

Medios digitales y red social X ante la Ley 4/2023: discurso de odio e inclusión de las personas trans en España

Beatriz Rivera-MartínUniversidad Rey Juan Carlos **Eva Irene Martínez de Bartolomé Rincón**UNIE Universidad **Ángela Martín-Gutiérrez**Universidad de Sevilla <https://dx.doi.org/10.5209/eslg.103394>

Recibido: 16/06/2025 • Aceptado: 11/11/2025

ES Resumen. A pesar de los avances en los derechos de las personas LGBTIQ+ en España, especialmente tras la aprobación de la Ley 4/2023, de 28 de febrero, para la igualdad real y efectiva de las personas trans y para la garantía de los derechos de las personas LGBTIQ+, el discurso de odio hacia este colectivo continúa siendo una realidad. Esta investigación analiza las noticias publicadas por los principales periódicos españoles durante la tramitación y aprobación de la conocida como «Ley Trans». Para conocer la reacción del público se aplicó un análisis crítico del discurso a los comentarios generados en los perfiles oficiales de estos medios en la red social X. Los hallazgos muestran que algunos medios adoptan marcos informativos que, aun pretendiendo neutralidad, contienen sesgos relevantes, mientras otros mantienen una postura abiertamente contraria a los derechos de las personas LGBTIQ+. En la audiencia social se identificó un volumen significativo de comentarios que niegan la identidad y los derechos de las personas trans, así como discursos de odio facilitados por el anonimato de las redes sociales. El análisis evidencia un entorno mediático y digital que contribuye a la reproducción de narrativas estigmatizadoras sobre las personas trans. Estos resultados subrayan la necesidad de fomentar prácticas informativas responsables que permitan contrarrestar la difusión del odio en los espacios públicos contemporáneos.

Palabras clave. Discurso de odio; medios; redes sociales; personas trans; LGBTIQ+.

ENG Digital media and social network X in light of Law 4/2023: hate speech and inclusion of trans people in Spain

EN Abstract. Despite advances in LGBTIQ+ rights in Spain, especially following the approval of Law 4/2023 of 28 February on real and effective equality for trans people and the guarantee of LGBTIQ+ rights, hate speech towards this group continues to be a reality. This research analyses the news published by the main Spanish newspapers during the processing and approval of the so-called 'Trans Law'. To gauge public reaction, critical discourse analysis was applied to the comments generated on the official profiles of these media outlets on social network X. The findings show that some media outlets adopt informative frameworks that, while claiming neutrality, contain significant biases, while others maintain an openly hostile stance towards the rights of LGBTIQ+ people. A significant volume of comments denying the identity and rights of trans people was identified in the social audience, as well as hate speech facilitated by the anonymity of social media. The analysis reveals a media and digital environment that contributes to the reproduction of stigmatising narratives about trans people. These results underscore the need to promote responsible reporting practices that counteract the spread of hate in contemporary public spaces.

Keywords. Hate speech; media; social networks; trans people; LGBTIQ+.

Sumario. 1. Introducción. 1.1. Representación mediática. 1.2. Discurso de odio digital. 1.3. Inclusión social. 2. Métodos. 3. Resultados. 3.1. Impacto por medios. 3.2. Análisis del discurso mediático (ACD). 4. Discusión. 5. Conclusiones. 6. Agradecimientos y financiación. 7. Referencias citadas.

Cómo citar: Rivera-Martín, B., Martínez de Bartolomé Rincón, E. I., Martín-Gutiérrez, Á. (2025). Medios digitales y red social X ante la Ley 4/2023: discurso de odio e inclusión de las personas trans en España. *Estudios LGBTIQ+, Comunicación y Cultura*, 5(2), pp. 133-142. <https://dx.doi.org/10.5209/eslg.103394>

11. Introducción

1.1. Representación mediática

España es considerado uno de los países del mundo más avanzados en la protección legal de los derechos de las personas LGTBIQ+ al contar con uno de los marcos normativos más protectores respecto a sus derechos. En este sentido, se sitúa actualmente en el cuarto puesto en la lista de países europeos, tras Malta, Bélgica y Dinamarca por recoger en sus legislaciones la igualdad en el acceso a la educación, la atención médica y el matrimonio igualitario (ILGA 2023). Sin embargo, y pese a los avances en materia legislativa, en nuestro país aún existe un número relevante de personas LGTBIQ+ viviendo con miedo a ser denostadas, discriminadas o incluso sufrir ataques por su condición sexual e identidad de género (Gabriel, 2017; Zurian, 2022).

Los datos del Informe del Ministerio del Interior sobre la evolución de los delitos de odio en España en el año 2022 reflejan esta tensión, con un total de 1.869 incidentes y delitos de odio, lo que supone un incremento del 3,7 por ciento respecto a 2021 (Ministerio del Interior, 2023).

En cuanto a la variación interanual, los delitos de odio por discriminación por razón de sexo y género, un total de 189, son los que sufren un mayor incremento, un 76,6% más que en 2021. Por su parte, los delitos por orientación sexual o identidad de género, un total de 459, disminuyeron un 1,5% respecto al año anterior. Pese a este descenso suponen más del doble que los cometidos por razón de sexo y género (Ministerio del Interior, 2023).

El informe indica cómo las nuevas tecnologías juegan un papel esencial en la propagación de los distintos sesgos y discursos de odio, que permean en la persona que los recibe y en el conjunto de la sociedad, “reproducido estigmas persistentes” sobre algunos colectivos (Ministerio del Interior, 2023, p. 7). Por otra parte, existe una importante tasa invisibilizada de incidentes que por no cumplir con los requisitos exigidos por el tipo penal no se reflejan en las estadísticas oficiales (Martín Aragón, 2019).

El contraste entre datos oficiales y los procedentes de organizaciones sociales también es relevante. Según el *Informe Estado del Odio 2023*, de FELGTB, las cifras de actos de odio denunciados que declara el colectivo, vía encuesta, contrastan con los datos oficiales, que cifran en 1.551 los delitos de odio en los últimos cinco años. Por otra parte, se calcula que entre 283.000 y 325.000 personas LGTBIQ+ fueron víctimas de agresiones por motivo de su orientación o identidad sexual en los últimos cinco años. El informe señala, además, el año 2022 como el más violento para las personas LGTBIQ+ de la última década, con un considerable aumento de los discursos de odio como causa (FELGTB, 2023).

1.2. Discurso de odio digital

Amparados en el ejercicio de la libertad de expresión se propagan los llamados discursos de odio o *hate speech*, discursos de ciertos colectivos sociales contra otros (Bustos Martínez et al., 2019). Hablamos de un fenómeno social que ha ganado fuerza en los últimos años de la mano de su normalización desde la esfera pública en los distintos países (Montero et al., 2022), su propagación a través de internet y las redes sociales (Bustos Martínez et al., 2019; Said-Hung & Diaz, 2023), con debates online que se caracterizan por discusiones acaloradas entre usuarios que llevan al antagonismo y polarización (Cinelli et al., 2021), proporcionando a través del anonimato un espacio idóneo para publicar y expandir su discurso (Rivera Martín, et al., 2022) y traspasar el mundo online (Enarsson & Lindgren, 2018), afectando negativamente la cohesión social (Izquierdo Montero et al., 2022).

La Resolución del Consejo de Europa (1997) define el discurso de odio como toda forma de expresión que propaga, incita, promueve o justifica el odio racial, la xenofobia, el antisemitismo u otras formas de odio basadas en la intolerancia, la discriminación y la hostilidad contra las minorías. En esta línea, la comunidad científica internacional ha intentado definir estos discursos. Kaufman (2015) afirma que el término discurso de odio proviene de la traducción del inglés *hate speech*, a su vez de la expresión *hate crime* que tiene relación con el cometimiento de crímenes en contra de ciertas personas debido al grupo social al que pertenecen o el género con el que se identifican; y puede considerarse como tal si cumple cuatro criterios: “criterio de grupo discriminado tipificado, criterio de humillación, criterio de malignidad y criterio de intencionalidad” (2015, p. 16).

Para Bustos Martínez et al. (2019, p.26), se trata de “mensajes integrados por expresiones que incitan a la violencia, la discriminación, el odio y la animadversión hacia una persona o grupos de personas debido a su religión, género, orientación sexual, discapacidad, nacionalidad, propiciando la intolerancia y la hostilidad”. Estos discursos buscan apelar a la emoción más que a la razón y resaltar cierta actitud de dominio de uno sobre otro, silenciando a determinados grupos sociales, siendo los discursos más recurrentes aquellos que subrayan diferencias sexuales, religiosas, étnicas y sociales (Esquivel, 2016).

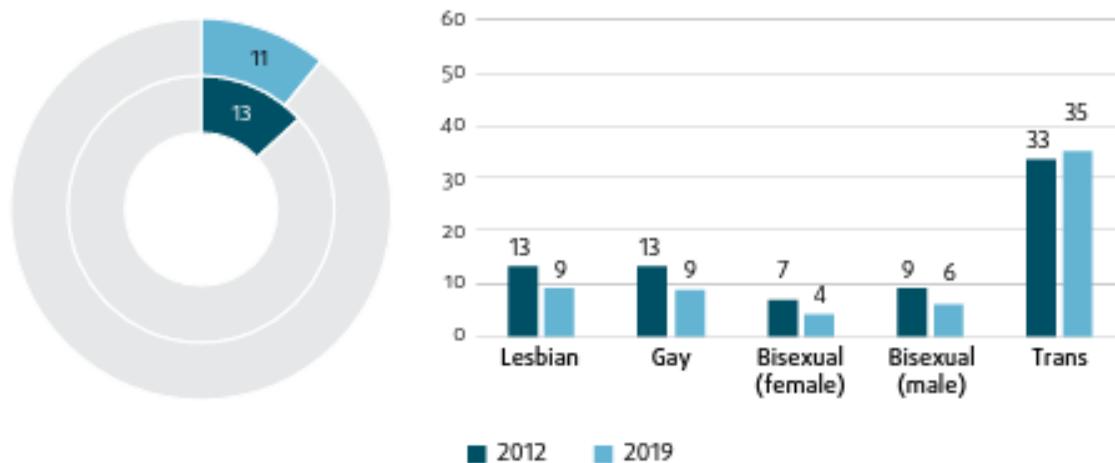
1.3. Inclusión social

Centrándonos específicamente en las personas pertenecientes al colectivo LGTBIQ+, hay que decir que constituyen un grupo especialmente vulnerable pues a pesar de que cada vez son más las personas lesbianas, gays, bisexuales, trans, intersexuales, no binarias, queer, entre otras identidades de género y orientaciones sexuales que manifiestan abiertamente su identidad, el miedo, la violencia y la discriminación siguen siendo elevados, según los resultados de la encuesta de la Agencia de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea (UE) sobre las experiencias de las personas LGTBIQ+ en Europa. Casi la mitad de las per-

sonas pertenecientes al colectivo LGBTIQ+ ha sufrido acoso o discriminación por razón de su orientación o identidad sexual y hasta una cuarta parte han sido víctimas de violencia por el mismo motivo en los cinco años anteriores (FRA 2019). Pero incluso dentro de este grupo especialmente vulnerable hay un grupo de personas que destaca con unas cifras muy superiores, y son las transexuales (Martín Aragón, 2019). Según los datos proporcionados dentro del proyecto de investigación *Transrespeto versus Transfobia en el Mundo*, se ha reportado el asesinato de 4.042 personas trans y género-diversas en todo el mundo entre enero de 2008 y septiembre de 2021 (TMM, 2022).

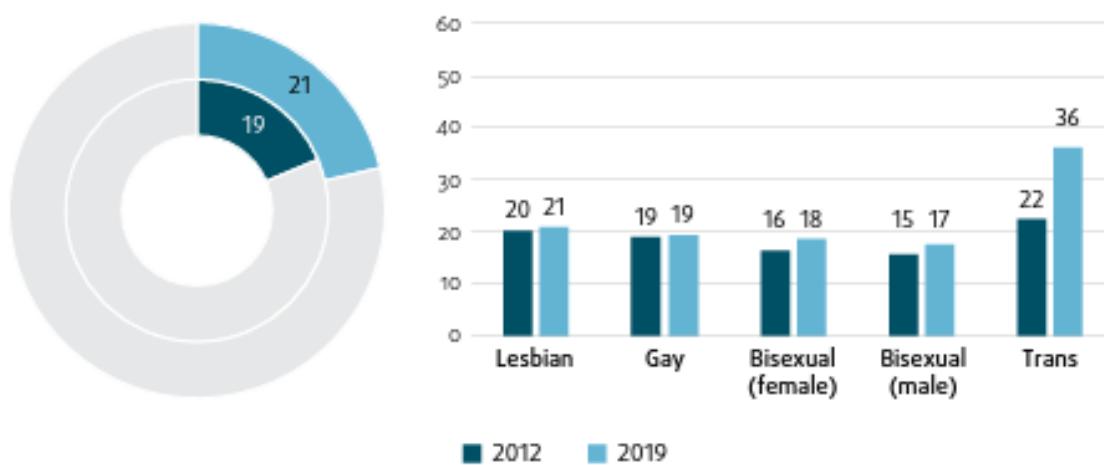
Respecto a la población de personas LGBTIQ+ en Europa en 2019, el 39% de las personas transgénero encuestadas respondió que durante el año anterior a la encuesta habían sido discriminadas en el trabajo o cuando buscaban empleo. El 60% de ellas dijo haberse sentido discriminado durante los doce meses previos a la encuesta (FRA, 2019).

Imagen 1. Encuestados que se sintieron discriminados por ser LGBTIQ+ al buscar trabajo en los 12 meses anteriores a la encuesta (2012 y 2019).



Fuente: FRA, EU- LGTBI I (2012) and EU- LGTBI II (2019)

Imagen 2. Encuestados que se sintieron discriminados por ser LGBTIQ+ en el trabajo en los 12 meses anteriores a la encuesta (2012 y 2019).



Fuente: FRA, EU- LGTBI I (2012) and EU- LGTBI II (2019)

Por su parte, ILGA Europa reconoce en su último informe que existe una tendencia de crecimiento del discurso de odio, gran parte relacionado con las personas trans, aumentando los mensajes transfóbicos en varios países de Europa, entre ellos España (ILGA, 2023).

En definitiva, la realidad de las personas trans continúa siendo difícil y compleja, con datos predominantemente negativos, aumentando los delitos de odio, manteniéndose las dificultades en la inserción laboral o los problemas para el acceso a las necesidades sanitarias del colectivo. Sin embargo, en algunos países se han producido avances significativos en la protección específica de las personas trans con la finalidad de legislar su realidad, algo crucial para su vida e identidad. Por ejemplo, las personas trans en España cuentan desde 2007 con la Ley reguladora de la rectificación registral relativa al sexo de las personas, conocida como «Ley de Identidad de Género»; constituyendo el derecho a la identidad de género uno de los derechos con los que normativas de carácter estatal y autonómico aprobadas en los últimos años en España, han dado respuesta a históricas reivindicaciones de la comunidad LGBTIQ+, en busca de la igualdad, superando la perspectiva patologizadora de la transexualidad y desafiando al sistema binario masculino/femenino (Carratalá, 2020).

En esta misma línea, España aprobó la Ley 4/2023, de 28 de febrero, para la igualdad real y efectiva de las personas trans y para la garantía de los derechos de las personas LGTBI de reconocimiento legal de género, estableciendo la autodeterminación para los mayores de 16 años, el consentimiento paterno para los de 14-15 años y la autorización judicial para los de 12-13 años; situándose de esta forma en el décimo país en Europa en aprobar una ley trans que recoge la autodeterminación de género (Carvajal, 2023).

La conocida «Ley Trans» conlleva avances para estas personas como son, entre otras, la prohibición de las terapias de conversión y la mutilación genital intersexual; la garantía del acceso a servicios de salud; y el reconocimiento legal del género a través de la autodeterminación. Estos progresos, impulsados gracias a la promulgación de leyes como la «Ley Trans», han suscitado el debate público en los medios y en la audiencia social provocando el surgimiento de los discursos de odio hacia el colectivo (Sánchez-Holgado et al., 2023). La incitación al odio en las redes sociales es un fenómeno muy extendido (Said-Hung et al., 2023) y, a pesar de los mecanismos puestos en marcha por parte de las redes para eliminarla, la comunidad LGBTIQ+ en general y específicamente el colectivo trans, siguen siendo un objetivo para los usuarios que difunden el odio en ellas (Hubbard, 2020).

No es fácil detectar y reducir el discurso de odio empleando algoritmos o personas, ya que es muy sensible a juicios contextuales y subjetivos. Se necesita un enfoque más proactivo para contrarrestar el discurso de odio en los medios sociales basado en una solución de inteligencia colectiva para identificar y combatir los contenidos nocivos (Ștefăniță y Buf, 2021). Desde esta perspectiva, esta investigación pretende analizar el discurso de los cinco periódicos españoles con mayor número de seguidores en la red social X (*El País*, *El Mundo*, *ABC*, *eldiario.es* y *La Vanguardia*) y su audiencia social con relación a las personas trans. Para conocer estos discursos se analizan las noticias de estos medios y los comentarios recibidos por la audiencia social en la semana de aprobación de la Ley 4/2023, de 28 de febrero, para la igualdad real y efectiva de las personas trans y para la garantía de los derechos de las personas LGTBI («Ley Trans»). A través del análisis de contenido y el análisis del discurso se han analizado las noticias que abordan la tramitación y posterior aprobación en las Cortes de la conocida popularmente como «Ley Trans», con el fin de determinar su posicionamiento, discurso e impacto.

2. Métodos

Para analizar el discurso referido a personas trans durante la semana de aprobación de la «Ley Trans» entre los días 16 y 23 de febrero de 2023, de las publicaciones de los cinco periódicos españoles con mayor número de seguidores en la red social X y el de su audiencia social, se adopta un punto de vista sociológico y comunicacional, buscando mostrar el impacto, la visibilización, la aceptación o el rechazo del colectivo a través de sus mensajes.

Respecto al tipo de investigación llevada a cabo, se realiza una investigación descriptiva mixta, combinando la metodología cuantitativa (análisis de contenido, en adelante AC) con una metodología cualitativa (análisis crítico del discurso, en adelante ACD). En este último tipo de análisis (ACD) se evidencia un lenguaje informal, gramaticalmente incorrecto y mediado por la tecnología (Muñoz y Argüelles, 2010; Peñalver, 2019) por lo que se interpreta dentro de su contexto digital, que favorece un lenguaje sin los filtros que impone la prensa impresa y la comunicación interpersonal presencial. El ACD pone el foco en la producción ideológica, así como en las relaciones de poder que reproduce entre los interlocutores (Van Dijk, 2016). Permite responder a preguntas relacionadas con el origen del discurso, el contexto, la intención y el concepto percibido, entre otras variables.

Para autores como Bonet (2012), la metodología ACD es la única que aborda la distinción de las temáticas sobresalientes del discurso, la finalidad de este, dónde se posiciona el emisor (primera persona o tercera persona), qué discursos subyacen al discurso predominante y detecta las relaciones de poder, ideología y hegemonía de las ideologías dominantes. A grandes rasgos, Rossetti reduce todas estas dimensiones del discurso de manera tridimensional, “como texto; como práctica discursiva que se inserta en un contexto social determinado y como una forma de práctica social que expresa y, a la vez, conforma relaciones sociales” (2022, p. 97).

La elección de esta metodología es relevante porque se centra en establecer relaciones directas entre el discurso de los medios de comunicación y su posicionamiento hacia el colectivo. Para Wodak, lo importante es mantener el foco en las relaciones de dominación entre las personas que están en condición de influir y cómo se puede analizar esa influencia “a través de las diversas formas de su lenguaje” (2003, p. 19). Wodak (2003) e Iñiguez (2006), defienden que aquellas personas que controlan el discurso pueden controlar indirectamente las mentes de las personas. Esto quiere decir, que las acciones de las personas están controladas por sus mentes (conocimiento, actitudes, ideología, normas, valores), y por tanto, el discurso emitido en las redes puede originar la plena inclusión de determinadas personas o colectivos, o, por el contrario, su exclusión social.

Teniendo en cuenta lo anteriormente comentado, esta investigación opta en primer lugar por un ACD para obtener una visión general de la repercusión mediática de la aprobación de la «Ley Trans» y el feedback del público sobre las noticias publicadas y las reacciones que han suscitado en sus perfiles de X. De cada noticia se ha analizado el número de personas que manifiesta su aceptación a la noticia con un ‘me gusta’, las veces que se ha compartido por parte de la audiencia social y el número de comentarios recibidos. En segundo lugar, se ha aplicado un ACD de las noticias publicadas por los medios seleccionados para determinar su posicionamiento según el lenguaje utilizado y su posible efecto sobre los comentarios recibidos por los lectores como reacción a la noticia. Para el análisis de los comentarios se han discriminado aquellas

palabras que se correspondían con pronombres, artículos, conjunciones y preposiciones, ya que no aportan información relevante al análisis del discurso. Se ha eliminado a su vez el nombre y *nick* de usuario de X de los y las autores y autoras para garantizar su anonimato, así como los emoticonos, formatos gif, enlaces externos y archivos de imagen y vídeo que aportan más información como nuevas formas de comunicación y lenguaje digital, pero que exceden el objetivo de la investigación. En tercer lugar, se ha realizado un análisis de contenido con técnica lexicográfica de la lingüística de corpus a través de frecuencias de palabras clave escritas por los seguidores de los medios en sus perfiles oficiales de X con el software *Atlas.ti* (Duque, 2014 y García-Suárez et al., 2015).

Respecto al ámbito de estudio y muestra, se ha seleccionado la semana previa a la aprobación en las Cortes de la «Ley Trans», al considerarse el periodo en el que los medios se hacen eco de esta noticia. A fecha de 12 de septiembre de 2023, los periódicos españoles con mayor número de seguidores en la red social X eran: *El País*, con 688.914 seguidores; *El Mundo*, con 4.628.225 seguidores; *ABC*, con 2.294.959 seguidores; *eldiario.es*, con 1.434.946 seguidores y *La Vanguardia*, con 1.380.163 seguidores.

Los criterios de inclusión que se establecen para la selección de la muestra son que la noticia aborde en su titular y/o cuerpo cualquier referencia a la «Ley Trans» y/o cualquier tema que involucre a personas trans. Han quedado descartadas todas aquellas noticias del mismo periodo de análisis que no cumplían los citados criterios de inclusión.

Con relación a las variables de análisis se establecen unos indicadores de investigación diferenciados entre el análisis cuantitativo y el cualitativo. Para el primero se fijan las variables de visibilización (número de noticias publicadas) e impacto (número de 'me gusta' y número de comentarios recibidos, y número de veces que se ha compartido la publicación). En la segunda etapa de ACD se ha realizado un análisis de todos los titulares y textos publicados por el medio de comunicación en su perfil oficial de X con el fin de ubicarlas en las dos variables establecidas por Rojas-Lizana (2014): discurso homófobo, de LGBTIQ+-fobia o discurso de odio, por ejemplo aquellos que incluyen insultos, amenazas, estereotipos negativos o descalificativos hacia las personas trans; y por otro lado discurso de aprobación, es decir, aquellos que defienden, aceptan y protegen a las personas trans y sus derechos. La codificación de ambas variables es dicotómica, clasificando en cada una de ellas por ausencia o presencia del discurso positivo o negativo. Los discursos neutrales, es decir, que son imparciales, con carácter informativo, que no manifiestan ni rechazo ni aceptación, se han añadido a la variable de aprobación porque se interpreta que han normalizado a la comunidad LGBTIQ+, aceptando la neutralidad como parte de la aprobación.

Para la localización de las publicaciones de los medios y los comentarios de la audiencia social se ha utilizado la herramienta de búsqueda avanzada de X, especificando la fuente (@el_pais; @elmundo; @abc_es; @eldiario.es; y @La Vanguardia) y la fecha de publicación (del 16 al 23 de febrero de 2023). La selección de las publicaciones de la muestra se realiza a mano noticia por noticia en base a los criterios de inclusión expuestos.

El marco teórico y la justificación de este artículo se desarrollan en los meses de abril y mayo de 2023. El planteamiento metodológico y la recogida de datos se lleva a cabo durante los meses de junio y julio de 2023. El análisis de contenido se realiza en agosto de 2023 y el ACD en septiembre de 2023.

3. Resultados

En el ACD se han analizado un total de 65 noticias que han recibido 924 comentarios, siendo los medios que suscitaron un mayor número de participación de su audiencia social por noticia de mayor a menor:

- *El País*: 246 comentarios en 10 noticias (media de 24 comentarios por noticia). Esta alta participación indica una comunidad activa y polarizada, lo que coincide con la idea de van Dijk (2006) sobre cómo los debates identitarios estimulan fuertes respuestas ideológicas.
- *El Mundo*: 189 comentarios en 11 noticias (media de 17 comentarios por noticia). El volumen intermedio de comentarios refleja un espacio discursivo más moderado, pero igualmente influido por la confrontación política.
- *eldiario.es*: 260 comentarios en 18 noticias (media de 14 comentarios por noticia). La elevada cantidad total pero menor media sugiere una participación distribuida, con audiencias menos concentradas pero muy activas.
- *La Vanguardia*: 158 comentarios en 12 noticias (media de 13 comentarios por noticia). La interacción muestra interés, aunque menor intensidad conversacional que en medios más polarizados.
- *ABC*: 71 comentarios en 14 noticias (media de 5 comentarios por noticia). La limitada participación apunta a una audiencia menos reactiva o más homogénea en su posicionamiento, coherente con lo que Fairclough denomina "estabilidad hegemónica" del discurso dominante.

Como se indica en la Tabla 1, en total, se han analizado 924 comentarios enviados por la audiencia social y 65 publicaciones de las noticias que cumplían los criterios de inclusión. Se monitoriza y analiza también la repercusión que han tenido dichas noticias en X, que recibieron un total de 4.178 'me gusta' y 2.354 compartidos. Estos datos sugieren que la conversación pública fue más amplia que la propia participación en comentarios, reforzando la idea de circulación social del discurso descrita por Fairclough (1995).

Tabla 1. Desglose de las noticias, comentarios, compartidos y 'me gusta' sobre la «Ley Trans» entre el 16 de febrero y el 23 de febrero de los medios en X.

Medio	Noticias	Comentarios	Compartidos	Me gusta
<i>El País (@el_pais)</i>	10	246	1.110	2.111
<i>El Mundo (@elmundoes)</i>	11	189	214	336
<i>ABC (@abc_es)</i>	14	71	150	162
<i>eldiario.es (@eldiarioes)</i>	18	260	807	1.389
<i>La Vanguardia (@LaVanguardia)</i>	12	158	73	180
TOTAL	65	924	2.354	4.178

Fuente: elaboración propia.

3.1. Impacto por medios

El periódico que mayor número de noticias ha dedicado a la «Ley Trans» y las personas que representa fue *eldiario.es*, con una media de 2,6 noticias al día, seguido por *ABC*, con una media de 2 noticias al día. Por su parte, *La Vanguardia* publicó una media de 1,7 noticias al día; *El Mundo*, una media de 1,6 diarias y cierra la lista *El País*, con 1,4 publicaciones diarias. *El diario.es* muestra un interés sostenido, que se alinea con su línea editorial pro-derechos, mientras que *ABC* o *La Vanguardia* mantienen un volumen alto pero con marcos narrativos distintos. Esto se corresponde con la noción de “orden del discurso” de Fairclough, donde cada medio reproduce su propio marco ideológico.

Como se muestra en el análisis, el volumen de publicaciones no implica una mayor repercusión de la noticia porque en cuanto al impacto alcanzado destacan las publicaciones de *El País*, que recibieron una media de 211 'me gusta', lo que supone el 51% de todos los 'me gusta' recibidos por los cinco medios de la muestra, es decir, recibe el mismo número de 'me gusta' que el resto de los medios juntos. En el lado opuesto se sitúa *La Vanguardia*, con tan solo un 4,3% de los 'me gusta' recibidos. Esta prominencia de *El País* confirma la influencia que tiene el prestigio del medio en la circulación del discurso, un patrón habitual en los estudios de van Dijk sobre prensa y poder simbólico.

Sobre el porcentaje de noticias compartidas también son los y las usuarias de *El País* las que muestran un mayor interés en divulgar las noticias en sus perfiles personales, suponiendo el 47% del total. Compartir contenido implica alineación ideológica o apoyo discursivo, reforzando lo que Rojas-Lizana (2014) describe como reproducción social del sesgo verbal.

3.2. Análisis del discurso mediático (ACD)

En lo que respecta al discurso, se expone a continuación el ACD de las publicaciones de los medios en X. La publicación es un complemento del titular original publicado por el medio para sus lectores, es un texto que responde al lenguaje de redes sociales del que se encargan los y las *community managers*, periodistas con especialización en adaptar el lenguaje periodístico al lenguaje digital de las redes sociales, buscando un mayor número de impactos de cada publicación y redirigir esa audiencia al *site* del medio. El lenguaje de estas publicaciones es más informal y extenso que el de los titulares de las noticias en sí, especialmente desde que X amplió a 280 los caracteres de las publicaciones en su versión estándar. La publicación puede contener el titular de la noticia o aportar información nueva y dejar el titular en el enlace a la noticia, acortándolo o insertando elementos visuales, enlaces a la página del medio y/o citando a las personas o instituciones implicadas. Esta diferenciación entre titular y publicación en X muestra cómo los medios adaptan su discurso a la lógica algorítmica y emocional de las redes, donde los marcos interpretativos (Fairclough) se vuelven más explícitos y polarizados.

Se muestra en la Tabla 2 el discurso de los medios muestrales referidos a las personas LGTBIQ+, en especial a las personas trans, para divulgar la noticia de la aprobación de la Ley 4/2023, de 28 de febrero, para la igualdad real y efectiva de las personas trans y para la garantía de los derechos de las personas LGTBIQ+ en sus perfiles oficiales de X. Se clasifican según su contenido en discursos de odio todos los que manifiestan rechazo hacia el colectivo, promoviendo con ello el rechazo de sus lectores y mostrando el posicionamiento del propio medio con respecto al nuevo texto legal. Se clasifican como discurso de aprobación las publicaciones neutrales y/o favorables a la ley.

Tabla 2. Discurso mediático sobre la «Ley Trans» en las publicaciones de X de los medios muestrales.

Medio	Discurso de odio hacia las personas trans		Aprobación/neutralidad hacia las personas trans	
	Del medio	Discurso	Del medio	Discurso
<i>El País</i>	2	Feijóo: “¿Está de acuerdo con que en unos días vayamos al registro y decidamos cambiarnos de sexo? (...) Lleva dos leyes, la ‘solo sí es sí’ y la ley trans que pasarán a la historia. Deje ya de molestar a la gente de bien, deje de meterse en sus vidas”	8	Expertos de Naciones Unidas han elogiado la ley trans y la reforma del aborto: “Medidas legislativas como estas abordan las causas profundas de las violaciones generalizadas de los derechos humanos contra las mujeres, las niñas y las personas LGTBI”
<i>El Mundo</i>	8	Ayuso asegura que corregirá “todos los efectos” y “chapuzas” del “esperpento” de Ley Trans	3	Montero prepara una gran escenificación de la Ley Trans como munición en su guerra con el PSOE por el ‘sí es sí’
<i>ABC</i>	12	«Aprovechando las consecuencias de la propaganda ambiental y la destrucción de la institución familiar, la monstruosa ley trans favorecerá que la sexualidad de niños y jóvenes sea desnaturalizada».	2	El PP y Vox, a tortas en las redes por la votación de la ley Trans en el Congreso
<i>eldiario.es</i>	1	Feijóo a Sánchez: “Lleva usted dos leyes por las que pasará a la historia, la ley del ‘solo sí es sí’ y la ley trans. Por eso deje ya de molestar a la gente de bien. Deje ya de meterse en las vidas de los demás”	17	Aprobada definitivamente la ley trans que avala la autodeterminación de género. Permitirá el cambio de sexo legal de las personas trans sin necesidad de requisitos médicos y establece un marco integral de medidas contra la LGTBIfobia
<i>La Vanguardia</i>	10	Durante el debate en el Congreso, que ha aprobado definitivamente la ‘ley trans’, la polémica ha estado servida a cargo de la diputada de Vox María Ruiz que ha señalado “el alarmante aumento de casos de homosexualidad y transexualidad”.	2	El Congreso de los Diputados aprueba hoy la controvertida ‘ley trans’, en general, como la redactó Igualdad.

Fuente: elaboración propia.

Los medios de comunicación que se posicionaron contrarios a la ley no pertenecen solo a una línea editorial conservadora, como cabría de esperar por su carácter innovador, abierto e inclusivo, destacando por su especial postura de rechazo. Esto evidencia que los discursos de resistencia pueden atravesar espectros ideológicos, lo que encaja con la idea de van Dijk de que las élites simbólicas pueden reproducir sesgos independientemente de su ideología aparente.

La Vanguardia, que publicó 10 noticias en las que se observan titulares contra el texto legal, y en las que se hace especial mención a la «Ley Trans», a la que se refieren en todas sus publicaciones como “polémica norma”, ha dividido al feminismo en España, lo que fomenta el posicionamiento de su audiencia social. Este posicionamiento no fue bien recibido por su audiencia social, de la que solo obtuvo 180 ‘me gusta’ en todas sus publicaciones, una media muy inferior a la de resto de medios, más acordes con su línea editorial. Esta baja respuesta sugiere una desconexión entre la línea editorial y su audiencia, lo que refleja tensiones dentro del propio “orden del discurso” mediático (Fairclough).

De entre las publicaciones calificadas como discurso de odio se muestra a modo de ejemplo el publicado por este mismo medio el 16 de febrero de 2023 en el que pueden leerse las declaraciones de María Ruiz, diputada del partido de ultraderecha de Vox, en las que asegura que es “alarmante el aumento de casos de homosexualidad y transexualidad”, un discurso de odio que el medio consideró oportuno destacar en el titular de la noticia. Las declaraciones de Alberto Núñez Feijóo, líder de la oposición, en las que dice a Pedro Sánchez, presidente del Gobierno, que “deje de molestar a la gente de bien” fueron recogidas por *La Vanguardia*, *El País* y *eldiario.es*, sin embargo, los medios más afines al Partido Popular, *ABC* y *El Mundo*, no publicaron estas declaraciones, lo que indica que no perseguían fomentar la idea de las gentes “de bien”, frente a las gentes “de mal” vivir, en este caso, las personas trans. Esta omisión es significativa, ya que son los propios medios conservadores los que evitan la polémica y los discursos de odio que se podrían haber sucedido entre sus seguidores de X. Sin embargo, *ABC* publica sentencias mucho más graves como el titular en el que aseguran que la «Ley Trans» es “monstruosa” y supone la “destrucción de la institución familiar”, dos claros ejemplos de discurso de odio del propio medio, no de fuentes externas como podía ser el caso de Núñez Feijóo, lo que implica que el medio se decanta por un marcado discurso de odio bajo el paraguas de su línea editorial antes que dejar que sean otras fuentes las que falten al respeto del colectivo, fomentando el rechazo hacia las personas trans de sus lectores. Por su parte, *El Mundo* sí publica declaraciones de Isabel Díaz Ayuso, presidenta de la Comunidad de Madrid, también del Partido Popular, en las que califica la ley de “chapuza” y “esperpento”, amplificando su discurso de odio hacia las personas trans.

Estos discursos mediáticos, cargados de insultos, desprecios y falsas acusaciones contra todo un colectivo, fueron el germen de decenas de comentarios denigrantes, despectivos y de odio, que la audiencia social de los medios muestrales publicó en sus redes, contribuyendo con ellos a la exclusión social de las personas trans. Tras el ACD de los 924 comentarios registrados en las 65 publicaciones de la muestra, se expone a continuación cuál fue el discurso dominante de la audiencia social de cada medio, y en qué términos se expresó sobre las personas trans o la ley que las ampara.

Tabla 3. Análisis de la audiencia social en X sobre las personas LGBTIQ+. (NN: número de menciones de cada término en los comentarios Son frecuencias de palabra, no número de comentarios.)

<i>El País</i>		<i>El Mundo</i>		<i>ABC</i>		<i>eldiario.es</i>		<i>La Vanguardia</i>	
Discurso dominante	NN	Discurso dominante	NN	Discurso dominante	NN	Discurso dominante	NN	Discurso dominante	NN
Gente de bien	733	Ayuso	77	Cambiar/ cambio	37	Gente de bien	668	Sexo	99
Mujeres	115	Madrid	77	Mujeres	44	Vida	114	Gente de bien	77
España	113	Mujeres	66	Dios	33	Mujeres	110	Madre	77
Niños	110	Cambio	44	Sexo	33	Personas	110	Podemos	77
Expertos	110	Hombres	44	Mal	22	Derechos	110	Igualdad	77

Fuente: elaboración propia.

El ACD de la audiencia social arroja decenas de mensajes de odio contra las personas trans, sin embargo, no hay un discurso dominante contra el colectivo, lo que significa que no hay un pensamiento único al respecto. Por su parte, se confirma lo señalado por van Dijk sobre la internalización social de discursos discriminatorios promovidos por las élites mediáticas.

El concepto más frecuente fue “gente de bien” a raíz de las declaraciones de Núñez Feijóo, en el que se ha encontrado un amplio rechazo a la diferenciación entre personas por su identidad de género u orientación sexual. Destaca el discurso dominante en todos los medios sobre el término “mujeres” ya que muchos titulares señalaban a la división del feminismo, que hace referencia a las mujeres trans, las cuales no son consideradas como iguales por algunos núcleos del movimiento feminista. Se exponen a continuación algunos de los discursos de odio vertidos en los medios analizados por la audiencia de X, habiendo contabilizado 682 mensajes con insultos, amenazas, odio y rechazo, como este en *El País* que se lamenta por la aprobación de la ley en los siguientes términos “Pues nada, ahora a aumentar los servicios de psiquiatría, más que nada, para cuando los que hoy se sienten hombres, mujeres o viceversa, se les ocurra volver a su género original y vean que ya no hay vuelta atrás” (X de *El País*, 16 de febrero de 2023). O este otro que manifiesta su odio abiertamente: “Los transexuales son degenerados y dan grima” (X de *El País*, 16 de febrero de 2023).

Amparados por la libertad de expresión, hay usuarios que van más allá del insulto, mostrando su rabia hacia el colectivo, como este usuario “Los trans seguirán con problemas de próstata y las trans seguirán con problemas de matriz, por mucho que se hormonen, capen o pongan colgajos” (X de *El País*, 22 de febrero de 2023). Lamentablemente este tipo de comentarios se han encontrado en toda la muestra, independientemente de la línea editorial del medio o de la aprobación o neutralidad hacia la «Ley Trans» en la publicación inicial. Comentarios que ponen de manifiesto una situación de acoso y rechazo como el de este usuario “Cojan bolígrafo y póngase cómodo, veamos cómo: “Hombres llamados Paquita en cárceles de mujeres. Perturbados enfermos en vestuarios/WC de niñas. Y más cosas que veremos con esta ley, otra más de la analfabeta funcional sin experiencia laboral previa” (X de *El Mundo*, 16 de febrero de 2023), o el de este otro “La ley “trans” es criminal, aberrante e inhumana. Sus consecuencias serán terribles e irreversibles. Sus principales víctimas serán los niños inocentes e indefensos (X de *ABC*, 16 de febrero de 2023), por recoger algunos ejemplos.

4. Discusión

La incitación al odio en las redes sociales y medios de comunicación es un problema cada vez más acuciante con consecuencias graves para todas las personas, pero en especial para el colectivo LGBTIQ+. Sin duda, las tecnologías actúan como amplificadoras jugando un papel esencial en la propagación de los distintos sesgos y discursos de odio. Los informes internacionales reconocen que existe una tendencia de crecimiento del discurso de odio, gran parte relacionado con las personas trans, aumentando los mensajes transfóbicos en varios países de Europa. No obstante, España se encuentra entre los países más avanzados en la protección legal internacional de los derechos de las personas LGBTIQ+ al contar con uno de los marcos normativos más protectores.

La Ley 4/2023, de 28 de febrero, para la igualdad real y efectiva de las personas trans y para la garantía de los derechos de las personas LGBTIQ+ ha supuesto grandes avances. Sin embargo, la promulgación de la ley ha suscitado el debate público en los medios y en la audiencia social provocando el surgimiento de los discursos de odio hacia las personas trans, incluso entre quienes no habían puesto el foco previamente en el colectivo. Abierto queda el debate entre quienes rechazan la transexualidad como una realidad, quienes la defienden desde las alianzas colectivas e individuales y quienes permanecen neutrales, considerando a las personas trans ciudadanas de pleno derecho, independientemente de su identidad de género, orientación sexual o cualquier condición natural que las posicione fuera del marco heteronormativo impuesto.

De cara a futuras líneas de investigación se plantea analizar el discurso mediático de prensa LGBTIQ+ especializada, así como el de su audiencia social, con la hipótesis de que quienes se oponen desde su anonimato a que las personas trans sean ciudadanas de pleno derecho también utilizan las plataformas afines al colectivo para arrojar su discurso de odio. Como principal limitación se señala no haber ampliado la muestra a un mayor número de medios de comunicación ya que, aún siendo representativa de diversas líneas editoriales, sería deseable en un futuro abarcar el doble de perfiles mediáticos.

5. Conclusiones

Del análisis realizado se destaca que el medio de comunicación que dedicó un mayor número de noticias a la aprobación de la «Ley Trans» fue *eldiario.es*, seguido de *ABC*, *La Vanguardia*, *El Mundo* y por último, *El País*. Sin embargo, la audiencia social de cada medio no respondió con el mismo interés, mostrando una baja participación en el caso de *ABC*, cuyas noticias generaron de media 5 comentarios, lo que muestra el escaso interés de sus lectores en la nueva ley y el colectivo que defiende. Se abre con esta observación la premisa de que no se extiende el discurso de odio entre quienes rechazan a las personas trans o niegan sus derechos solo por el hecho de pensarla, influye más el tipo de medio de comunicación que se consulta, el tono de sus titulares y la comunidad que participa en él. Tomando como ejemplo los comentarios negativos, ofensivos y amenazantes publicados en el perfil oficial de *El Mundo* se concluye que la comunidad es la que fomenta y hace crecer el odio, sin embargo, cuando la audiencia social no da importancia a un tema, la participación disminuye, y con ello bajan los discursos de odio, aunque haya rechazo y odio no manifiesto.

En este sentido, también se destaca que la alta participación de la audiencia social no tiene por qué significar un alto grado de aceptación de las noticias, aunque el discurso sea favorable como es el caso de *La Vanguardia*, cuyas publicaciones son las segundas en número de comentarios recibidos, solo por detrás de las de *El País*. Sin embargo, son las que menos 'me gusta' recibieron de entre toda la muestra. Este hecho pone de manifiesto que, aunque haya personas favorables a los derechos de las personas trans en su discurso, no dan el paso de mostrar su conformidad con las publicaciones del medio, hecho que mejoraría su posicionamiento frente al resto de noticias del mismo perfil. Se destaca que es tan importante el discurso favorable como la visibilización de los derechos del colectivo para garantizar su inclusión social, pero en este caso hay una escasa visibilización a través de comentarios y 'me gusta', incluso entre la audiencia social que se muestra a favor o neutral, que no llega a convertirse en aliada de las personas trans.

A pesar de los insuficientes mecanismos puestos en marcha por parte de las redes sociales para eliminar los discursos de odio, la comunidad LGBTIQ+ en general y específicamente las personas trans, siguen siendo un objetivo recurrente para los usuarios que manifiestan su odio en ellas. Por este motivo, es necesario contrarrestar los comentarios nocivos de las redes a través de la acción colectiva, es decir, identificando, visibilizando y combatiendo el discurso de odio hacia las personas trans.

En términos generales, la principal aportación científica de este trabajo consiste en mostrar cómo los discursos mediáticos digitales sobre la «Ley Trans» articulan simultáneamente visibilidad y rechazo. Queda expuesta la tensión existente entre el reconocimiento legal y la inclusión social efectiva de las personas trans por lo que se concluye que la sociedad española aún no está preparada para aceptar plenamente la diversidad trans pese a que los medios tienen la responsabilidad ética de construir discursos de igualdad.

6. Agradecimientos y financiación

Este trabajo está enmarcado en el proyecto HATEMEDIA “Taxonomía, presencia e intensidad de las expresiones de odio en entornos digitales vinculados a los medios informativos profesionales españoles” (PID2020-114584GB-I00), financiado por la Agencia Estatal de Investigación (AEI), Ministerio de Ciencia e Innovación.

7. Referencias citadas

- Álvarez, P. (2021, 7 de febrero). *La «ley Trans» desde ángulos opuestos*. *El País*. <https://bit.ly/3FRTmKa>
- Amnesty International. (2022). *Informe 2021/2022: La situación de los derechos humanos en el mundo*. Amnesty International.
- Bonet, J. (2012). *Guion para el desarrollo del análisis crítico del discurso*. SIMReF.
- Bustos Martínez, L., De Santiago Ortega, P., Martínez Miró, M. A., & Rengifo Hidalgo, M. (2019). Discursos de odio: Una epidemia que se propaga en la red. Estado de la cuestión sobre el racismo y la xenofobia en las redes sociales. *Mediaciones Sociales*, 18, 25–43. <https://doi.org/10.5209/MESO.64527>
- Carratalá, A. (2020). Audiencias críticas en Twitter frente a coberturas tránsfobas: La identidad de género como nuevo derecho y su tratamiento periodístico. En *Más sobre periodismo y derechos humanos emergentes* (pp. 64–78). Universidad de Sevilla.
- Carvajal, A. (2023, 17 de febrero). *España, entre los países más permisivos para la autodeterminación de género desde los 14 años*. *El Mundo*. <https://bit.ly/4I80GAY>
- Cinelli, M., De Francisci Morales, G., Galeazzi, A., Quattrociocchi, W., & Starnini, M. (2021). The echo chamber effect on social media. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 118(9). <https://doi.org/10.1073/pnas.2023301118>
- Consejo de la Unión Europea. (1997). *Resolución del Consejo de 20 de enero de 1997*. OJ C 36, 5.2.1997, 4–5.
- Duque, E. (2014). Análisis de contenido mediante análisis de palabras clave: La representación de los participantes en los discursos de Esperanza Aguirre. *Mediaciones Sociales*, 13, 39–73. https://doi.org/10.5209/rev_MESO.2014.h13.49432
- Enarsson, T., & Lindgren, S. (2018). Free speech or hate speech? A legal analysis of the discourse about Roma on Twitter. *Information & Communications Technology Law*, 28(1), 1–18. <https://doi.org/10.1080/13600834.2018.1494415>
- Esquivel Alonso, Y. (2016). El discurso del odio en la jurisprudencia del Tribunal Europeo de Derechos Humanos. *Cuestiones Constitucionales*, 35, 3–44. <https://doi.org/10.22201/ijj.24484881e.2016.35.10491>
- FELGTBI. (2018). *La cara oculta de la violencia hacia el colectivo LGTBI*. Federación Estatal de Lesbianas, Gais, Trans y Bisexuales.
- FELGTBI. (2023). *Informe del estado del odio*. Federación Estatal de Lesbianas, Gais, Trans y Bisexuales.

- FRA – European Union Agency for Fundamental Rights. (2019). *EU LGBT Survey: Results at a glance*.
- FRA – European Union Agency for Fundamental Rights. (2021). *EU LGBT Survey: Results at a glance*.
- Gabriel, C. (2017). *Las personas LGBT en el ámbito del empleo en España: Hacia espacios de trabajo inclusivos*. Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades.
- García-Suárez, J., Trigueros, C., & Rivera, E. (2015). Twitter como recurso para evaluar el proceso de enseñanza universitaria. *RUSC. Universities and Knowledge Society Journal*, 12(3), 32–45. <https://doi.org/10.7238/rusc.v12i3.2092>
- González Natal, D., & Hernández, J. E. (2023). *Informe: Discurso de odio y orgullo LGTBIQ+ en la conversación digital*. LLYC Ideas.
- Hubbard, L. (2020). *Online Hate Crime Report: Challenging online homophobia, biphobia and transphobia*. Galop.
- ILGA-Europe. (2023). *Annual review of the human rights situation of lesbian, gay, bisexual, trans and intersex people in Europe and Central Asia*. ILGA-Europe.
- Íñiguez, L. R. (2006). El análisis del discurso en las ciencias sociales: Variedades, tradiciones y práctica. En L. R. Íñiguez (Ed.), *Análisis del discurso: Manual para las ciencias sociales* (pp. 89–128). UOC.
- Izquierdo Montero, A. I., Laforgue-Bullido, N., & Abril-Hervás, D. (2022). Hate speech: A systematic review of scientific production and educational considerations. *Revista Fuentes*, 24(2), 222–233. <https://doi.org/10.12795/revistafuentes.2022.20240>
- Kaufman, G. A. (2015). *Odium dicta: Libertad de expresión y protección de grupos discriminados en internet*. Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación.
- Ley 4/2023, de 28 de febrero, para la igualdad real y efectiva de las personas trans y para la garantía de los derechos de las personas LGTBI. BOE n.º 51, de 1 de marzo de 2023.
- Martín Aragón, M. M. (2019). Incidentes LGTBIQ-fóbicos en España: Más allá de los delitos de odio. *Revista Electrónica de Estudios Penales y de la Seguridad*, 5, 1–17.
- Ministerio del Interior. (2023). *Informe sobre la evolución de los delitos de odio en España*. Gobierno de España.
- Mireres Naveiras, A. (2021). *Una aproximación del discurso de odio en Twitter: El caso de la ley trans* (Trabajo Fin de Grado). Universidad de Valladolid.
- Muñoz, A., & Argüelles, I. (2010). En Bueno Alonso, J. L. et al. (Eds.), *Analizar datos. Describir variación / Analysing data. Describing variation* (pp. 710–720). Universidad de Vigo.
- Peñalver, E. A. (2019). La ortografía en redes sociales: ¿Una nueva carta de presentación? *Carácteres: Estudios Culturales y Críticos de la Esfera Digital*, 8(2), 156–177.
- Rivera Martín, B., & Martínez de Bartolomé Rincón, I. (2022). Labour inclusion of LGBTI people in Spain: Ethics and conduct codes. *Ramon Llull Journal of Applied Ethics*, 13, 287–326. <https://doi.org/10.34810/rjaev1n13id398706>
- Rivera Martín, B., Martínez de Bartolomé Rincón, I., & López López, P. J. (2022). Discurso de odio hacia las personas LGTBIQ+: Medios y audiencia social. *Prisma Social*, 39, 213–233. <https://doi.org/10.2547/revist.8748>
- Rojas-Lizana, I. (2014). Perceived discrimination in LGBTIQ discourse from Australia: A typology of verbal discrimination. *Portal: Journal of Multidisciplinary International Studies*, 11(1), 1–20.
- Rossetti, G. (2022). Nosotrxs/os/as/es y ellos: Los múltiples usos de la flexión de género en los discursos de Lucas Grimson y Ofelia Fernández. *Anáfora*, 6, 95–119.
- Said-Hung, E., & Díaz, J. M. (Eds.). (2023). *News media and hate speech promotion in Mediterranean countries*. IGI Global.
- Said-Hung, E., Moreno-López, R., & Mottareale-Calvanese, D. (2023). Promotion of hate speech by Spanish political actors on Twitter. *Policy & Internet*, 1–22. <https://doi.org/10.1002/poi.353>
- Sánchez-Holgado, P., Arcila-Calderón, C., & Gomes-Barbosa, M. (2023). Hate speech and polarization around the “Trans Law” in Spain. *Politics and Governance*, 11(2), 187–197. <https://doi.org/10.17645/pag.v11i2.6374>
- Ştefăniță, O., & Buf, D. (2021). Hate speech in social media and its effects on the LGBT community: A review of the current research. *Romanian Journal of Communication and Public Relations*, 23(1), 47–55. <https://doi.org/10.21018/rjcp.2021.1.322>
- TMM – Observatorio de Personas Trans Asesinadas. (2022). *Proyecto TvT: Transrespeto versus transfobia en el mundo*. <https://bit.ly/4kOXkSU>
- Van Dijk, T. A. (2016). Análisis crítico del discurso. *Revista Austral de Ciencias Sociales*, 30, 203–222. <https://doi.org/10.4206/rev.austral.cienc.soc.2016.n30-10>
- Zurian F. A. (2022). La academia y la sociedad ante los retos de la ley trans. *Estudios LGBTIQ+, Comunicación y Cultura*, 2(2), 147–148. <https://doi.org/10.5209/eslg.85081>