

DISCURSO DE ODIO Y ORGULLO LGBTIQ+ EN LA CONVERSACIÓN DIGITAL

INTRODUCCIÓN

El presente informe analiza cómo se ha desarrollado en los últimos cuatro años la conversación sobre la diversidad LGBTIQ+ en 11 países de América (Estados Unidos, Brasil, México, Argentina, Colombia, Chile, Perú, Ecuador, Panamá, República Dominicana y Costa Rica) y dos de Europa (España y Portugal). El análisis profundiza en las diferentes comunidades que protagonizan esta conversación, poniendo un especial foco en analizar si el discurso de odio contra el colectivo, impulsado por parte de comunidades detractoras, está evolucionando y de qué manera, y cómo se comporta el discurso de apoyo al mismo en este contexto.

Hablamos de una conversación global de más de 169,2 millones de mensajes, en la que Estados Unidos, Brasil, España, México y Argentina lideran, tanto en volumen de menciones, como en número de perfiles implicados.

EVOLUCIÓN DE LA CONVERSACIÓN GLOBAL

El total de la conversación en el acumulado de los países analizados tiende a mantenerse en el entorno de los 45 millones de mensajes anuales, exceptuando 2020 y 2021 donde parte de la disminución puede ser atribuible a la no celebración de los desfiles del Pride en muchos mercados por restricciones COVID. En general, los volúmenes totales de conversación no han sufrido grandes cambios. Sin embargo, un análisis mercado a mercado nos permite concluir que:

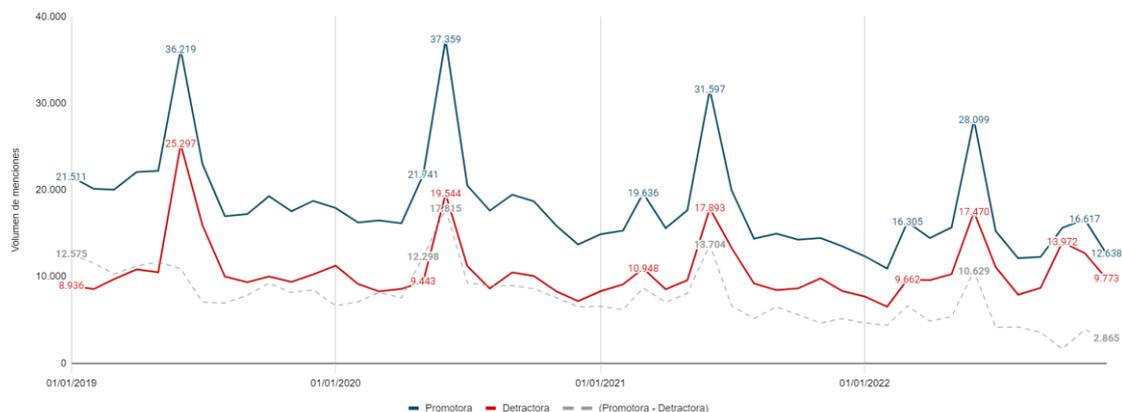
- Los países que subieron en su porcentaje de mención en el periodo 2019-2022 fueron Estados Unidos (7%), Chile (13,3%), República Dominicana (12,2%) y Perú (19,7%).
- La mayoría del resto de países disminuyó notablemente su porcentaje de menciones con un decrecimiento. Entre ellos tenemos a Argentina (45,3%), Panamá (44,8%), Ecuador (29,9%) y Costa Rica (23,3%).
- Tanto en Brasil como en España (grandes protagonistas en el total de la conversación) se ha mantenido el volumen con una leve tendencia a la baja.

¿CÓMO LO HEMOS ANALIZADO?

Desde LLYC buscamos con este estudio entender mejor cómo se comportaron en los últimos años los discursos de odio y de apoyo hacia el colectivo LGBTIQ+. En primer lugar, nos interesaba comprender el volumen de mensajes y perfiles en cada uno de los países que estudiamos, en segundo lugar identificar los colectivos promotores y detractores y, finalmente, agruparlos y adentrarnos en las narrativas propias de cada agrupación.

Para conseguirlo analizamos más de 169M de mensajes generados por casi 36M de perfiles. Mediante queries booleanas de keywords, extrajimos la conversación asociada al colectivo LGTBIQ+ en la red social Twitter y, mediante técnicas de inteligencia artificial y modelos de clusterización, agrupamos las comunidades promotoras y detractoras de cada país. Para poder identificar la tendencia agrupamos las comunidades identificadas y comparamos su comportamiento en los últimos 4 años. Finalmente, nos adentramos en las narrativa de mayor volumen y alcance para entender mediante qué mensajes se ataca al colectivo LGTBQ+.

EL DISCURSO DEL ODIO GANA TERRENO AL DEL ORGULLO



Si bien comentábamos que los totales de conversación en global no sufren grandes cambios, lo que sí cambia drásticamente en los últimos años es el reparto entre el volumen de mensajes en las conversaciones promotoras y detractoras.

En concreto, se observa una significativa disminución en el volumen de mensajes de la conversación de la comunidad promotora, que decreció de 21.511 mensajes en 2019 a 12.638 en 2022, lo que representa una disminución del 41,25%. Por otro lado, el volumen de mensajes de la conversación de la comunidad detractora, que es quien impulsa los discursos de odio contra el colectivo, sí ha aumentado en número, pasando de 8.936 perfiles en 2019 a 9.773 en 2022, lo que equivale a un aumento del 9,37%.

Esto provoca a su vez una clara disminución del gap entre el volumen de mensajes de ambas, que en 2019 estaba en 12.575 a favor de las comunidades promotoras y en la actualidad se reduce a tan sólo 2.865 mensajes a finales de 2022. Cabe resaltar que, si bien durante los cuatro años del periodo analizado la comunidad detractora no superó en número de mensajes a la comunidad promotora, estos datos añaden una nueva dimensión al ya comentado crecimiento del fenómeno de la LGBTIQ+fobia en redes sociales.

LLORENTE Y CUENCA

Lagasca, 88 Planta 3
28001 Madrid

T. +34 91 563 77 22

llorenteycuenca.com

Otros estudios internacionales de corte cuantitativo clásico ya habían llamado la atención sobre el odio que sufren las personas LGBTIQ+ en redes. Es el caso del realizado en 2020 en el marco del proyecto Speak Out que señalaba que el 70% de las personas LGBTIQ+ habían sido víctimas de diferentes niveles de ataques en redes¹ o el del informe Annual Digital Youth Index, según el cual las personas jóvenes LGBTIQ+ tienen el doble de probabilidad de experimentar discurso de odio online². La nueva dimensión que añaden los datos que ahora presentamos tienen que ver con la retracción del propio colectivo y en especial de sus aliados a la hora de emitir mensajes de apoyo o celebración en un contexto de polarización creciente en el que, sin embargo, la conversación detractora no sólo se mantiene, sino que aumenta. Podríamos, en ese sentido, hablar de una vuelta al armario de la propia conversación positiva sobre el colectivo.

Ante estos datos, surge también la cuestión de la responsabilidad de las propias redes a la hora de garantizar un mayor espacio de seguridad para los usuarios. En este sentido cobran también importancia proyectos como el GLAAD Social Media Safety Index (SMSI)³ que provee recomendaciones para la industria de las redes sociales sobre cómo abordar la protección de las comunidades LGBTIQ+. Sobre todo si pensamos en las posibles consecuencias de esta situación ya que, como lo explica el relator especial sobre cuestiones de las minorías para Naciones Unidas, Dr. Fernand de Varennes, “muy a menudo, el crecimiento del odio digital es seguido por delitos de odio y violencia (...) Este discurso puede allanar fácilmente el camino para la deshumanización y el uso como chivos expiatorios de las minorías, además de para normalizar el odio⁴”.

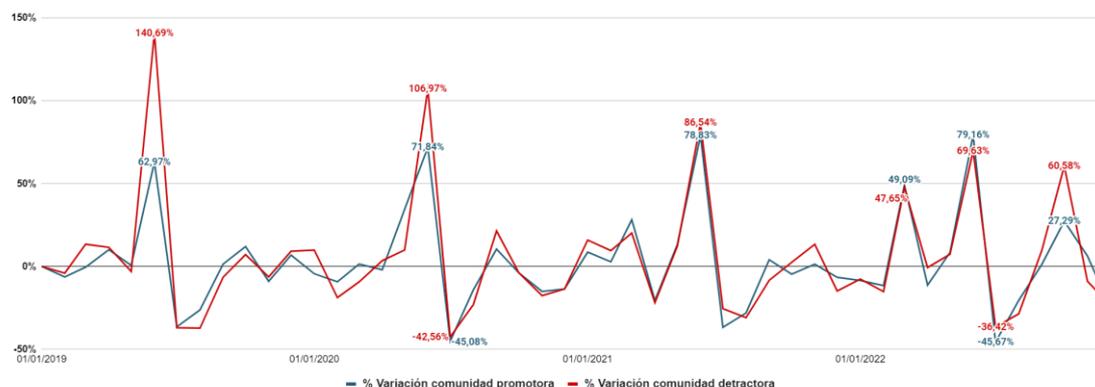
¹ <https://felgtbi.org/blog/2020/10/29/casi-el-70-de-las-personas-lgtbi-han-sufrido-lgtbifobia-a-traves-de-las-redes-sociales-felgtb-anima-a-denunciar-los-delitos-de-odio/>

² <https://www.theguardian.com/society/2022/oct/17/young-lgbtq-people-more-than-twice-as-likely-to-experience-hate-speech-online>

³ <https://smsi-2022.glaad.org/>

⁴ <https://www.ohchr.org/es/stories/2021/03/report-online-hate-increasing-against-minorities-says-expert>

Evolución de crecimiento del volumen de mensajes de la conversación promotora y detractora:



Este fenómeno de crecimiento de la conversación detractora se puede rastrear también de una manera significativa en los meses asociados a la celebración del Pride a lo largo de los períodos analizados. Aunque las comunidades promotoras, impulsadas también por la participación de las marcas en la conversación, sigan dominando, se observa que el crecimiento porcentual del volumen de mensajes es mayor en la comunidad detractora en comparación con la promotora.

- En junio del 2019 el volumen de mensajes de la comunidad detractora creció un 140%, por otro lado, el volumen de mensajes de la comunidad promotora creció sólo 62% respecto al mes anterior.
- En junio del 2020, los mensajes detractores aumentaron en 10,101 (106,9% respecto al mes anterior) y los mensajes promotores aumentaron en 15,618 (71.84% respecto al mes anterior).
- En junio del 2021, el crecimiento de los mensajes provenientes de la comunidad detractora fue de 8,301 mensajes (86,54% respecto al mes anterior) y los mensajes promotores aumentaron en 13,928 (78,83% respecto al mes anterior).
- Sólo en junio del 2022, el aumento de los mensajes promotores (79,16% respecto al mes anterior) superó al de los detractores (69,63% respecto al mes anterior)

LAS PRINCIPALES NARRATIVAS Y EL REPARTO POR PAÍSES

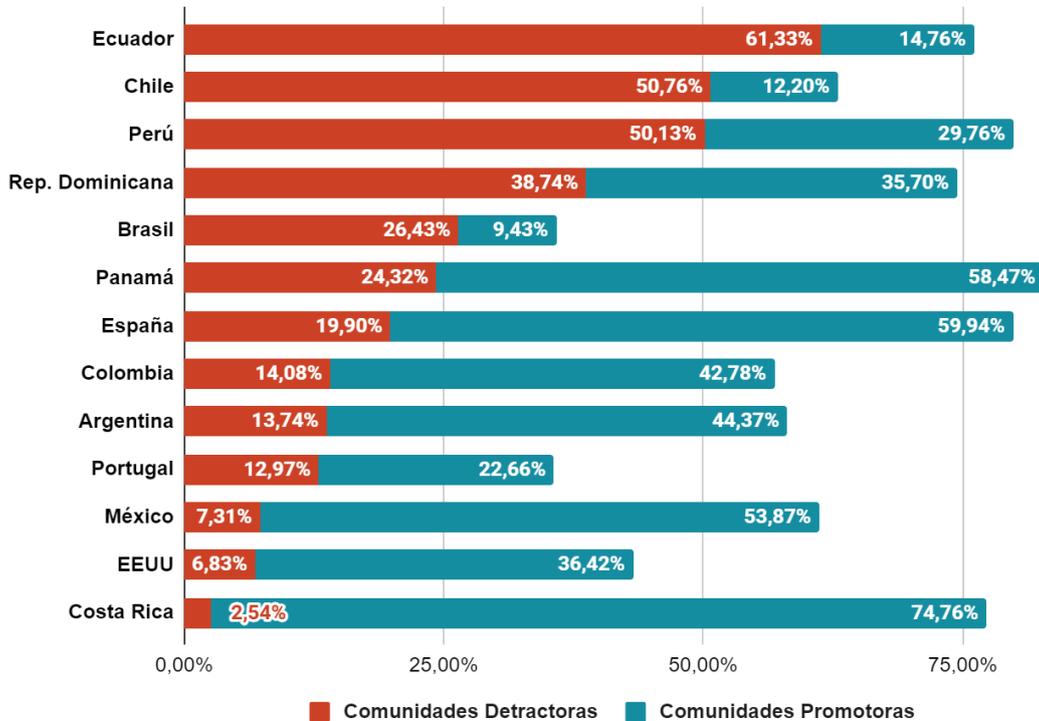
Si nos fijamos en las líneas de conversación, las principales narrativas promotoras detectadas en el periodo analizado tienen que ver con el apoyo del presidente Biden al colectivo LGBTIQ+ (el impacto de EE.UU en el volumen total impulsa esta narrativa), con el apoyo a la comunidad trans, la celebración del Pride en todo el mundo, la promoción del respeto sobre las decisiones relativas a la identidad de género y el reclamo de colocación de la bandera arcoíris en instituciones clave.

Por el contrario, las narrativas detractoras con más éxito son las que se refieren a la aversión o el odio a la comunidad LGBTIQ+, las acusaciones sobre la denominada *ideología de género*, las críticas a supuestos privilegios del colectivo y al tema de la adopción por parte de parejas LGBTIQ+.

Si lo analizamos, por países, la mayoría de los mensajes promotores provienen de Estados Unidos (69.08%) en términos de volumen de la población promotora. A continuación, son España (12.62%) y México (5.70%) los países que más volumen aportan a la conversación promotora global. En cuanto a la detractora, lidera Brasil (37.67%), seguido de Estados Unidos (34.71%) y España (11.23%).

Es igualmente importante examinar esto considerando las fuerzas opuestas en cada país, centrándonos únicamente en la proporción relativa (% de la comunidad que promueve y de la comunidad que se opone).

Proporción de Comunidad Promotora y Detractora por País



En ese caso, los países con mayor proporción de conversación detractora hacia el colectivo son Ecuador (61,33%), Chile (50,76%), República Dominicana (38,74%) y Brasil (26,43%).

En el espectro contrario, la de aquellos países en los que domina la conversación promotora sobre la detractora estarían Costa Rica (74,76%), Estados Unidos (36,42%), México (53,87%), Portugal (22,66%), Argentina (44,37%), Colombia (42,78%), España (59,94%) y Panamá (58,47%).

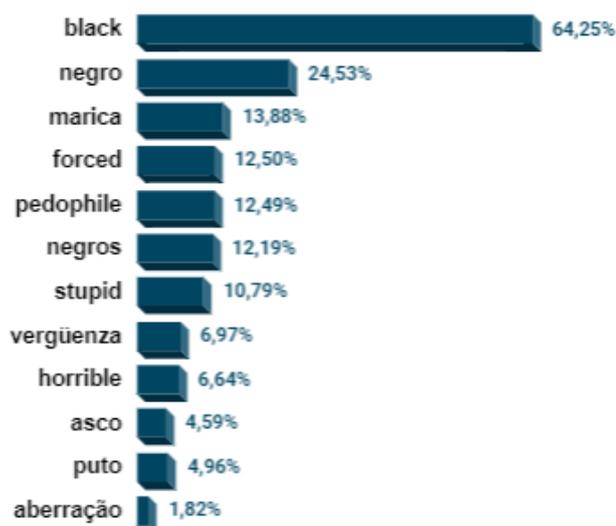
Estados Unidos y México también lideran el aporte de volumen a la conversación global, con lo que unido a su dominancia en conversación promotora aportan un alto nivel de conversación positiva.

En un ambiente de creciente polarización, que desde LLYC ya analizamos en nuestro informe [The Hidden Drug](#), la conversación que tiene al colectivo LGTBIQ+ en el centro ve cómo el avance de corrientes conservadoras o ultraconservadoras no sólo hace aumentar la conversación negativa o de odio, sino que sobre todo retrae la positiva. No sólo son preocupantes porcentajes de más del 40% en algunos mercados de conversación detractora (como Ecuador,

Chile, Perú o en el límite República Dominicana), sino que también es necesario prestar atención a aquellos en los que la conversación positiva no supera el rango del 25% (caso de Ecuador y Chile, pero también de Brasil o, en menor medida, Portugal). En todos estos casos y otros en los que la evolución es de decrecimiento de la conversación positiva, no sólo tocar pensar en medidas que puedan proteger al colectivo de los ataques a los que se ve sometido en las redes sociales, sino también en cómo impulsar historias positivas de impacto, tanto por parte de las comunidades LGTBIQ+ como de sus aliados, que impulsen la conversación promotora.

PRINCIPALES KEYWORD DE LA NARRATIVA DETRACTORA

Palabras más mencionadas en el discurso de Detractor



En el gráfico anterior se muestra el porcentaje relativo de las palabras de odio más usadas en el discurso de odio.

Las palabras "black" en inglés, "negro" en español y "negros" en portugués fueron ampliamente utilizadas de forma peyorativa hacia las personas de la comunidad. En la conversación en inglés, esta palabra apareció en 3,6 millones de mensajes, en español se empleó en 0,5 millones de mensajes, en la conversación en portugués se empleó en 255 mil mensajes mientras que . Esta palabra se utiliza para estigmatizar de manera negativa a las personas negras

dentro de la comunidad y cabe resaltar que el racismo se intensifica cuando son personas gays; las frases más comunes incluyen "black trans", "black gays", "black queers", "negro marica", entre otras.

El término "marica" se encontró en 284 mil mensajes y se utiliza de forma despectiva para referirse a los hombres homosexuales al igual que la palabra "puto" con más de 70 menciones en mensajes, así como a personas no homosexuales que defienden los derechos de la comunidad LGTBI+.

La palabra "forced" y sus derivados se encontraron en 300 mil mensajes. Este término es ampliamente utilizado por aquellos que se oponen al enfoque de género.

Otra palabra que se utiliza de manera despectiva es "pedophile" y sus derivados con mención en 256 mensajes. Esta palabra es utilizada principalmente por aquellos que se oponen a la adopción de niños y que acusan a las parejas gays de ser depravados por querer criar a niños. La palabra "pedofilo" también cuenta con menciones en 84,3 mil menciones.

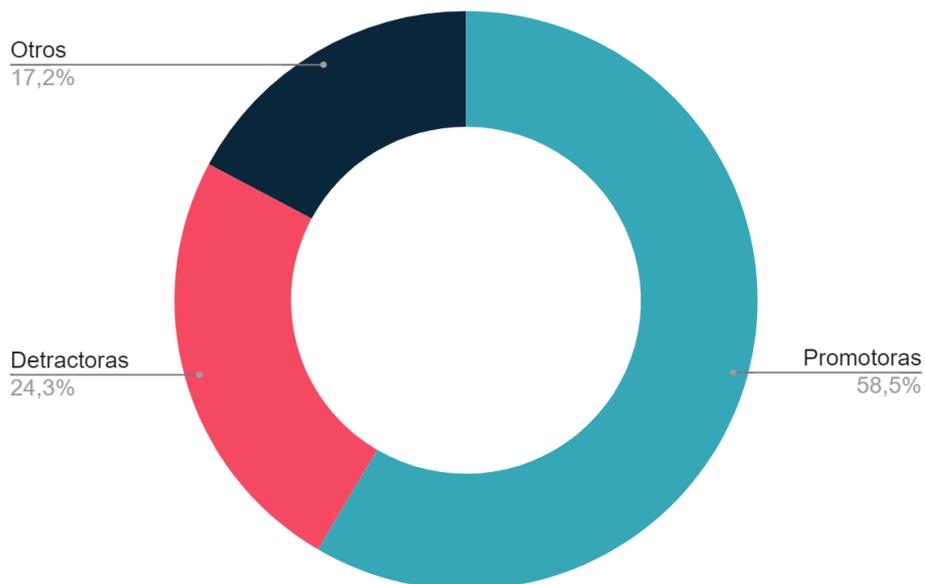
La palabra "stupid" fue mencionada en 221 mil mensajes, y los usuarios la utilizan para descalificar las ideas relacionadas con el enfoque de género como "estúpidas". También se utiliza este término para referirse de manera despectiva a las personas que defienden los valores y principios de la comunidad LGBTIQ+.

Las palabras "vergüenza" (142 mil menciones), "horrible" (136 mil menciones) y "asco" (93 mil menciones) son utilizadas para hacer referencia de manera negativa a las personas de la comunidad LGBTIQ+ y sus acciones. Además, se utilizan para juzgar a políticos y figuras famosas que defienden y promueven la igualdad y las leyes a favor de este colectivo.

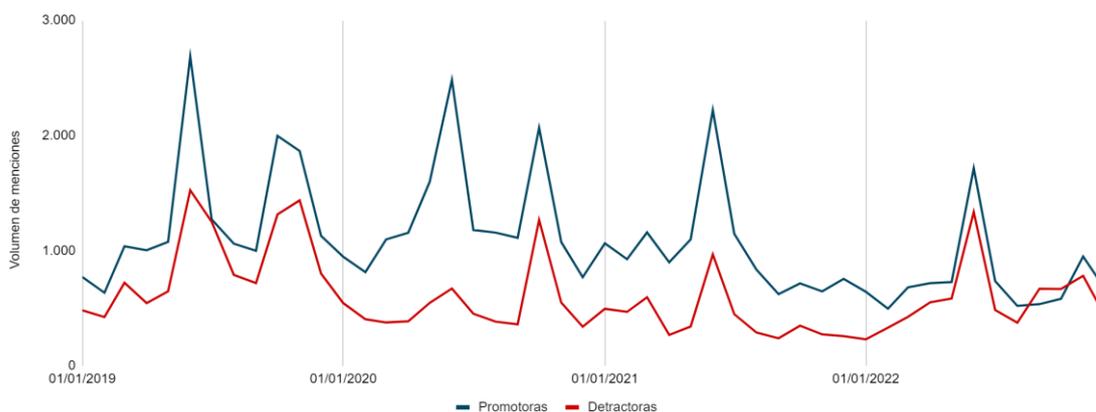
En la conversación en portugués, se destaca la palabra "aberração" con 25 mil menciones, utilizada de forma peyorativa hacia las personas de la comunidad LGBTIQ+.

PANAMÁ

PROMOCIÓN VS DETRACCIÓN:



EVOLUCIÓN DE LAS COMUNIDADES PROMOTORAS Y DETRACTORAS 2019-2022



LLORENTE Y CUENCA

Lagasca, 88 Planta 3
28001 Madrid

T. +34 91 563 77 22

llorenteycuenca.com

Podemos apreciar que tanto la comunidad promotora como detractora disminuyó en 12.69% respectivamente.

PRINCIPALES NARRATIVAS PROMOTORAS

- **Lucha por los derechos de la comunidad LGBTIQ+:** Los usuarios que forman parte de esta comunidad y muchos usuarios que los respaldan mantienen la opinión del reconocimiento de sus derechos de igualdad ante la ley y piden se apruebe la legalización del matrimonio civil entre personas del mismo sexo. Entre otros de los temas más relevantes, se pide luchar contra la violencia y discriminación que sufren las personas de la comunidad.
- **Avances en la integración de la comunidad LGBTIQ+:** Los usuarios mencionan que poco a poco la comunidad LGBTIQ+ viene integrándose en Panamá. Finalmente, se menciona que en esta lucha se encuentra Convive Panamá, institución panameña sin fines de lucro.

PRINCIPALES NARRATIVAS DETRACTORAS

- **Argumentos en contra del matrimonio igualitario:** Los usuarios convocan a la ciudadanía a participar de marchas en defensa del matrimonio tradicional.
- **Adopción homoparental:** La temática de la adopción por parejas homosexuales es una de las polémicas más grandes dentro de la conversación.