencia en el corpus de enfoque que en el corpus de referencia. Cualquier token puede ser una palabra clave si esta es más frecuente en el corpus de enfoque que en el corpus de referencia.” (Matuška, 2019)

Besándose	Marimachas	Normalizar	Puños	Chaviza
Lpqlp ⁵	Woke ⁶	Chamos	Cauterizar	Pro-gay

Fuente: Elaboración propia a partir de Sketch Engine

Tabla 2. Colocaciones clave del corpus TikTok

Película para niños	Mente de niños y niñas	Pena de años de censura	Tele educativa	Beso entre hombre y mujer
Película de niños	Contenido woke	Contenido woke en exceso	Beso entre hombre	Año de censura a la empresa
Concepto de familia	Contenido homosexual	Feminista lógico	Mamada de la homosexualidad	Pecado en la tele
Película infantil	Sistema tradicional de familia	Hijo del bien	Woke en exceso	Capricho de los directores

Fuente: Elaboración propia a partir de Sketch Engine

En el caso de la primera tabla, destaca la cantidad de insultos, de los cuales la mayoría arremeten directamente contra las mujeres homosexuales (*cachaperas*, *marimachas*, *tijeras* o *cuecas*). Además, es representativo el uso de verbos relacionados con la “imposición” de nuevas sexualidades (*homosexualizando*, *adoctrinar*, *normalizar*, *cauterizar* o *deconstruir*), así como la palabra *woke*, utilizada normalmente como insulto hacia una persona o causa alerta a a discriminación o injusticia (BBC News Mundo, 2022). Por último, se encuentran cantidad de términos que sugieren violencia (*lpqlp*, *puños* o *cauterizar*).

El estudio de las colocaciones (tabla 2) muestra la razón principal por la que el video ha creado controversia: los niños. Gran número de los ejemplos se refieren a la preocupación sobre el efecto que un beso lésbico puede tener en la juventud (*película para niños*, *película de niños*, *película infantil*, *mente de niños y niñas* o *tele educativa*). En adición, las colocaciones revelan que los usuarios ven en el contenido LGBT un peligro para el sistema tradicional de familia. Por último, destaca el uso de colocaciones como insulto hacia el contenido LGBT que el vídeo muestra, el cual es llamado

⁵ Acrónimo referido a “la perra que les parió”

⁶ “Ser consciente de temas sociales y políticos, en especial el racismo” (BBC News Mundo, 2022)

contenido woke, contenido woke en exceso, feminista lógico, mamada de la homosexualidad, pecado en la tele o capricho de los directores.

Si se centra la atención en los sustantivos, de los 327 tipos de sustantivos diferentes que recoge el corpus, el tipo *niño* aparece 34 veces.

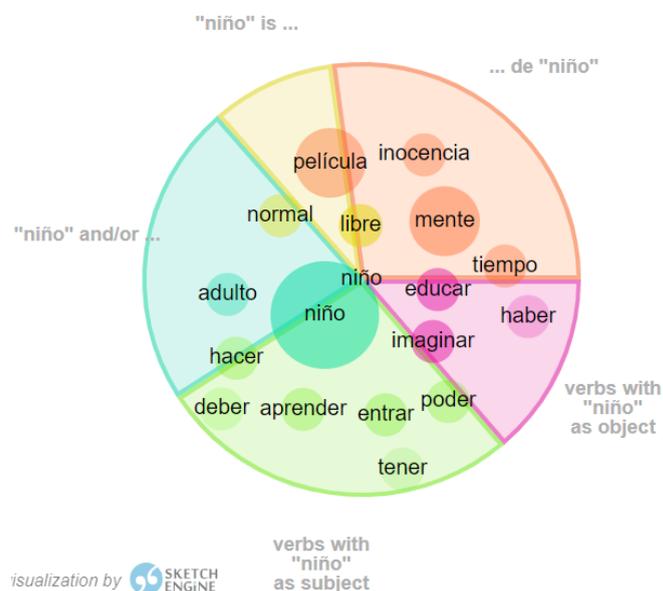
Figura 3: Sustantivos más frecuentes en el corpus de TikTok

Noun	Frecuencia ? ↓
1 niño	34 ...
2 película	12 ...
3 beso	11 ...
4 hijo	9 ...
5 escena	9 ...
6 cosa	8 ...
7 disney	6 ...
8 hombre	5 ...
9 vida	5 ...
10 homosexualidad	5 ...

Fuente: Elaboración propia a partir de Sketch Engine

Respecto a este sustantivo, se optó por contrastar las colocaciones en las que aparece (fig. 4).

Figura 4: Colocaciones del sustantivo *niño* en el corpus de TikTok



Fuente: Elaboración propia a partir de Sketch Engine

A partir de este gráfico (fig.4) se puede apreciar que *niño* suele aparecer como sujeto de los verbos *hacer, deber, aprender* (“Yo creo que no es correcto porque los niños aprenden por imitación...hay un momento para todo”), *entrar* (“lo ke tratan es de hacer ke los niños entren en confucion ya ke ellos empiezan a sembrar duda. esa duda Por eso no los llevare a verla”) o *poder* y como objeto de *educar* (“la moral ha esceado

en estos tiempos que hasta los niños son educados por pecados en tele que siguen viendo.”), *haber* o *imaginar* (“Me alegro que esté prohibido 🚫 por qué, porqué de mayor edad ni pueden tomar decisiones imagínate un niño lo podemos confundir sin saber nada 🧠”). Por otro lado, es curioso los sustantivos que le pueden complementar; entre los más reseñables se encuentran *inocencia*, *mente*, *tiempo* o *película*. Además, los adjetivos que más aparecen en colocación con *niño* son *normal* y *libre*.

Los adjetivos son otra de las categorías gramaticales a tener en cuenta. De entre ellos destaca *normal*.

Figura 5: *Adjetivos más frecuentes en el corpus de TikTok*

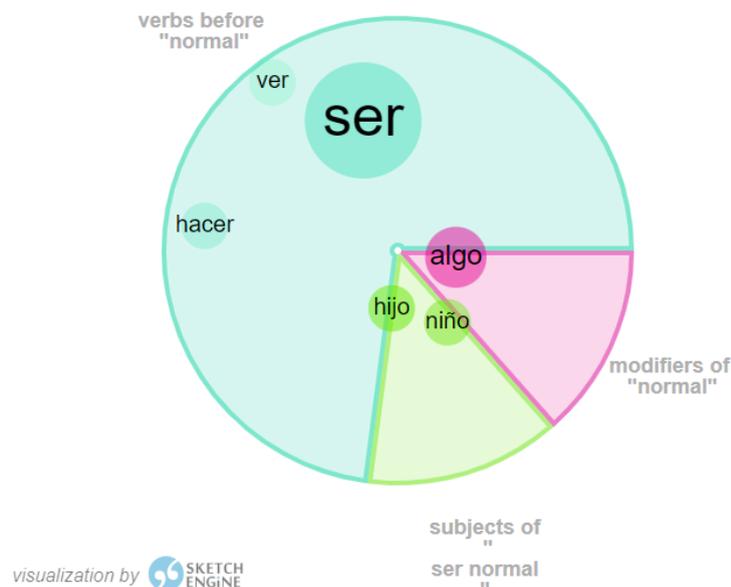
	Adjective	Frecuencia ? ↓
1	normal	14 ...
2	bueno	11 ...
3	mal	4 ...
4	malo	4 ...
5	solo	4 ...
6	correcto	3 ...
7	innecesario	3 ...
8	gay	3 ...
9	necesario	3 ...
10	homosexual	2 ...

Fuente: Elaboración propia a partir de Sketch Engine

Al igual que con el sustantivo *niño*, se han analizado las colocaciones en las que *normal* aparece (fig. 6).

Figura 6: *Colocaciones del adjetivo normal en el corpus de TikTok*

normal



Fuente: Elaboración propia a partir de Sketch Engine

Entre los verbos más utilizados están *ver* (“Yo opino que eso no debe salir en una película infantil, que a huevo quieren hacer que se vea normal pero no lo es”), *hacer* (“la vdd cada quien sus gusto pero no me gusta que lo normalicen los bebés que van naciendo se les Ara normal y no es normal”) y, sobre todo, *ser* (“no es normal”). *Hijo* y *niño* son los sustantivos más comunes a los que *normal* acompaña, algo poco sorprendente puesto que *niño* es el sustantivo más frecuente.

Por último, se analizarán los verbos que más se repiten en el corpus. *Ser* es el verbo más constante en la muestra, apareciendo un total de 80 veces (fig. 7).

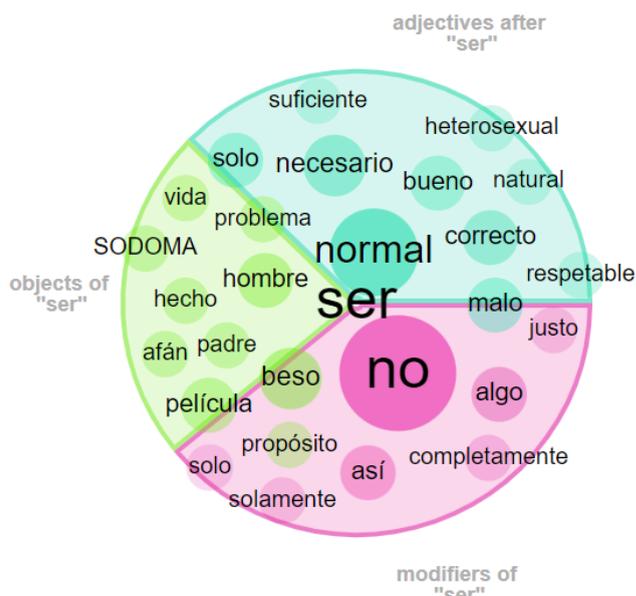
Figura 7: Verbos más frecuentes en el corpus de TikTok

	Verb	Frecuencia ? ↓
1	ser	80 ...
2	estar	23 ...
3	querer	17 ...
4	hacer	15 ...
5	ver	12 ...
6	haber	12 ...
7	deber	11 ...
8	ir	10 ...
9	tener	9 ...
10	normalizar	8 ...

Fuente: Elaboración propia a partir de Sketch Engine

A continuación, y como se ha hecho con las otras dos categorías, se presentará un gráfico (fig.8) que recoja las colocaciones más frecuentes de las que *ser* es partícipe.

Figura 8: Colocaciones del verbo *ser* en el corpus de TikTok



Fuente: Elaboración propia a partir de Sketch Engine

El modificador más común del verbo es *no* (“Pueden decir lo que quieran pero ese beso no era necesario!!”) al que se unen los adverbios de modo *así*, *completamente* y *solamente*; asimismo, se encuentran los adverbios de cantidad *solo*, *algo* y *justo*. La aparición frecuente de sustantivos como *sodoma*, *problema*, *beso* o *película* también es reseñable; así como de los adjetivos *malo*, *heterosexual*, *natural* o *normal*.

La segunda red social que se sometió a análisis fue Twitter, de la cual se procederá a hablar a continuación. De nuevo, las palabras clave se presentarán en primer lugar y las colocaciones en segundo.

Tabla 3: *Palabras clave del corpus Twitter*

Chismoso	Covid-19	Abortos	Todes	Lightyear
Avaro	Perrhijos	Voyerismo	Cineplanet	Adoctrinamiento
Pedófilo	Homosexualizar	Alv	Besuquear	Aberración
Homosexualización	Lésbicas	Lésbico	Gays	Comunistas

Fuente: Elaboración propia a partir de Sketch Engine

Tabla 4: *Colocaciones clave del corpus Twitter*

Adoctrinamiento degenerado	Película dirigida	Estrategia del progresismo	Voyerismo innecesario	Adoctrinamiento del movimiento LGTBI
Película de niños	Pelotudo subnormal	Sentido en películas infantiles	Inclusión sin sentido	Fealdad de las tortas
Ideología de género barata	Estereotipo de la fealdad	Película dirigida a una audiencia infantil	Aberración en la intimidad	Circunstancia familiar de gays
Película infantil	Ejemplo de la pandemia	Niño ideas raras	Familia lésbica	Adoctrinamiento de una familia

Fuente: Elaboración propia a partir de Sketch Engine

En la primera tabla (tabla 3), destaca la abundancia de adjetivos con un uso peyorativo (*chismoso*, *avaro*, *comunistas* o *pedófilo*). Estos insultos, aunque se utilizan como ataque al colectivo LGTB, no son las típicas expresiones que se refieren a sus

miembros. En cuanto a los sustantivos, son las creaciones neológicas como *perrhijos* (*perro+hijo*), el uso del género neutro marcado por la *-e* (*todes*) o de acotaciones como *alv* (*a la verga*). Además, se encuentran nombres referidos a la imposición de lo no heteronormativo (*homosexualización, adoctrinamiento*), así como otros sinónimos de perversión (*voyerismo* o *aberración*).

Las colocaciones de Twitter (tabla 2) se caracterizan por el lenguaje soez y los términos peyorativos, elemento recurrente en los discursos de odio, pues desempeña un papel fundamental a la hora de atacar a una persona o colectivo. Algunos ejemplos son *adoctrinamiento degenerado, ideología de género barata, pelotudo subnormal, estereotipo de la fealdad, voyerismo innecesario, niño ideas raras, aberración en la intimidad, fealdad de las tortas*, etc.

Al igual que con TikTok, se ha indagado en los sustantivos, adjetivos y verbos con mayor repercusión. Acerca de los primeros, es *niño* el que más se repite, un total de 22 veces.

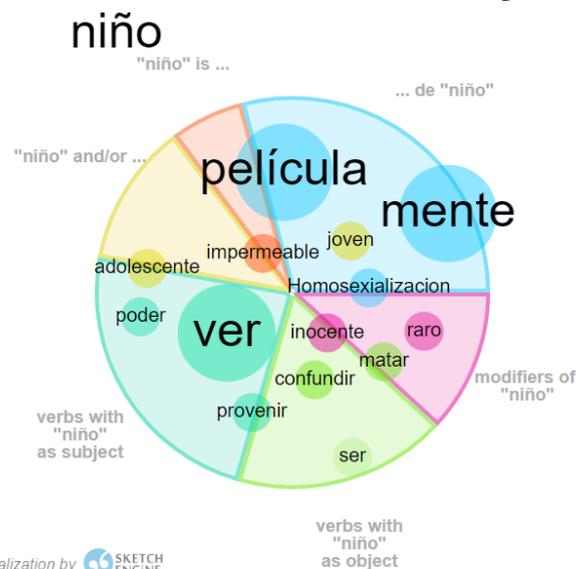
Figura 9: Sustantivos más frecuentes en el corpus de Twitter

Noun	Frecuencia ? ↓
1 niño	34 ...
2 película	12 ...
3 beso	11 ...
4 hijo	9 ...
5 escena	9 ...
6 cosa	8 ...
7 disney	6 ...
8 hombre	5 ...
9 vida	5 ...
10 homosexualidad	5 ...

Fuente: Elaboración propia a partir de Sketch Engine

El siguiente gráfico (fig.10) muestra las diferentes combinaciones en las que ha aparecido *niño* en los comentarios recogidos.

Figura 10: Colocaciones del sustantivo *niño* en el corpus de Twitter



Fuente: Elaboración propia a partir de Sketch Engine

Niño suele aparecer como sujeto de los verbos poder (“...las niñas lo podrían repetir en sus escuelas con sus compañeras y eso esta muy mal...”), *ver* (“WTF... que fuerte escena que mal que los niños vean esto”) y *provenir* (“Por ley natural un niño proviene de un padre y una madre y es con ellos con quien deben crecer y ver las muestra de afecto y amor.”) y como objeto de *confundir*, *matar* o *ser*. Por otro lado, los sustantivos que parecen acompañar a *niño* son *mente*, *película* u *homosexualización*. En último lugar, los adjetivos que más aparecen en colocación con *niño* son *impermeable*, *inocente* y *raro*.

Acerca de los adjetivos, *normal* se presenta como el más utilizado.

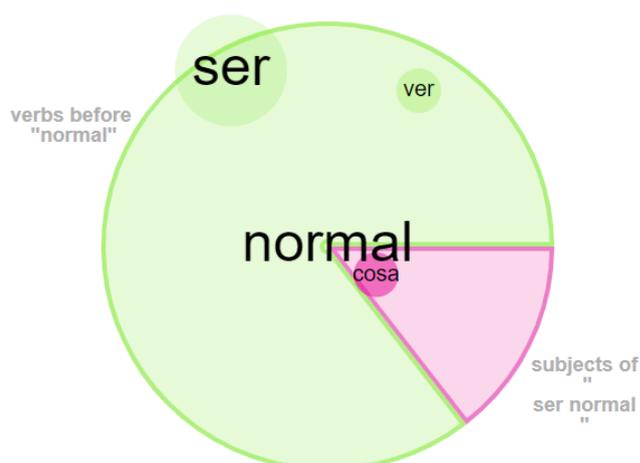
Figura 11: *Adjetivos más frecuentes en el corpus de Twitter*

	Adjective	Frecuencia ? ↓
1	normal	9 ...
2	infantil	6 ...
3	mismo	6 ...
4	homosexual	5 ...
5	gay	3 ...
6	necesario	3 ...
7	simple	2 ...
8	lésbico	2 ...
9	igual	2 ...
10	solo	2 ...

Fuente: Elaboración propia a partir de Sketch Engine

En el siguiente gráfico (fig.12) se muestran las combinaciones del adjetivo *normal*.

Figura 12: *Colocaciones del adjetivo normal en el corpus de Twitter*



Fuente: Elaboración propia a partir de Sketch Engine

Ser (“No es normal”) y *ver* (“Yo opino que eso no debe salir en una película infantil, que a huevo quieren hacer que se vea normal pero no lo es”) son los verbos con los que suele crear una colocación. Asimismo, *cosa* suele ser el sujeto de *ser normal*.

Para terminar con el análisis de corpus de Twitter, se hará referencia a los verbos. En este caso, el verbo *ser* es el que más veces aparece, un total de 94.

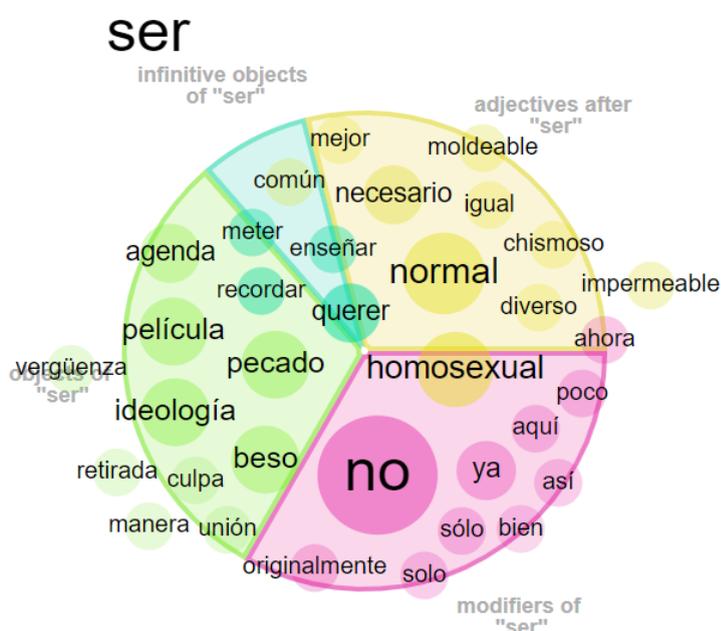
Figura 13: *Verbos más frecuentes en el corpus de Tiktok*

Verb	Frecuencia ? ↓
1 ser	94 ...
2 ver	15 ...
3 estar	13 ...
4 haber	11 ...
5 querer	11 ...
6 poder	10 ...
7 ir	9 ...
8 hacer	8 ...
9 tener	7 ...
10 meter	7 ...

Fuente: Elaboración propia a partir de Sketch Engine

En el presente gráfico (fig. 14) se encuentran todas las combinaciones que presenta el verbo *ser* en los comentarios de Twitter.

Figura 14: *Colocaciones del verbo ser en el corpus de Twitter*



Fuente: Elaboración propia a partir de Sketch Engine

En su mayoría, este verbo aparece acompañado por el modificador *no* (“ave María purísima eso no es de dios ”). En adición, *ser* tiende a aparecer con sustantivos como *pecado*, *película*, *ideología* o *agenda* y adjetivos como *normal*,

homosexual, necesario. Para concluir, *ser* puede aparecer en colocación con otros verbos en infinitivo, ejemplo de esto es *meter, enseñar, querer* o *recordar*.

Si se contraponen los datos encontrados, se da cuenta de que en ambos casos el sustantivo (*niño*), adjetivo (*normal*) y verbo (*ser*) más frecuente coinciden. A pesar de esto, dichas palabras se conjugan diferente dependiendo de la red social. En el caso del sustantivo *niño*, los comentarios extraídos de TikTok suelen dar uso del sustantivo como objeto de los verbos *imaginar, haber* y *educar*; frente a los verbos *confundir, matar* o *ser* que aparecen en Twitter.

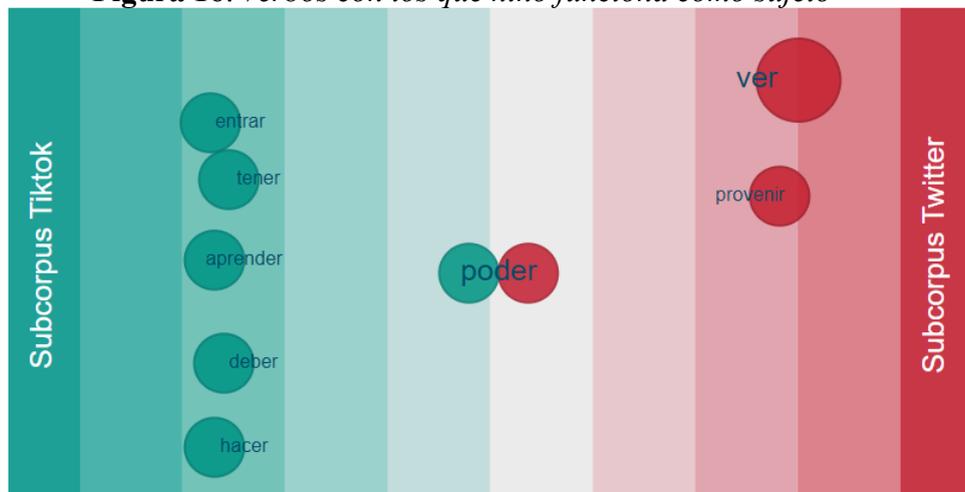
Figura 15: Verbos con los que *niño* funciona como objeto



Fuente: Elaboración propia a partir de Sketch Engine

Estos verbos cambian cuando *niño* es el sujeto de la oración. Es notable la diferencia en número de los verbos que tiene a *niño* como sujeto; en el caso de TikTok la cantidad de verbos con los que este sustantivo aparece se duplica. Asimismo, el único verbo que parece coincidir en ambas redes sociales es *poder*.

Figura 16: Verbos con los que *niño* funciona como sujeto



Fuente: Elaboración propia a partir de Sketch Engine

En esta línea de verbos, ambas redes sociales cuentan con la presencia de verbos en infinitivo que acompañan a *niño*. Por un lado, los usuarios de TikTok consideran que el contenido LGTB del vídeo puede *explicar*, *adoctrinar*, *confundir* o *mostrar*; siendo *confundir* el término más frecuente. Por otro lado, para Twitter, los términos referidos a esta categoría son *dirigir*, *ver*, *meter* o *enseñar*.

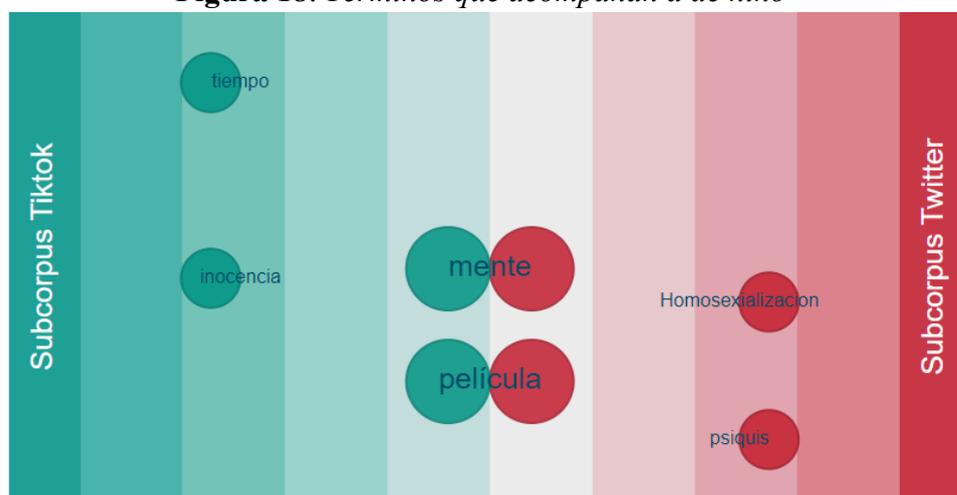
Figura 17: *Infinitivos que afectan a niño*



Fuente: Elaboración propia a partir de Sketch Engine

Asimismo, como se ve en el gráfico inferior, el beso lésbico parece afectar a la *mente* y a la *película* en relación con los niños en ambas redes. En TikTok en exclusiva este también se encuentra relacionado con *tiempo* e *inocencia*, pero *homosexualización* y *psiquis* de los mismos según Twitter.

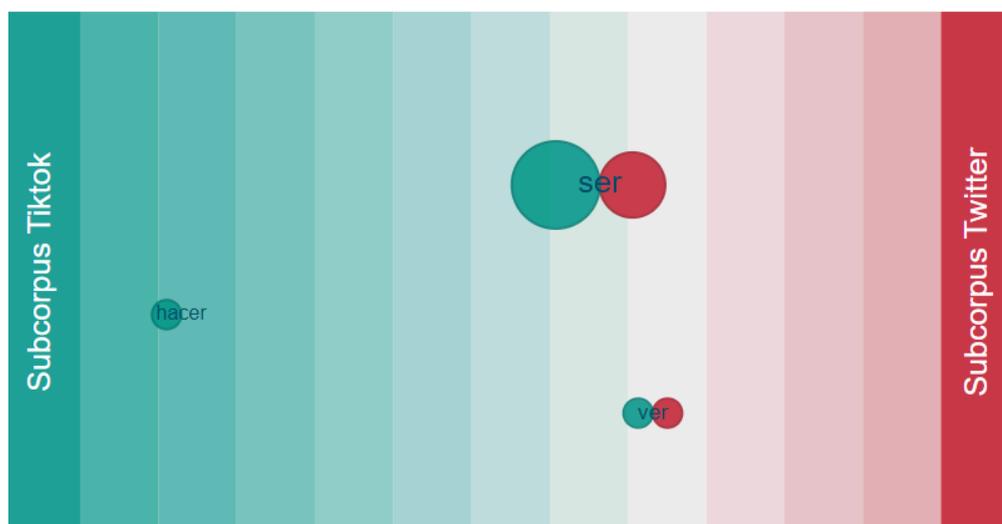
Figura 18: *Términos que acompañan a de niño*



Fuente: Elaboración propia a partir de Sketch Engine

El adjetivo *normal* es el término que menos varía de los tres (*niño*, *normal* y *ser*) entre las dos redes sociales. Este aparece en la mayoría de los casos como complemento del verbo *ser*, siendo esta colocación más fructífera en el caso de TikTok. Otros verbos a los que acompaña son *ver* en ambas plataformas y *hacer* solo en TikTok.

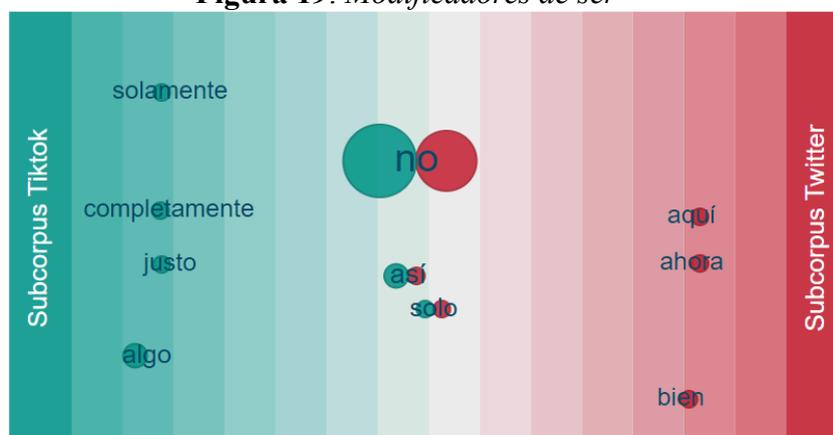
Figura 18: *Verbos con los que aparece normal*



Fuente: Elaboración propia a partir de Sketch Engine

En cambio, el verbo *ser* es la palabra con mayor variedad. Para comenzar, este cuenta con un importante número de modificadores comunes a las dos redes, siendo *no* el adverbio por excelencia. Junto con él también se pueden encontrar *así* y *solo* aunque en menor medida. Acerca de los modificadores exclusivos de cada plataforma, numéricamente estos se encuentran bastante igualados puesto que TikTok cuenta con cuatro (*solamente*, *completamente*, *justo* y *algo*) y Twitter con tres (*aquí*, *ahora* y *bien*).

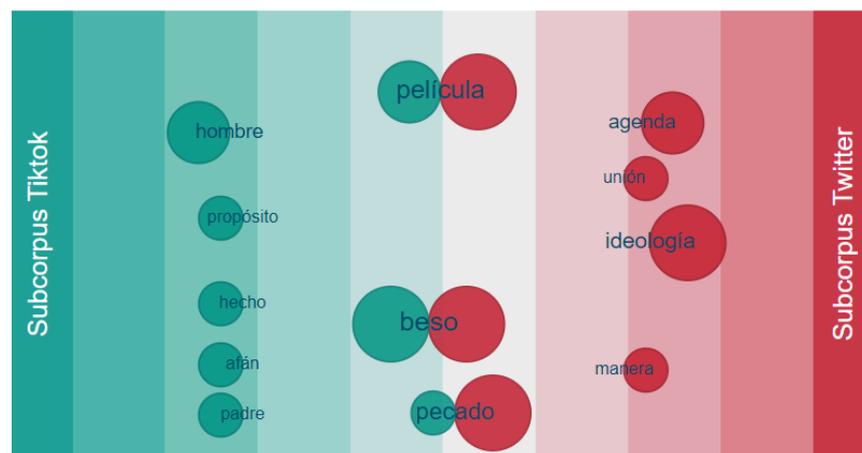
Figura 19: *Modificadores de ser*



Fuente: Elaboración propia a partir de Sketch Engine

En otro orden de cosas, los sustantivos con los que *ser* en cualquiera de sus conjugaciones crea colocación son también muy variados. En tanto a los comunes, se encuentran *película* y *beso*, en medidas similares tanto en TikTok como en Twitter, y *pecado* que, aunque es común a ambos espacios digitales su presencia es mucho mayor en Twitter. En los casos individuales, TikTok cuenta con los sustantivos *hombre*, *propósito*, *hecho*, *afán* y *padre*, mientras que en Twitter aparecen *agenda*, *unión*, *manera* y, en gran cantidad, *ideología*.

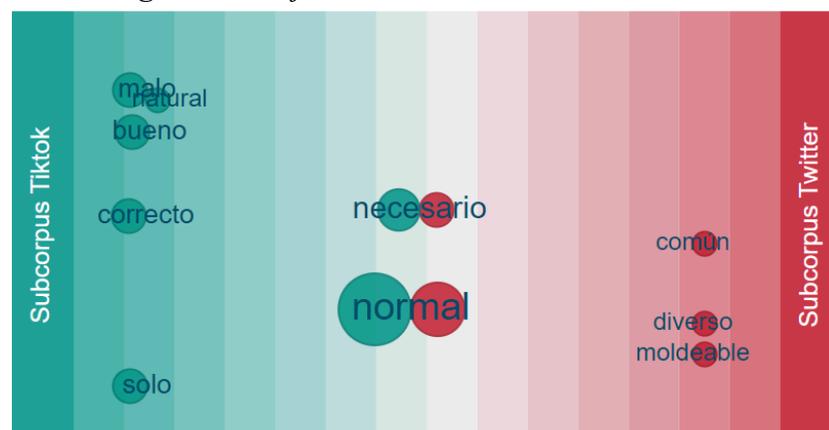
Figura 20: *Objetos de ser*



Fuente: Elaboración propia a partir de Sketch Engine

Para finalizar el análisis comparativo se hará referencia a los adjetivos que combinan con este verbo. Como era de esperar, *normal* no es solo común a los espacios digitales, sino también el adjetivo más común en este tipo de colocaciones. En adición a él, también aparece como unísono *necesario*. De nuevo, TikTok tiene un mayor número de adjetivos que acompañen a *ser* como *malo*, *natural*, *bueno*, *correcto* o *solo*, frente a Twitter que solo cuenta, de manera individual, con *común*, *diverso* y *moldeable*.

Figura 21: *Adjetivos en colocación con ser*



Fuente: Elaboración propia a partir de Sketch Engine

5. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Tal y como se ha expuesto a lo largo de este TFG, a pesar de las mejoras en la protección del colectivo LGTB a través de leyes y de la mayor visibilidad de sexualidades no normativas, aún existen posturas que niegan la variedad sexual y de género, y discursos basados en el desprecio hacia este colectivo. Estas actitudes de menosprecio han permeado en las redes sociales, las cuales, por sus características propias, permiten que las manifestaciones de odio se realicen con mayor velocidad y lleguen a más usuarios.

Este estudio tenía como objetivo principal contribuir a la caracterización lingüística de los discursos de odio en las redes sociales, además de explorar los procesos de producción e interpretación de estos mensajes en relación con sus características lingüísticas. Asimismo, como objetivos específicos, se pretendía crear un corpus de textos de discurso de odio encontrados en las redes sociales Twitter y TikTok y diseñar una metodología mixta cualitativa/cuantitativa que permitiera su análisis, así como la comparación de los dos subcorpus (uno por cada red social).

En primer lugar, los resultados obtenidos mediante el análisis cualitativo, inscrito en el ámbito del Análisis Crítico del Discurso, muestran, de manera general, que es la postura ideológica adoptada por el emisor la que propicia la aparición de la *LGTBfobia* en las redes sociales, siendo los ámbitos temáticos específicos en los que se manifiestan esos ataques el político, el religioso y el familiar. Aunque los tres aparecen tanto en Twitter como en TikTok, el peso de uno u otro ámbito temático, así como de otras características observadas, depende de la red social en la que se manifiesta ese discurso de odio.

Así, nuestros resultados muestran claramente que los mensajes con discurso de odio encontrados en Twitter son más agresivos que los de TikTok, empleando términos violentos como "podrido" y "asco" e insultos como "pelotudo subnormal" o "tortas". Además, culpan a la "ideología de izquierdas" por la aparición de contenido LGTB en los medios ("estrategia del progresismo", "ideología de género barata"), utilizando la premisa del "adoctrinamiento" político como argumento para generar contenido *LGTBfóbico* ("adoctrinamiento del movimiento LGTBI", "homosexualización"). En cambio, en TikTok, los comentarios se focalizan en el "peligro" que puede suponer para los menores el ser expuestos a contenido LGTB. Eso no implica que esta aplicación esté exenta del uso de insultos, pero en este caso, estos van dirigidos hacia las mujeres

homosexuales en concreto, apareciendo entre sus textos términos como *cachaperas*, *marimachas*, *tijeras* o *cuecas*.

En cuanto al ámbito religioso, TikTok es el entorno en el que tienen mayor presencia los mensajes que vierten mensajes de odio aludiendo a cuestiones religiosas, aunque en Twitter también se encuentra algún caso.

En la línea de las investigaciones de Martínez Valerio (2022), los resultados del presente estudio muestran que los comentarios negativos tienden más a presentarse en forma de críticas o burlas, seguidos de los insultos y menosprecios, que de amenazas. Asimismo, acorde con los resultados de Ramírez Salado (2022), queda probado el predominio de mensajes de odio hacia la mujer, así como los textos con contenido ideológico y/o político.

Por otro lado, en consonancia con Martínez Valerio (2022), el uso de emoticonos resulta frecuente en ambas redes, especialmente en TikTok. Sin embargo, los resultados hallados difieren con los de Valerio en cuanto al uso de los emoticonos. Los utilizados en este corpus refuerzan el mensaje al que acompañan, mientras que Valerio considera a los encontrados en su corpus como obstáculos a la hora de dilucidar el significado que quiso dar el usuario.

En segundo lugar —y de manera análoga a los resultados del análisis cualitativo— el análisis cuantitativo de la frecuencia léxica del corpus recogido revela la existencia de características similares en ambas redes sociales, pues tanto en Twitter como en TikTok los sustantivos, adjetivos y verbos más frecuentes coinciden (*niño*, *normal* y *ser*). Además, ambas redes vinculan el beso lésbico con la *mente* y la *película* de los infantes, siendo estos los sustantivos más comunes que aparecen en colocación con *niño*.

Sin embargo, también en este análisis se han observado diferencias entre ambas redes sociales, sobre todo en lo que atañe a las combinaciones con otras piezas léxicas. Así, en TikTok, *niño* se utiliza más como objeto de verbos como *imaginar*, *haber* y *educar*, mientras que en Twitter se asocia con *confundir*, *matar* y *ser*. Asimismo, en TikTok, *niño* se relaciona con verbos como *explicar*, *adoctrinar*, *confundir* y *mostrar*, mientras que en Twitter es más común que aparezca con *dirigir*, *ver*, *meter* y *enseñar*. En cuanto al adjetivo *normal*, se usa mayormente como complemento del verbo *ser* en ambas redes, aunque con mayor frecuencia en TikTok. Dicho verbo presenta una mayor variedad en TikTok, con modificadores diversos como *solamente*, *completamente*, *justo* y *algo*, en contraste con Twitter, donde los modificadores más comunes son *aquí*, *ahora*

y *bien*. Sin embargo, *no* es el adverbio modificador de *ser* más común en ambas plataformas. Además, *ser* suele encontrarse en colocación con los sustantivos *película*, *beso* y *pecado* en ambas plataformas, aunque *pecado* tiene una mayor presencia en Twitter. Finalmente, TikTok muestra una mayor combinación con sustantivos relacionados con la familia, como *hombre*, *propósito*, *afán* y *padre*, mientras que Twitter se inclina más hacia sustantivos referidos a la política, siendo *ideología* el que más tiende a aparecer con *ser*.

Estos hallazgos redundan en que el discurso de odio *LGTBfóbico* tiende a aparecer disfrazado dentro de discursos de otra índole como el ideológico. Esto es más notable en redes sociales como TikTok, donde la censura está más presente. Además, como señala Ramírez Salado (2022), la presencia de sustantivos y verbos es más notoria que la de cualquier otra categoría gramatical. En esta misma línea, queda contrastado que el uso de vulgarismos es significativo, especialmente en Twitter, en concordancia con Ramírez Salado (2022), como medio fundamental al colectivo.

El discurso de odio es la proyección en el discurso de determinadas estructuras ideológicas negativas como constatan los datos. Dichas ideologías hostiles pueden tener consecuencias penales por lo que queda probado que en el discurso de odio convergen el ámbito legal y el análisis del discurso. Esta característica le convierte en un notable objeto de estudio para la Lingüística Forense, ya que ella misma es un punto de confluencia entre el Derecho y la Lingüística.

El análisis de los resultados también abunda en las características propias de la escritura digital apuntadas en el marco teórico. Los datos obtenidos de las dos redes sociales coinciden con las características que identifican a la escritura *online* en general y, específicamente, a los subgéneros concretos estudiados: los *tweets* y las publicaciones de TikTok. Algunos ejemplos de ello son la sintetización de los mensajes en una cantidad reducida de caracteres, el uso de reducciones léxicas (*lpqlp*, *wtf* o *alv*) o la aparición de emoticonos acompañando al mensaje textual, a modo de refuerzo, o en sustitución de palabras completas.

Con todo, a pesar de los resultados positivos, es importante señalar algunas limitaciones de este estudio, como el escaso tamaño del corpus o la exclusión de otras redes sociales de amplio y transversal calado social y elevado número de usuarios, como Instagram o Facebook. Estas limitaciones nos mueven a sugerir que las futuras investigaciones deberían poner especial empeño en incrementar notablemente el número

de textos analizados, así como en ampliar el estudio hacia esas otras fuentes que el presente TFG no ha podido abordar.

Por último, a modo de reflexión —e integrando los resultados de nuestro estudio en el marco socio-histórico establecido anteriormente—, creemos necesario destacar que las redes sociales, aunque ofrecen anonimato y espacios potencialmente seguros para la diversidad, también facilitan la proliferación de discursos de odio que comprometen la seguridad de sus usuarios. Estos actos intimidatorios no solo afectan el entorno digital, sino que también pueden tener graves consecuencias en el mundo real, como acoso, amenazas y *bullying*.

Para que las personas LGTB dejen de ser víctimas de acoso, burla y violencia homófoba, es esencial que las redes sociales implementen sistemas de control de comentarios que reduzcan la tolerancia hacia estos mensajes. Estudios como el presente, cuyo objetivo ha sido identificar las características lingüísticas de dichos mensajes de odio, son fundamentales para generar el conocimiento necesario y desarrollar herramientas eficaces que mitiguen la difusión de este tipo de discurso.

En conclusión, con este TFG no solo contribuimos modestamente a caracterizar los discursos de odio *LGBTfóbicos* en redes sociales, sino también a subrayar la urgencia de promover estrategias que fortalezcan la seguridad y el respeto en estos espacios digitales. Con ello, buscamos sentar las bases para un entorno virtual más inclusivo y libre de violencia; por una sociedad más justa, equitativa y libre de odio.

6. REFERENCIAS

- Alfarache Lorenzo, Á. G. (2010). La construcción cultural de la lesbofobia. Una aproximación desde la antropología. En *Homofobia: Laberinto de la ignorancia* (pp. 125-146). Universidad Nacional Autónoma de México, Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades. <https://ru.ceiich.unam.mx/handle/123456789/3207>
- Armetrics. (n.d.). Qué es GIF - Definición, significado y ejemplos. *Armetrics*. <https://www.armetrics.com/glosario-digital/gif>
- BBC News Mundo. (2022). Qué es "woke" y por qué este término generó una batalla cultural y política en EE.UU. *BBC*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-63465024>
- Caldevilla Domínguez, D. (2009). Democracia 2.0 la política se introduce en las redes sociales. *Pensar la Publicidad: Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias*, 3(2), 31-48. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3438098>

- Campillo Muñoz, S. (2016). Violencia lingüística en las redes sociales. *TRIANGLE. Language, Literature and Computation*, 14, 37–69. <https://www.semanticscholar.org/reader/41e5c37c2f64e188518e23e27b4cb6a3ca9fc067>
- Casado Velarde, M. (2008). Algunas estrategias discursivas en el lenguaje periodístico de hoy. *Boletín Hispánico Helvético*, (12), 71-97. <https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/18421/1/Algunas%20estrategias%20discursivas%20en%20el%20lenguaje%20period%3%adstico%20de%20hoy.pdf>
- Cassany, D. (2003). La escritura electrónica. *Cultura y Educación*, 15(3). https://www.researchgate.net/publication/39208401_La_escritura_electronica
- Congosto, M. L., y Aragón, P. (2012). Twitter, del sondeo a la sonda nuevos canales de opinión, nuevos métodos de análisis. *Más Poder Local*, (12), 50-56. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4013889>
- Congosto Martínez, M. L. (2014). Twitter como fuente para conocer la opinión pública. En *Las nuevas tecnologías audiovisuales frente a los procesos tradicionales de comunicación* (pp. 117-143). Sociedad Latina de Comunicación Social. <http://www.cuadernosartesanos.org/2014/cac64.pdf>
- Constitución Española [Const]. Art. 20. 1978 (España).
- Council of Europe. (n.d.). Sexismo. Detéctalo. Ponle nombre. Páralo. *Human Rights Channel*. <https://human-rights-channel.coe.int/stop-sexism-es.html>
- Cruz Roja. (n.d.). Qué es la brecha digital y cómo evitar que provoque desigualdad. *Cruz Roja*. <https://www2.cruzroja.es/web/ahora/brecha-digital>
- Crystal, D. (2002). *El lenguaje e Internet* (P. Tena, Trans.). Ediciones Akal.
- de Abreu, C. (2014). Géneros y sexualidades no heteronormativas en las redes sociales digitales. Universitat de Barcelona, Facultat de Belles Arts. <http://hdl.handle.net/10803/285404>
- De Beaugrande, R., & Dressler, W. U. (1981). *Introduction to Text Linguistics*. Longman. <http://library.lgaki.info:404/2017/De%20Beaugrande%20R.-A..pdf>
- Díaz, J. A. (n.d.). *Delitos de odio*. Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones. https://www.inclusion.gob.es/oberaxe/ficheros/documentos/Informe_Delitos_Odio_Final.pdf
- Díaz Pérez, J. C. (2014). Creatividad léxica y descortesía en los medios de comunicación virtual. *Revista de Filología*, (32), 81–98.

https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/4642/RF_32_%282014%29_04.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Esquivel Alonso, Y. (2016). El discurso del odio en la jurisprudencia del Tribunal Europeo de Derechos Humanos. *Revista Mexicana de Derecho Constitucional*, (35). https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-91932016000200003

Fernández Smith, G. F. S. (2009). Principio de adecuación y teoría del texto. En M. Veyrat Rigat & E. Serra Alegre (Eds.), *La lingüística como reto epistemológico y como acción social: Estudios dedicados al profesor Ángel López García con ocasión de su sexagésimo aniversario* (pp. 105-114). Arco/Libros. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=556940>

Fernández Smith, G. I. (2018). Instrumentos lingüísticos de los discursos de odio en la prensa digital. *Fragmentum*, 99-122. <https://produccioncientifica.uca.es/documentos/62613b0c552a9e6dec0533af>

Fonseca Hernández, C., y Quintero Soto, M. L. (2009). La teoría queer: La de-construcción de las sexualidades periféricas. *Sociológica (México)*, 24(69). https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-01732009000100003

Franquesa S., A. M. (2002). Breve reseña de la aplicación del análisis crítico del discurso a estructuras léxico-sintácticas. *Onomazein*, 7, 449-462. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6467345.pdf>

García Núñez, J. M., & Mora Millán, M. L. (2017). *Lingüística de corpus – Instituto de Lingüística Aplicada*. Instituto de Lingüística Aplicada – ILA. <https://ila.uca.es/linguistica-de-corpus/>

Giribuela, W. (2020). Emancipaciones en duda: Las sexualidades contra-hegemónicas en la formación disciplinar. *ConCiencia Social*, 4(7). <https://revistas.unc.edu.ar/index.php/ConCienciaSocial/article/view/30752>

Goffman, E. (1982). *Interaction ritual: Essays on face-to-face behavior*. Knopf Doubleday Publishing Group. <https://eclass.uoa.gr/modules/document/file.php/EDS143/Erving%20Goffman%20-%20Interaction%20Ritual%20Essays%20on%20Face-to-Face%20Behavior%20-Pantheon%20%281982%29.pdf>

González Natal, D., y Hernández, J. E. (2023). Discurso de odio y orgullo LGTBIQ+ en la conversación digital. *LLYC*.

https://ideasplus.llorenteycuencia.com/hubfs/IDEAS_PLUS/PRIDE_2023/Informe_LLY_C_Discurso_de_Odio_y_Orgulo_LGTBIQ_en_la_conversaci%C3%B3n_digital_ESP.pdf

Gonzalo Manjón, C. (2019). *La LGTBIfobia en los delitos de odio* [Trabajo Fin de Grado, Universidad Pontificia Comillas]. <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/27434/TFG%20CRIMI.pdf>

Grau Álvarez, J. (2021). La libertad de expresión y discurso del odio: Estudio comparado de la jurisprudencia de Estados Unidos y Europa. *ICADE*, (111), 1-33. <https://revistas.comillas.edu/index.php/revistaicade/article/view/14496>

Ha, A. (2018, septiembre 3). TikTok adds video reactions to its newly-merged app. *TechCrunch*. <https://techcrunch.com/2018/09/03/tiktok-reactions/?guccounter=1>

Instituto Cervantes. (n.d.). Diccionario de términos clave de ELE. Adecuación. *Centro Virtual Cervantes*. https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/diccio_ele/diccionario/adecuacion.htm

Kaufman, G. A. (2015). *Odium dicta: Libertad de expresión y protección de grupos discriminados en internet*. Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación. <https://repositorio.dpe.gob.ec/bitstream/39000/1223/1/CONAPRED-061.pdf>

Lorenzo Castellanos, A. (2022). LGTBIfobia en África subsahariana: Agenda 2030, ONGD y derechos humanos. Estudio exploratorio de las situaciones de violencia hacia las personas LGTBIQ+ migrantes en tránsito por Malí. *Revista Internacional de Diversidad en Organizaciones, Comunidades y Naciones*, 2(1). https://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/202129/lorenzo_2022_LGT.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Martínez Valerio, L. (2022). Mensajes de odio hacia la comunidad LGTBIQ+: Análisis de los perfiles de Instagram de la prensa española durante la “Semana del Orgullo”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 80. <https://nuevaepoca.revistalatinacs.org/index.php/revista/article/view/1749>

Matuška, O. (2019). Keyword. *Sketch Engine*. https://www.sketchengine.eu/my_keywords/keyword/

Muñoz León, F. (2016). Cisnormatividad y transnormatividad como ideologías que articulan el tratamiento jurídico de la condición trans. *Revista Austral de Ciencias Sociales*, (30), 161-181. <https://www.redalyc.org/pdf/459/45955901008.pdf>

- Muñoz Muñoz, A., y Argüelles Álvarez, I. (2010). Análisis del discurso en redes sociales: Twitter un caso bajo estudio. En J. L. Bueno Alonso (Ed.), *Análisis del discurso en redes sociales: Twitter un caso bajo estudio*. https://www.researchgate.net/publication/288829742_Analisis_del_discurso_en_redes_sociales_Twitter_un_caso_bajo_estudio
- Observatorio Andaluz contra la Homofobia, Bifobia y Transfobia. (2022, abril 21). Lesbofobia: Qué es y qué hacer para identificarla. *Observatorio Andaluz contra la Homofobia, Bifobia y Transfobia*. <https://observatorioandaluzlgbt.org/lesbofobia-que-es/>
- Olmos Alcaraz, A., Rubio Gómez, M., Lastres Aguilar, N., y Martín Godoy, P. (2020). Jóvenes, redes sociales virtuales y nuevas lógicas de funcionamiento del racismo: Etnografía virtual sobre representaciones y discursos de alteridad e identidad. *Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud*. <https://www.centroreinasofia.org/publicacion/jovenes-redes-sociales-racismo-2020/>
- Organización de las Naciones Unidas. (2019). Discurso de odio frente a libertad de expresión. *The United Nations*. <https://www.un.org/es/hate-speech/understanding-hate-speech/hate-speech-versus-freedom-of-speech>
- Organización Internacional de Trabajo. (1958, junio 15). Convenio C111 - Convenio sobre la discriminación (empleo y ocupación), 1958 (núm. 111). *ILO*. https://www.ilo.org/dyn/normlex/es/f?p=NORMLEXPUB:12100:0::NO::P12100_Ilo_Code:C111#A11
- Philbrick, F. A. (1993). *Language and the Law: The Semantics of Forensic English*. W.S. Hein.
- Preciado, B. (2005). Multitudes queer: Nota para una política de los "anormales". *Nombres*, (19). <https://revistas.unc.edu.ar/index.php/NOMBRES/article/view/2338>
- Ramírez Salado, M. (2022). Análisis lingüístico del discurso de odio en redes sociales. *Revista Internacional de Cultura Visual*, 12(1). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8942264>
- Rapley, T. (2014). *Los análisis de conversación, de discurso y de documentos en investigación cualitativa*. Ediciones Morata.
- Real Academia Española de la Lengua. (n.d.-a). Contexto. *Diccionario de la lengua española (2001) | RAE - ASALE*. <https://www.rae.es/drae2001/contexto>
- Real Academia Española de la Lengua. (n.d.-b). Odio. *Diccionario de la lengua española | RAE - ASALE*. <https://dle.rae.es/odio>

- Rivera Martín, B., Martínez de Bartolomé Rincón, I., y López López, P. J. (2022). Discurso de odio hacia las personas LGTBIQ+: Medios y audiencia social. *Prisma Social: Revista de Investigación Social*, (39), 213-233. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8665244>
- Sabaj Meruane, O. (2008). Tipos lingüísticos de análisis del discurso (AD) o un intento preliminar para un orden en el caos. *Revista de Lingüística Teórica y Aplicada*, 46(2).
- Sampietro, Agnese. (2016). *Emoticonos y emojis: análisis de su historia, difusión y uso en la comunicación digital actual*. Dialnet. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=83775>
- Suárez-Álvarez, R., & García-Jiménez, A. (2021). Centennials en TikTok: Tipología de vídeos. Análisis y comparativa España-Gran Bretaña por género, edad y nacionalidad. *Revista Latina de Comunicación Social*, 79, 1-22. <https://nuevaepoca.revistalatinacs.org/index.php/revista/article/view/1256/2911>
- The Nation. (2018, mayo 23). TikTok lets you duet with yourself, a pal, or a celebrity. *The Nation*. <https://web.archive.org/web/20190626182740/http://www.nationmultimedia.com/detail/lifestyle/30346044>
- Universitat de Girona. (2022). Lingüística forense: La disciplina que une la lengua con el derecho. *Universitat de Girona*. <https://www.udg.edu/ca/>
- Van Dijk, T. A. (1998). *Ideology: A multidisciplinary approach*. SAGE Publications. <https://discourses.org/wp-content/uploads/2022/06/Teun-A.-van-Dijk-1998-Ideology.-A-Multidisciplinary-Approach.pdf>
- Ventriglio, A., Castaldelli-Maia, J. M., Torales, J., De Berardis, D., & Bhugra, D. (2021). Homophobia and mental health: A scourge of modern era. *Epidemiology and Psychiatric Sciences*, 30, e52. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC8264802/#ref12>
- Weinberg, G. H. (1972). *Society and the Healthy Homosexual*. St. Martin's Press.
- We Social & Meltwater. (2024, enero 31). Digital 2024: 5 billones de usuarios en Social Media. *We Social*. <https://wearesocial.com/es/blog/2024/01/digital-2024-5-billones-de-usuarios-en-social-media/>
- Yus Ramos, F. (2003). *Cooperación y relevancia: Dos aproximaciones pragmáticas a la interpretación*. Publicaciones de la Universidad de Alicante.

Zhang, N., & Skoric, M. M. (2018). Media use and environmental engagement: Examining differential gains from news media and social media. *International Journal of Communication*, 12. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/7650>

7. ANEXOS

7.1 Anexo 1: Corpus de Twitter

Vídeo 1:

<https://twitter.com/ElementalELM/status/1539251670110158848?t=dWnl-MjKd447MGuB59bFuw&s=19>

- “Y es para los 2 lados? o solo en contra de lo heterosexual?”
- “Que podrido hay que estar por dentro para pensar que en un película infantil es necesario meter una escena como esa, no hay necesidad, ni tampoco creo que eso es entretenimiento pero mucho menos educación...hay cosas que solo se hacen pendejos para ver a un niño confundido”
- “El caso es meter una escena LGBTQI+123 que no tiene nada con la película, ...pero hay que meterla. La IMPOSICIÓN es lo que no soporto ni acepto. Allá cada quien como es y eso lo acepto -pero no obligado-”
- “La película, debe ser censurada. No solo es un beso lésbico, sino la imposición y adoctrinamiento de una familia lésbica, gay y no sé q más, perturbando la ment de los niños, tratando de normalizar lo anormal. Hay que ser bien idiota para ir al cine a ver una película de ese tipo”
- “Bueno si tú lo vez Bien! No significa que este Bien! Si entiendes?”
- “Esta es la escena de Buzz Lightyear por la que quiero que se censure la película.”
- “Ingeniería social a full y lo ven como normal, justamente eso es lo que quieren. Se van programando sin que te des cuenta.”
- “mi dbr es recordarles q ser homosexual es pecado, tienen la misma condenación q el chismoso, el avaro, el idólatra, el adultero y el borracho. La sentencia del juicio final es firme, no entrarán al cielo. Así que, como todos los pecadores, deben arrepentirse de sus malos caminos.”
- “Amar no es pecado, ser homosexual sí. son dos cosas muy diferentes. y recuerda que esta vida que disfrutas ahora es perecedera y realmente corta comparada con la eternidad.”
- “no se trata de rituales, se trata de comprender q ser homosexual es pecado, y como todo pecado es necesario arrepentirse y al arrepentirse no seguirlo practicando. por ejemplo ser homosexual es tu debilidad, para tu vecina s ser chismosa o avara. ambas cosas son iguales para Dios”
- “Sabes cual la agenda a seguir después de "normalizar" a los niños las conductas homosexuales y lesbicas??...normalizar la pedofilia...!”
- “No me genera odio pero si rechazo, porque veo adoctrinamiento del movimiento LGTBI. Que es una peli de aventuras, los besos sea de quien sean sobran.”
- “Los gay llegaron a destruir el mundo ya han destruido el mejor personaje de Disney”
- “Lo podrido es querer imponer,pervertir y adoctrinar a los chavales con vuestra basura de ideología. Y si, para concebir un hijo hace falta un hombre y una mujer, lo demás es una desviación. No es odio ni rechazo, es agenda 2030 y un montón de lacayos.”
- “El beso no está mal lo malo es que se imponga una ideología y se dañe la moralidad, que se gana enseñando a los niños que dos personas del mismo sexo se

pueden besar en la boca? A los niños hay que educarlos bien y si después deciden hacer otra cosa que lo hagan sin imposiciones”

- “Éste es el nuevo orden mundial, la destrucción de la familia. Puesta en escena para que adolescentes, y niños vean claramente mente. Señores que la gente sea lo que sea; no lo metan a la cañona. Basta ya de manipulación. Detrás de esto están los millonarios COMUNISTAS.”
- “Que podrido has de estar de la cabeza para que te gusten las personas de tu mismo género”
- “Asco 🤢🤢🤢🤢🤢🤢🤢”
- “Enfermos”
- “Lo que genera odio es la forma forzosa en la que quieren imponer su ideología, asquerosos y pelotudos de mierda. Necesaria? Es una película de niños, maldito pelotudo subnormal.”
- “🤢🤢🤢🤢🤢🤢”
- “🤢🤢🤢🤢🤢🤢🤢”

Vídeo 2:

<https://twitter.com/cobayasgamer/status/1538534242547818496?t=4HxtVEXFik0kOtdTwOhKrw&s=19>

- “WTF... que fuerte escena que mal que los niños vean esto 🤢🤢 bueno las cosas como son el 2022 siempre nos trae sorpresita así 😂🤢”
- “Si no es así. Para que lo hacen? Te crees que se gastan el dinero por nada a cambio? Te crees después del ejemplo de la pandemia q los niños son impermeables? Q no se pueden manipular? Que ingenuidad la vuestra. Observa las circunstancias familiares de gays y te sorprenderá”
- “Lo único que me alivia la conciencia es que vuestro acervo se extinguirá en no más de 40-50 años.”
- “O antes, claro...”
- “Jajajaja está no? Nos empezaremos a preocupar cuando las princesas de Disney les pongan voz gruesa y se identifiquen todes. Este es sólo el inicioZ”
- “Son una secta, tengo amigos gays que dicen lo mismo de ustedes”
- “La basura q la minoría nos quieren imponer”
- “La basura de la " minoría" te dieron la vida . Leyendo tu comentario no te quieres ni a ti misma ,incapaz de reconocer que proviene de dos células de tu padre y de tu madre ,esa "pequeña minoría" debe de estar avergonzada”
- “Hay que hacer estas chorradas para ser diverso....Es lo que se estila ahora, si no que se lo digan a Netflix”
- “Esa es la estrategia del progresismo. Te la van poniendo de a poco, progresivamente. Después, un día llega en q todos nos preguntamos cómo fue q llegamos a matar niños inocentes con #Abortos, a los Abuelos con #Eutanasia y envenenar los pibes con #AdoctrinamientoDegenerado”
- “Pero, al menos, conserva el estereotipo de la fealdad de las tortas.”
- “Yo no vi todavía la peli y pensaba contento que iban a besuquearse dos lindas mujeres jóvenes, pero no, son dos abuelas. Qué desilución, no vale la pena esa escena”
- “Comentario 0% sarcástico/irónico. El mundo se va a la mierda si no lo está ya.”

- “Así empiezan.. Así le entran a la psiquis del niño ¡Que estupidez , Tío! Inofensivo dicen... son simples muñequitos..¡CINICOS DE MIERDA! A mis hijos los educo yo. Luego, ellos podrán seguir su libre albedrío”
- “Sigue por ahí aplaudiendo inclusión sin sentido en películas infantiles.”
- “Si pues tienes razón, poco a poco lo normalizan, has que un día se confundan, por qué todo es mente e ideas y eso son moldeables.”
- “El cáncer comienza con una célula.....”
- “Es una vergüenza cómo meten a los niños ideas raras en la cabeza.”
- “no llevaría a mi hijo a ver esta aberración.”
- “Por ley natural un niño proviene de un padre y una madre y es con ellos con quien deben crecer y ver las muestra de afecto y amor. Si después que crezcan y tengan poder de discernimiento deciden cambiar ese patrón, ya es decisión de ellos.”
- “En USA, dicha escena fue originalmente retirada por Disney. Pero por presión de grupos LGTB Disney no la recortó. Esta película fue vetada en 14 países. Es una película dirigida a niños, se van por los más vulnerables, como no puede con los adultos, van por los niños.”

Vídeo 3: <https://x.com/MerGarza/status/1537980488874242048?s=20>

- “No es normal, por naturaleza se unen hombre y mujer. Gente que quieren dañar la mente de niños y jóvenes. La sociedad cada vez más en declive.”
- “pues claro que es poco. sólo están tanteando el agua, para ver si en la próxima se atreven a poner más. es mejor protestar contra la perversión ahorita que se atreven con poco.”
- “Eso es lo normal, lo natural. Hoy normalizamos lo común, es normal ver en las noticias matanzas, ejecuciones, asaltos, etc... pero no es normal, d igual forma existen hombres y mujeres quienes tienen preferencia por su mismo sexo, es su gusto, su derecho, pero no es normal!!!”
- “No es por el beso, porque deben meter en películas infantiles cosas que no son normales, son comunes nada más”
- “Según yo? No, es según la naturaleza, hombre y mujer somos la unión perfecta, es la única manera de reproducirse, lo demás es ideología de género barata”
- “El estiercol después del COVID-19 es la ideología de género.”
- “El asunto no es el beso, es todo lo que viene detrás de eso”
- “No es el simple beso sino la agenda política que viene detrás de todo eso. No vayas llorar porque no queremos eso”
- “De todo lo q leo aquí queda q disney pretende homosexualizar las mentes infantiles, se va al cine a pasarla bien y esas mierdas salen con esto.”
- “Me dá un chingo de gusto que les arda que no llevemos a la familia al cine a ver mierda de Disney y sus teorías de genero, ALV.”
- “Es que una cosa es enseñarle a mis hijos a respetar las ideologías y orientaciones de los otros y otra muy diferente que aprenda a ver normal esto. No es lo que quiero que ellos vean como “normal”, es mi ideología y mi orientación y así deberían de respetar y no imponer.”

Vídeo 4: <https://x.com/latendenciape/status/1538208490476273665?s=20>

- “Voyerismo innecesario en una película dirigida a una audiencia infantil. Pero de poca relevancia para mi al final porque la industria del "entretenimiento", infantil o no, ya es algo que generalmente ignoro - no lo consumo. #NoMas”

- “Homosexualización de niños”
- “DIOS solo creó al hombre y mujer; por eso abundan los pedófilos y se fugan a otros países por sus delitos que cometen y so pretextos de perseguidos se fugan 🐭🐭🐭🐭 ... 😊😊😊”
- “Lo malo aquí es querer a la fuerza meter esa idea que te puede gustar o puedes tener cosas con alguien del mismo sexo y más a los niños ya en todo quieren hacer publicidad de eso cuando hay cosas más importantes en el mundo a las que se les puede dar más importancia”
- “DIOS creó al hombre y mujer; por eso están los pedófilos”
- “...las niñas lo podrían repetir en sus escuelas con sus compañeras y eso está muy mal...”
- “ASCOOO NO MAMES QUEMEN DISNEY NO PUEDE SER ALLA AKBAR ARRIBA JESUS NOOO ABAJO GEIS HEIS ADIOS CALDERON Y ARRIBA ANLO”
- “Cineplanet dio un aviso q contiene película, NO LA CENSURÓ, NI DIJERON PELICULA DEL DIABLO TAMPOCO SACARON DE CARTELERA, ASÍ QUE ESTÉN TRANQUILOS LLEVEN A SUS PERRIHUJOS, HAMSTER A VERLA MIL VECES, QUIEN DICE Q NO EXISTEN IDEOLOGIA GENERO?ONG INTERNACIONALES PLANTEAN 112 GÉNEROS”
- “Coma mierda Son niños y es una película de niños que los están insitando a la aberración de esos adultos. Hagan sus aberraciones en la intimidad como debe ser. No delante de los niños que no son sus hijos.”
- “Excelente que se corte, la moral sexual de los LGBT es pervertida”
- “Por cierto bastante feas”
- “Después de dos mil veintidós años y 169 días de que los humanos habitamos este planeta no hemos aprendido nada. ... Y saben que es lo peor? Que seguiremos sin aprender ni entender ...”

7.2 Anexo 2: Corpus de TikTok

Video 1: <https://vm.tiktok.com/ZGeywNr1F/>

- “que mala onda la verdad la tele educativa se acabó”
- “Esa escena no era Necesaria deberían Quitarla”
- “Sobra”
- “Una cosa es la inclusión y otra la imposición 🙄”
- “eso es PECADO”
- “ave María purísima 🙏 eso no es de dios 🗣️📌”
- “lo ke tratan es de hacer ke los niños entren en confucion ya ke ellos empiezan a sembrar duda. esa duda Por eso no los llevare a verla”
- “es película para niños, el detalle es que quien a fuerza adoctrina a los niños, dejen que crezcan y decidan solos según su naturaleza ,las inclinac...”
- “Yo creo que no es correcto porque los niños aprenden por imitación...hay un momento para todo”
- “lo veo más como capricho de los directores q otra cosa solo quieren ser aceptados y ni ellos se aceptan”
- “alrato todos los niños haciendo eso. de mal en PEOR”
- “asc0”
- “los raros”

- “La de cabello gris es el Hombre. Fácil...”
- “Si al rato van a normalizar besos entre adultos y niños 😊😊😊”
- “yo no dejaría que mis hijos la vieran están tratando de que aceptemos algo que va encontrando de todo simplemente no está bien mi umilde opinion”
- “por favor no se enojen cuando sus hijas besen en la boca a otras y sus hijos a otros . pues lo están normalizando . sean tolerantes.👍👉”
- “maltida inclusión con tal y de metal estás madre hacen lo que sea y hacer felices a un pequeño grupo de gente”
- “tijeras a hueso”
- “forzando la inclusión...no es el beso ni lo que puede hacer la escenaes.la forma que ahuevo quiren ver eso como algo normal”
- “dejen que los niños sean niños y que descubran las cosas a su tiempo tantas películas de adultos que ahí con ese contenido y no están a gusto aun”
- “cancelada, que nefasto”
- “eso es malo 😞”
- “que bueno que la cancelaron en varios lugares”
- “los géneros son para la música no para personas- pespi 2020”
- “NEFASTO!!! QUE BUENO QUE LA ESTAN CANCELANDO EN VARIOS PAISES”
- “que ya basta de su "inclusión" se dan cuenta que solo escogen el tema de la homosexualidad o el racismo porque está de moda”
- “muy mal”
- “por eso yo educo a mis hijos del bien y el mal según la biblia y no dejo que la tele los adoctrine 😞”
- “SOLO VEO A 2 MARI MACHAS BESÁNDOSE.... ADELANTEN ESE ESCENA Y YA. LA. PELÍCULA ES BUENA.”
- “pus q bien que las quiten en otros países”
- “si asi como se.empeña disney en meter la idea de normalizar la homosexualidad lo hiciera con enseñar la palabra de Dios este mundo seria diferente”
“pero bueno como la presidenta de Disney es lesbiana y feminista logico que buscara meter mas contenido y esto nones nuevo en la compañía”
- “Cada quien su vida pero porque les tenemos que mostrar a los niños q es algo normal? Si no lo es.”
- “los hijos deben de crecer en un ambiente familiar donde existe el papá y la mamá no hay más”
- “Yo opino que eso no debe salir en una película infantil, que a huevo quieren hacer que se vea normal pero no lo es”
- “se las van ir dejando ir de a poquito la agenda gay ya empezó.....listos con eso”
- “Innecesario, pero hay que meter parejas homosexuales en TODOOOOO, si no se sienten”)
- “y con que fin está escena que aporta”
- “Pueden pero no deben, ahí depende de los padres al igual que aquí, el problema es que esta si es película infantil”
- “q vendra despues? ya no hay peliculas para niños .”
- “ay de aquel que diga que lo malo es bueno y lo bueno es malo Isaías 5:20 macho y hembra los creo dios”
- “SOLO SOMOS 2 GÉNEROS”

- “como se lo explicas a un niño de 4 años 😬😬”
- “Pueden decir lo que quieran pero ese beso no era necesario!! Esos son los problemas de la inclusión A wuebo quieren que les pongamos atención.”
- “es q no es adecuado para los niños”
- “En unos años eso ya será normal, podremos ver amores entre princesas y príncipes 😞 no estoy en contra pero si que las películas infantiles hagan esto”
- “si porque mis hijos lo ven y se confunden. ya ni las caricaturas son para niños”
- “apuesto a que una de los escritores de esta película es gay y quiere hacer parecer que es normal, tratan de manipular la inocencia de los niños.”
- “A ESTE MUNDO YA C LO LLEVO SU P.UTA MADR3... ESTO ES SODOMA Y GOMORRA.. LLUVIA D FUEGO CAERA DEL CIELO 😬😬😬”
- “Esa escena debe ser eliminada”
- “No est@ bien pero siempre he creído que en el espacio las reglas terrestres no aplican”
- “los niños se fijan de todoooooooooo !!!!! y saben que beso entre mismo género es algo no cotidiano, así que yo repruebo la escena así sea 1 segundo”
- “que bueno que la están cancelando 😄😄😄”
- “😡😡😡😡😡😡😡😡😡😡”
- “mal”
- “muy mal 😬”
- “un poco forzado, es que aunque me insulten pixar poco a poco quiere encajar con la chaviza”
- “No deben de poner eso es películas para niños.. 😬😬😬”
- “No me molesta el beso, me molesta que en TODO si o SI deban de estar personajes LGTBQ y mas en esto que es una película para niños.”
- “la vida ya no es normal”
- “la vdd cada quien sus gusto pero no me gusta que lo normalicen los bebés que van naciendo se les Ara normal y no es normal”
- “Disney impulsando la homosexualidad en los niños”
- “osea el problema en realidad no es el beso en si pero que necesidad de agregarlo ??? nada q ver ya quieren normalisar todo”
- “está escrito a lo malo llamaron bueno y a lo bueno llamarán malo ..por haberse multiplicado la maldad tendrán corazones cauterizados”

Video 2:

https://www.tiktok.com/@gretelulloa5/video/7111002609070345518?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7247828698190120474

- “Jajaja no es forzado un beso entre hombre y mujer, eso toda la vida se ah visto pero de personas con su mismo sexo No”
- “A mi hija en la escuela la maestra le dijo que que un niño puede usar el arcoíris para vestir, mi hija sabe que ay niños y niñas, ella le dijo que no”
- “osea sin necesidad que se den un beso, sea de hetero o gay. Un abrazo es suficiente, pero quieren hacer que ya los gays sea "normales"”

- “Muchas personas lo ven insignificante pero no está bien que ponga una escena así no era necesaria por que confunde a los niños”
- “va llegar un momento que prácticamente nos van a llama raros si somos heterosexual”
- “Me alegro que esté prohibido 🚫 por qué, porqué de mayor edad ni pueden tomar decisiones imagínate un niño lo podemos confundir sin saber nada 🧠”
- “Es correcto porque los niños se pueden confundir los niños deben decidir con lo se identifican asta q tengan una edad donde no estén confundidos”
- “Opino que los niños no hay que imponerles las cosas como lo están haciendo que crezcan y en su desarrollo se den cuenta de lo q de verdad quieren”
- “Esta bueno por que eso confunde a los niños que aún no saben nada de este mundo 😊”
- “es inapropiada hicieron lo correcto”
- “Que debería no solamente ser prohibida en 14 países sino en todos.”
- “Yo tengo entendido qué hay dos padres , Dios , santidad y pureza , y está eL Diablo padre de toda picardía impureza sexual y la mayoría son de el 😏”
- “😏 Parece que los nuevos altos ejecutivos son pro-gay en la última película de marvel del Dr strange la niña tenia 2 mámas? ojo con lo que vensus hijos”
- “No es solo la cena del beso, es el hecho de normalizar (imponer) en las mentes de niños y niñas el contexto homosexual.”
- “Que la prohiban mundialmente”
- “esta bueno. porqu3 una cosa es. RESPETAR A LOS QUE. SON así otra cosa es que afuerza le quieren enseñar a nuestro hijos que es algo normal 😊”
- “me alegro que lo prohibiera”
- “eso esta mal porque en una película de niños ponen una mujer besandose de otra 😭😭”
- “es respetable los gustos de la personas , k practican dichas prácticas no naturales ,, pero lo k no se nos hace justo es meterlas en películas de niñ”
- “hicieron muy bien esos países que aún tiene dignidad y respecto”
- “jajaj gastaron 120 millones en la película,y perdieron 40 millones por sus mamadas de la homosexualidad 😊 que linda es la vida”
- “inesesaria y de mal gusto”
- “Aparte de prohibirla deberían multarla y una pena de años de censura a la empresa”
- “puños !!! por eso esta quebrando Netflix y Disney va para alla”

Video 3: <https://www.tiktok.com/@celsoflaviog/video/7111425427079482629>

- “innecesario”
- “la moral ha esceado en estos tiempos que hasta los niños son educados por pecados en tele que siguen viendo.”

Video 4:

https://www.tiktok.com/@geeklandhn/video/7110651400035536134?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7347393526260696608

- “la atracción por el mismo género, es una decisión que se toma ya cuando se tiene conciencia, no podemos inculcarles a los pequeños eso”

- “Están queriendo deformar el verdadero concepto de Familia”
- “Y me parece una decisión muy atinada! Ojalá y más países se sumaran.”
- “Devemos entender y hacer conciencia q si apoyamos esto después vendrán mas escenas no es solo el beso es el dejarlo pasar y caer!”
- “Aunque digan que los niños no se dan cuenta, claro que si!! De hecho ese es el propósito hacerlo ver como algo normal cuando no lo es.”
- “Así empiezan y ya después seguirán poniendo mas cosas”
- “Esa escena debió ser cortada”
- “wey, osea que si tu hamburguesa la quieres sin tomate y solo por qué una minoría le gusta el tomate, te la tendrías que comer con tomate? NO ES NORMAL”
- “ya no hay respeto ni en las películas infantiles 😡”
- “no es el beso,sino el contenido woke en exceso que tiene Disney pretendiendo deconstruir todo su contenido original.”
- “mensajes subliminal. poco a poco quieren entrar en las mentes de los niños. una cosa es respetar otra cosa es imponer a los demás lo que ellos quieren”
- “no puede ser si a los hombres nos encantan las lesbianas. claro si fuera hombre con hombre lo entendería.”
- “Muy bien que la hayan prohibido. Cual es el afsn de meterle a los chamos las vainas de 🦆🦆🦆🦆🦆 y cachaperas”
- “cuecas”
- “Esta muy bien ya quieren hacer que esas cosas sean normales para nuestros hijos”
- “que nunca se pierdan los modales y que los niños esten libres de homosexualidad”
- “Esta mal el beso entre dos mujeres. La pelicula es para niños. No es normal. 😏”
- “sabes bien que no es normal, sin embargo el mundo entero deja que solo juzgue Dios. por eso con empatía respetamos su forma de vida.”
- “genial que la prohíban, quieren que sea normal eso y los chicos se pueden confundir a no normalizar algo que está mal ,”
- “basta de torcer las mentes y de acelerar los tiempos de los niños.. lpqlp a todos.”
- “muy bien dicho ! no se va cambiar el sistema tradicional de familia por el 0.01 de la población mundial”
- “Excelente decisión no se debe deformar el concepto de familia”
- “los géneros de más solo son para las músicas no para las personas”
- “Bombardeen Pixar”
- “Donde esta la necesidad! 😳😡”
- “Disney homosexualizando el mundo”
- “Se quiere normalizar lo que no es natural, y las series en las plataformas lo están haciendo, no me importaria si no fuera padre.”
- “me parece muy acertada esa desicion. los peques hay que cuidar lo que ven. guiarlos no confundirlos.”

- “a los niños los confunden, además no fue solo un beso, fue el matrimonio, el embarazo, eso que lo hagan en otra clase de películas para gente adulta”
- “a lo bueno le llaman malo, a lo malo bueno. Escrito está”
- “buscar quién tiene la razón si nos vamos a la fe uno debe de aceptar como quieran ser la personas pero las personas no aceptan como dios los creo”
- “ No podemos cegarnos, aunq expliquemos, los niños dirán lo q les dijimos, pero realmente les crea confusion”
- “la teoría de la relatividad llevada de la ciencia física a la social es lo que esta provocando esto, y el beso es solo lo cantoso de ese proceso!”
- “reducción de la población y la familia”