

Estrategias de gender trolling de los incels y respuestas ciberfeministas: un análisis de casos en X/Twitter España

Incel gender trolling strategies and cyberfeminist responses: A case study analysis on X/Twitter Spain

ALFONSO NAVARRO-GUINEA

Universitat Oberta de Catalunya (UOC)
anavarrogui@uoc.edu

ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-7870-4544>

Recibido/Received: 03-07-2025 Aceptado/Accepted: 05-12-2025.

Cómo citar/How to cite: Navarro-Guinea, Alfonso (2025), “Estrategias de gender trolling de los incels y respuestas ciberfeministas: un análisis de casos en X/Twitter España”, *Revista Estudios del Discurso Digital (REDD)*, 8: 1-33.

DOI: <https://doi.org/10.24197/59a7y566>

Artículo de acceso abierto distribuido bajo una [Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional \(CC-BY 4.0\)](#). / Open access article under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License \(CC-BY 4.0\)](#).

Resumen: Este estudio explora los mensajes misóginos que comparte @clonazepamers, un referente en la comunidad española incel en X/Twitter, y los relaciona con las respuestas de tres voces feministas españolas: @ModernaDePueblo, @Barbijaputa e @IrantzuVarela. A través de una revisión de publicaciones y un análisis interpretativo de publicaciones realizadas entre finales de 2023 y principios de 2024, se identifican patrones recurrentes como la difamación y el sarcasmo en los incels y formas de resistencia y denuncia en las ciberfeministas. También se evidencian tensiones internas dentro del movimiento feminista, especialmente en las discusiones acerca de la inclusión trans.

Palabras clave: Misoginia digital; Incel; Ciberfeminisme, X; Estrategies discursives; Gender trolling.

Abstract: This study explores the misogynistic messages shared by @clonazepamers, a prominent figure in the Spanish incel community on X/Twitter, and relates them to the responses of three Spanish feminist voices: @ModernaDePueblo, @Barbijaputa, and @IrantzuVarela. Through a review of posts and an interpretive analysis of publications made between late 2023 and early 2024, recurrent patterns are identified, such as defamation and sarcasm among incels, and forms of resistance and denunciation among cyberfeminists. The study also reveals internal tensions within the feminist movement, especially in debates concerning trans inclusion.

Keywords: Digital misogyny; Incel; Cyberfeminism; X; Discursive strategies; Gender trolling.

INTRODUCCIÓN

Este trabajo de etnografía virtual se centra en el análisis del usuario de X/Twitter @clonazepamers, quien se presenta como CEO de la comunidad incel Hispana. La investigación tiene como propósito principal identificar y clasificar la producción misóginia que genera, y confrontarla con las respuestas y contra-discursos formulados desde el ciberfeminismo. La elección de este caso responde a la creciente visibilidad de la misoginia digital en redes sociales, particularmente en comunidades incels como la de @clonazepamers, que reúne a unas 120.000 personas¹, integrándose dentro de un perfil discursivo de odio, culpabilización y desprecio hacia las mujeres (Mantilla, 2013; Ging, 2017).

En cuanto a los fundamentos de esta investigación, el objetivo general consiste en comprender y analizar las estrategias discursivas desplegadas por la comunidad incel, así como las respuestas que desde el ciberfeminismo se articulan como forma de resistencia. De manera más específica, se plantea como meta: jerarquizar, clasificar y comparar dichas estrategias según su recurrencia en el discurso observado. Esta doble orientación permite construir un análisis comparativo entre las lógicas comunicativas del machismo digital y las formas de contra-discurso feminista que emergen en el mismo espacio virtual. Por su parte, la hipótesis que guía este trabajo sostiene que las estrategias discursivas promovidas por @clonazepamers y por las interacciones que genera, están relacionadas temáticamente con las respuestas elaboradas por perfiles ciberfeministas de habla hispana, en tanto que estas reacciones no sólo funcionan como defensa, sino también como formas activas de confrontación ideológica.

Para abordar este fenómeno, se adopta la etnografía digital siguiendo las orientaciones de Hine (2000) y Pink et al. (2019), complementan su aplicación con el software Atlas.ti 25, que facilita la organización y codificación del material recogido. El estudio se estructura en tres ejes principales: primero, se desarrolla un marco teórico que define las comunidades virtuales, fundamental para comprender cómo se construyen tanto los discursos misóginos como las prácticas de resistencia feminista en el espacio digital. Posteriormente, se presenta un análisis detallado de

¹ Actualizado el 5 de diciembre de 2025.

las estrategias discursivas que utiliza @clonazepamers, junto con las interacciones que sus mensajes suscitan en X/Twitter, evidenciando patrones claros de misoginia. En la última parte, el estudio contrasta estos discursos con el contra-discurso de tres perfiles distintos de ciberfeministas que operan en la misma red social: @ModernaDePueblo, @Barbijaputa y @IrantzuVarela, mostrando así las tensiones y resistencias que emergen en este entorno.

En síntesis, esta investigación muestra cómo ciertos espacios digitales, como el de @clonazepamers, funcionan como focos de socialización misógina, mientras que los perfiles ciberfeministas ofrecen respuestas activas que disputan y reconfiguran sentidos en el mismo entorno. Así, se destaca el papel del ciberfeminismo como fuerza clave en la resistencia simbólica frente al machismo digital.

1. MARCO TEÓRICO

1.1. Origen, definición y características de la comunidad virtual

Uno de los primeros libros que exploraron las comunidades virtuales es *The Virtual Community* (1993), escrito por Howard Rheingold. En él, se analizan las posibilidades de interacción, aprendizaje en conjunto y creación de lazos en entornos digitales: "las comunidades virtuales son como vivir dentro de una enciclopedia" (Rheingold, 1993, p. 51). Esta visión será valorada también por Hine (2000), quien observó en la propuesta de Rheingold una apuesta clara por modelos de comunicación abiertos y horizontales.

Más adelante, esta idea sostenida por Rheingold (1993) será retomada por Castells (1997), en su análisis de la sociedad en red. En sus obras profundiza en cómo las tecnologías de la información y la comunicación han favorecido la aparición de comunidades virtuales. Castells (1997) las define como "redes electrónicas autodefinidas de comunicación interactiva organizadas en torno a intereses o metas compartidas" (1997, p. 424), reforzando la idea de que estas comunidades se forman por elección y afinidad.

Desde la visión positivista de Castells (1997), las TIC impulsan la existencia de comunidades o agrupaciones sociales con unas dinámicas de interacción diferenciadas de las tradicionales, dados los elementos comunicativos que posibilita la conexión red. Por otro lado, corrientes críticas como las encabezadas por Doheny (1996) y Yus (2001), explican que las comunidades virtuales producen un efecto de descohesión social y

presentan limitaciones comunicativas en tanto que se desarrollan dentro de las posibilidades de existencia que marca el ciberespacio. Por esta razón, desde la presente investigación se aboga por el término de “comunidades de intereses”, consecuente con los aspectos de relativa cohesión de los grupos antifeministas y con las limitaciones comunicativas del espacio digital. Como destaca Márquez: «...la mejor definición de las comunidades virtuales contemporáneas es la de “comunidades de intereses”, en la medida en que se construyen a partir de los intereses cambiantes de los agentes sociales» (2008, p. 186). Los intereses de las comunidades antifeministas radican en el androcentrismo, el odio al movimiento feminista y la persecución de las mujeres que interactúan en internet (Bonet-Martí, 2021). Esta idea ayuda a entender cómo se vinculan las personas en la sociedad en red, además de reconocer la variedad de atributos que definen estas comunidades virtuales. Entre esas características están no solo las ganas de comunicarse y expresarse (Rheingold, 1993; Hine, 2000; Castells, 2001; Castells, 2015), sino también las estructuras materiales y simbólicas que las sostienen, profundamente imbuidas por relaciones de poder, dominio y estratificación social (Rius-Ulldemolins, 2015; Durand, 2021).

En este sentido, el mundo digital se estructura a partir del capitalismo de plataformas y el tecnofeudalismo en tanto que, unas reducidas multinacionales tecnológicas posibilitan la estructura del espacio digital y obtienen beneficios económicos mediante la explotación de los datos generados por las personas internautas (Srnicek, 2018; Durand, 2021). Además, como señala Umoja (2018), estos monopolios tecnológicos que cimientan el espacio digital están liderados en su mayoría por hombres heterosexuales blancos como demuestra el caso de Silicon Valley. Esta estructura de poder en manos de grandes tecnológicas influye directamente en cómo se forman y difunden los discursos de comunidades como los incels y los colectivos ciberfeministas.

Por estos motivos, la presente investigación adopta la idea de Márquez (2008), considerando que las comunidades virtuales se forman en torno a intereses comunes y que la forma en que se comunican se desarrolla dentro de marcos específicos, como en el caso de X/Twitter, donde las posibilidades de interacción dependen de una estructura comunicativa predefinida y atendiendo intereses capitalistas.

1. 2. El ecosistema discursivo del incel

El análisis de comunidades virtuales que se centran en formas de masculinidad reaccionaria y en actitudes hostiles hacia las mujeres ha dado origen al concepto de manosférica. Este espacio digital reúne diferentes grupos que comparten discursos altamente masculinos² y, a menudo, agresivos (Ging, 2019).

Desde los estudios de las masculinidades, se ha tratado de revelar ese fenómeno patriarcal de los hombres mediante el concepto esencialista de masculinidad hegemónica (Enguix, 2025). Este término fue desarrollado en los años ochenta a partir de diferentes investigaciones sobre masculinidades en el ámbito educativo realizadas en Australia, que atendían las diferenciaciones de género en la educación de hombres y mujeres (Connell y Messerschmidt, 2005). La proyección ulterior de estos trabajos sobre las masculinidades entre los años ochenta y noventa, contribuyó a la definición del concepto de masculinidad hegemónica: “la configuración de la práctica de género que incorpora la respuesta aceptada, (...) la posición dominante de los hombres y la subordinación de las mujeres”. (Connell, 2015, p. 112).

Con el transcurso de la segunda oleada feminista, en los setenta surge el Men's Liberation Movement como una organización de hombres en EEUU que cuestionaban el modelo de masculinidad hegemónica, a pesar de que finalmente acabaron culpabilizando al movimiento feminista de los problemas de los varones (Bonet-Martí, 2021; Horta et al., 2021). De esta forma, en esta década se consolida la visión antifeminista de los movimientos liderados por los hombres, que llega a su apogeo con personalidades como Warren Farrell y su obra *Myth of Male Power* (1993), que sentará las bases de los Men's Activist Rights (MRA'S) (Horta et al., 2021). Según Ging (2019), este grupo, junto con otros como los Pick Up Artists (PUAs) y los Men Going Their Own Way (MGTOW), representaron las principales agrupaciones antifeministas digitales.

² Para matizar el uso del término “masculinos” o “hegemonía”, en este artículo se precisa para aludir a las conductas machistas y patriarcales de los hombres en internet. Sin embargo, conviene destacar que dicho término no trata de generalizar la diversidad de masculinidades que existen en estos mismos espacios (Núñez, 2016; Enguix, 2025).

Por su parte, los “involuntary celibate” (incels) surgen en 2010 como un fenómeno derivado de los PUA que supuso la conformación de múltiples comunidades antifeministas y su crecimiento diferencial respecto a otras agrupaciones (Horta et al., 2021). De hecho, la estructuración comunicativa de los PUA sobre los consejos para obtener relaciones sexuales con las mujeres fomentó el surgimiento de los incels, que expresaban frustración por no obtener dicha recompensa (Mantilla, 2015). La particularidad del discurso incel es que suele presentar a las mujeres como responsables de los fracasos amorosos de los hombres y lo hace desde una visión victimista y biologicista (Mantilla, 2015; Ging, 2019). Esta forma de pensar justifica la hostilidad hacia las mujeres como una especie de venganza simbólica, basada en explicaciones esencialistas que vinculan la atracción física y el valor social a supuestas jerarquías biológicas inamovibles, lo que refuerza los estereotipos de género y naturaliza las desigualdades (Mantilla, 2015). Su ideología de odio se orienta en la creencia de que los hombres son descartados en las relaciones sexuales por las mujeres por motivos de estatus social o aspecto físico (Mantilla, 2015; Horta et al., 2021). Aunque, para los incels, los chads³ pueden obtener con facilidad relaciones sentimentales y sexuales (Mantilla, 2015).

Entre los crímenes cometidos por esta comunidad, destaca el de Elliot Rodger en 2014, quien perpetró un tiroteo masivo y publicó un manifiesto que publicó en su comunidad digital donde exponía sus principales motivaciones misóginas (Mantilla, 2015; Ging, 2019). Como señala Chalmers (2022), lo que sucede en los entornos digitales es real y tiene efectos concretos en la realidad social. Aun así, muchos usuarios lo perciben como “solo virtual”, lo que facilita que se repitan prácticas dañinas y se normalicen contenidos discriminatorios en internet. En Estados Unidos y Canadá, algunos hombres que se identifican con la ideología incel han cometido y reivindican actos de violencia extrema, lo que evidencia la radicalización ideológica y el extremismo de estas agrupaciones (Isla, 2021).

En este contexto, Mantilla (2013) introduce el término gendertrolling para describir el tipo específico de agresión en línea que sufren las mujeres en los espacios digitales. Este tipo de agresión combina humor con actitudes machistas y misóginas, encubriendo esas ideas con bromas o

³ Los machos alfa (chads) son el estereotipo antifeminista de hombre que tiene éxito con las mujeres, siendo aquel que es guapo, poderoso, rico y carismático (Mantilla, 2015).

sarcasmo (Ging, 2019; Villar-Aguilés, 2021). Incluye insultos sexistas, amenazas, campañas de acoso coordinadas y respuestas hostiles a las intervenciones de mujeres en línea (Crosas y Medina-Bravo, 2019). Estas estrategias no son aleatorias ni ocasionales; están organizadas con un objetivo y un discurso coherente, centrado en destruir la figura de las mujeres dentro de internet (Caldevilla-Domínguez et al., 2022).

Comunidades antifeministas y discurso convergen en un mismo fenómeno: la manosfera funciona como un entramado de espacios digitales —foros, blogs y redes sociales— donde circulan y se repiten narrativas que refuerzan una idea dominante de lo que significa ser un “verdadero hombre” (Ironwood, 2013; Ging, 2019). Este fenómeno adopta la forma de una concentración discursiva fuertemente masculinizada, que encuentra en el entorno digital el medio ideal para difundirse (Ironwood, 2013). Estas dinámicas no solo aparecen en contenidos explícitamente ideológicos, sino también en estilos comunicativos basados en el humor irónico o la sátira, recursos característicos del fenómeno del trolling (Mantilla, 2013; Mantilla, 2015; Crosas y Medina-Bravo, 2019; Villar-Aguilés y Pecourt, 2021).

En el caso español, algunas investigaciones recientes también han documentado la presencia de estos discursos en entornos de manosfera como Forocoches. Según Caldevilla-Domínguez et al. (2022) y Navarro (2024), los usuarios identificados con perfiles incel presentan los índices más altos de agresividad discursiva hacia las mujeres, especialmente aquellos que utilizan avatares con carga sexual o peyorativa. A través de ambas investigaciones, se constata que estos sujetos despliegan narrativas abiertamente misóginas, situándose como agentes activos en la reproducción de violencias simbólicas de género en el entorno digital.

Por último, Delgado y Sánchez-Sicilia (2023) han realizado análisis discursivos sobre estas comunidades en X/Twitter, identificando una intensa producción de contenido antifeminista —principalmente en formato meme— generado por cuentas incel y de extrema derecha. Estos productos discursivos operan mediante mecanismos de humor que trivializan el feminismo, al tiempo que refuerzan estereotipos patriarcales y contribuyen a la viralización de mensajes sexistas. En este marco, el gendertrolling se consolida como una estrategia comunicativa eficaz para la proliferación de contenidos misóginos (Mantilla, 2013; Mantilla, 2015; Ging et al. 2024), facilitando su circulación y normalización dentro del ecosistema digital contemporáneo.

1. 3. El contra-discurso ciberfeminista

El desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) ha creado un espacio en el que surgen nuevas formas de participación social y política, especialmente en los movimientos feministas. En este contexto, Wajcman (2006) habla de tecnofeminismo, un concepto que surge de la teoría cyborg de Haraway (1995), para explicar cómo la tecnología y la acción feminista se combinan, destacando la relación entre los avances tecnológicos de los últimos años y el aumento del poder de las mujeres en los países occidentales.

El auge del feminismo en el mundo digital ha sido clave en lo que se llama la "Cuarta Ola Feminista". Esta nueva etapa se distingue por la difusión masiva de discursos críticos sobre género en plataformas digitales y redes sociales (Fernández, 2018). Sin embargo, este crecimiento sucede en un entorno tecnológico que también refleja las dinámicas del capitalismo patriarcal, lo que genera una tensión constante entre buscar emancipación y mantener relaciones de poder ya establecidas. No obstante, el ciberfeminismo se describe como un tipo de activismo en línea que, gracias a la conectividad de la Web 2.0⁴, rompe fronteras y culturas, promoviendo una lucha feminista que trasciende intereses nacionales y culturales. Este movimiento busca no solo dar mayor poder a las mujeres, sino también mostrar las desigualdades estructurales que enfrentan diferentes grupos marginados en la realidad física y el espacio digital (González-Véliz y Andrés del Campo, 2023; Moliní, 2025).

En el ciberfeminismo se constata la influencia del feminismo radical de los años 60 y 70, ya que se promueven diversas redes de solidaridad, amistad y sororidad en el espacio público y digital, así como defender la necesidad de incluir la perspectiva interseccional en sus acciones políticas (Morales, 2021; Cucó, 2023). Por otro lado, también configura diversas estrategias digitales para subvertir los códigos de dominación y las ideas simbólicas que sostienen las jerarquías de género. En ese sentido, destaca por su capacidad de adaptarse a las condiciones tecnológicas del mundo digital, creando nuevos modos de actuar en espacios virtuales (García-Manso y Silva, 2017; Gago, 2019; Moliní, 2025).

⁴ La Web 2.0 se entiende como una fase evolutiva de internet en los 2000, que permitió la creación de páginas, foros y sitios digitales para chatear (González-Véliz y Andrés del Campo, 2023).

Desde el enfoque de Castells sobre movimientos sociales en la era digital, Gago (2019) señala que el movimiento del 15-M marcó un punto de inflexión en la consolidación del ciberfeminismo en España. Aunque en los años 90 su presencia era pequeña comparada con otros países, a partir de 2011 se notó más organización y visibilidad en plataformas como Facebook, dando lugar a pequeñas agrupaciones con sistemas organizativos informales que operan en red. Estas formas de organización rompen con la idea de estructuras totalmente verticales y rígidas, ya que adoptan formas flexibles, pero con objetivos políticos claros. Estas dinámicas permiten una retroalimentación entre los discursos globales y las luchas locales, como se observa en la articulación del Día de la Mujer (8M), cuya organización a nivel transnacional ha logrado coordinar jornadas de protesta masiva: “el feminismo organizó el primer paro global del trabajo productivo y reproductivo de mujeres, visibilizando demandas y cuerpos en más de 70 países” (Moriana, 2018, p. 1).

En lo relativo a la plataforma X/Twitter, existen investigaciones recientes que documentan tanto las posibilidades como los obstáculos de este medio para el activismo feminista. Proaño y Zurita (2022), en un estudio sobre Ecuador, analizan las prácticas de gendertrolling dirigidas a ciberfeministas defensoras del derecho al aborto, señalando que estas estrategias de desinformación y violencia simbólica distorsionan el debate público e impiden una deliberación efectiva. En el caso de España, Fernández et al. (2022) estudiaron la etiqueta #MásMujeres impulsada por la Asociación de Mujeres Cineastas y de Medios Audiovisuales (CIMA), destacando su impacto en la creación de espacios de visibilidad, articulación y denuncia a través de dinámicas propias de la comunicación digital.

En síntesis, el ciberfeminismo se configura como una modalidad de acción colectiva que, articulada desde la lógica reticular de la sociedad digital, combina la dimensión global de la lucha feminista con los contextos locales y específicos de intervención (Gago, 2019; Moliní, 2025). Su carácter plural y transversal permite una apropiación crítica de las tecnologías digitales, generando nuevas formas de resistencia, producción de sentido y organización social (Haraway, 1995; Wacjman, 2006).

2. METODOLOGÍA

A continuación, se ha realizado una observación no participante siguiendo los principios de etnografía virtual propuestos por Hine (2000) y Pink et al. (2019), enfocándose en analizar las publicaciones y respuestas de la cuenta @clonazepamers en X/Twitter. Para ello, se usó un cuaderno de campo digital adaptado al entorno virtual, en línea con lo sugerido por García Mingo y Fernández (2022), que permitió registrar de manera organizada las notas relevantes para entender las estrategias discursivas y los comentarios analizados. La observación se llevó a cabo en tiempo real durante cuatro días, del 8 al 12 de enero de 2024. Esta ventana temporal se seleccionó deliberadamente por no coincidir con efemérides, polémicas mediáticas o eventos políticos que pudieran alterar el comportamiento habitual de la cuenta. El objetivo era captar un uso cotidiano y no reactivo del perfil, de modo que los datos reflejaran dinámicas ordinarias de interacción y producción discursiva. En total, se dedicaron unas 10 horas a la observación no participativa, durante las cuales se recopilaron y revisaron 15 publicaciones originales, 26 respuestas y 123 interacciones. Como criterio de selección, se ha basado en identificar claramente un mensaje con contenido de gender trolling en la publicación. Posteriormente, los datos recopilados se codificaron usando el software Atlas.ti 25, que ayudó a organizar y sistematizar la información cualitativa necesaria para estructurar y presentar los resultados del estudio.

En cuanto al análisis de las estrategias discursivas antifeministas y machistas, se adoptó el método de codificación discursiva desarrollado por Villar-Aguilés y Pecourt (2021), para facilitar la identificación y clasificación de los patrones retóricos y argumentos principales en los mensajes analizados (tabla 1):

Categorías	Definición
Insulto	El/la usuario/a utiliza un lenguaje ofensivo, abusivo y vulgar dirigido sistemáticamente a una persona o grupos de personas.
Sarcasmo	El/la usuario/a expone una expresión irónica y cruel para ridiculizar, humillar o insultar a personas.

Imposición	El/la usuario/a ordena que se realice o se deje de realizar una o varias acciones con el objetivo de denigrar, estigmatizar o silenciar.
Deseo de dañar	El/la usuario/a se centra en el deseo de provocar daño de manera explícita en otras personas.
Objetivación sexual	El/la usuario/a observa, trata y considera a las personas como objetos usados únicamente para el placer sexual (masculino).
Criminalización y difamación	El/la usuario/a etiqueta a una persona o grupos de personas como criminales o difunde información falsa sobre determinados sujetos.
Amenaza a nivel general	El/la usuario/a realiza una declaración donde advierte de la intención de causar dolor, daño, perjuicio o cualquier otra acción hostil.
Amenaza sexual	El/la usuario/a hace una declaración donde advierte de la intención de violentar sexualmente.
Ofensiva general al movimiento feminista	El/la usuario/a realiza una declaración de ataque al movimiento feminista y a las acciones feministas.

Tabla 1. Categorías de análisis de estrategias discursivas antifeministas empleadas por Villar-Aguilés y Pecourt (2021).

Por otro lado, las cuentas con enfoque ciberfeminista seleccionadas corresponden a tres perfiles diferentes según su forma de comunicar y la relevancia del contenido feminista que comparten en X/Twitter: @ModernaDePueblo, @barbijaputa y @IrantzuVarela. Para comparar mejor con la cantidad significativa de contenido misógino analizado, se usaron publicaciones de diciembre de 2023, intentando equilibrar las diferencias en los períodos de documentación.

Respecto a las cuestiones éticas, esta investigación sigue trabajos previos sobre la manosfera que señalan que no es necesario obtener consentimiento de las personas usuarias cuando las publicaciones se realizan en espacios digitales que son accesibles públicamente (Díaz-Fernández y García-Mingo, 2022; Ging et al., 2024). Por este motivo, el corpus textual observado, registrado y analizado corresponde a publicaciones en X/Twitter que son de acceso libre. Así, se detalla las autorías de las publicaciones con imágenes para favorecer su veracidad como fuente del material analizado, entendiendo que su producción cultural supone la creación de objetos digitales nativos⁵ (Rogers, 2013).

Por otro lado, la exposición del contenido literal de gender trolling radica en evidenciar los ataques de odio que sufren las mujeres en los entornos digitales (Mantilla, 2013). Sin embargo, para evitar la amplificación de su discurso, se omite poner los enlaces directos a dichas publicaciones el artículo para que en ningún caso se promocionen dichas actitudes en redes sociales. Además, aunque sería ideal verificar la autenticidad de todas las cuentas que participan en las interacciones analizadas, esta investigación no puede abarcar ese nivel de comprobación. Por ello, se reconoce explícitamente esta limitación metodológica en la identificación de la muestra. En conjunto, el análisis de discurso aquí propuesto se configura en intereses puramente analíticos y descriptivos, sin emitir ningun tipo de juicio de valor sobre los perfiles o contenidos tratados.

Por último, el trabajo está estructurado pensando en el lenguaje con perspectiva de género, con la finalidad de que la investigación sea lo más objetiva e inclusiva posible en su producción científica.

3. ANÁLISIS Y RESULTADOS

3. 1. El discurso incel de @clonazepamers

Como parte del estudio de caso, @clonazepamers es una cuenta de X/Twitter creada en diciembre de 2021. Este perfil es gestionado por un hombre español cuya forma de comunicarse se enmarca dentro de las

⁵ Contenidos creados específicamente para entornos digitales, cuya existencia, forma y función dependen del medio digital, como animaciones interactivas, memes o capturas de pantalla (Rogers, 2013).

normas de la heterosexualidad dominante. La identidad del usuario permanece en el anonimato y no comparte información verificable sobre su vida cotidiana. Sin embargo, en mayo de 2023, se encontró una convocatoria para un encuentro presencial dirigido a hombres incels, aunque no hay pruebas públicas de que este evento realmente se haya realizado.

En 2025, la cuenta tiene más de 120.000 seguidores, en su mayoría hombres y con ideas conservadoras o vinculadas a la extrema derecha. Este usuario tiene una suscripción monetizada en la plataforma, lo que le permite ganar dinero a través de su actividad en línea, generando ingresos por la visibilidad y viralización de sus publicaciones.

En cuanto al análisis del contenido, el estudio se centra en publicaciones misóginas compartidas entre el 8 y el 12 de enero de 2024. El estudio etnográfico no participante permitió reunir un total de 164 mensajes: 15 son publicaciones originales de @clonazepamers, 26 respuestas del mismo perfil, y 123 comentarios de otras cuentas que interactuaron con el contenido. Para facilitar la interpretación, se hizo una distinción entre los diferentes autorías de los mensajes: publicaciones originales, respuestas del perfil y comentarios de terceros (tabla 2).

Producción de gender trolling	@clonazepamers	Comentarios de terceros
Publicaciones	15	-
Respuestas / Comentarios	26	123
Total	41	123

Tabla 2. Clasificación del corpus textual de @clonazepamers en X.

Esto permitió clarificar quién emitía cada mensaje y desde qué posicionamiento discursivo. Posteriormente, se procedió a la codificación de todos los elementos atendiendo a su carga comunicativa en relación con el fenómeno del *gender trolling*. Si bien no todos los discursos analizados presentan una orientación misógina explícita, varios de ellos integran múltiples estrategias vinculadas a esta forma de agresión discursiva.

Como muestra la Tabla 3, de las 15 publicaciones realizadas por @clonazepamers se derivan 26 significaciones vinculadas al

gender trolling, siendo la estrategia más recurrente “Criminalización y difamación” (42,3%). Esta prevalencia se relaciona directamente con la lógica comunicativa del usuario, basada en la difusión de noticias polémicas cuya figura central es la mujer: “...ésta en lugar de enseñarte a hacerte unos fukin burpies y levantarte a las 4am te enseña a ir a lugares caros a ver si cazas a un ricachón” (Publicación 1). En particular, la criminalización y difamación se dirige de forma específica hacia grupos de mujeres especialmente vulnerables (Mantilla, 2013; Umoja, 2019), como las mujeres migrantes: “Importas África, tienes África” (P2).

Con una frecuencia cercana al 15,4%, las categorías de “Objetivación sexual” y “Sarcasmo” también aparecen de manera constante en los discursos orientados a deshumanizar y desacreditar a las mujeres. La sexualización, en este contexto, aparece en todos los registros vinculada con la difamación, funcionando como una estrategia secundaria que sustenta la creación de narrativas estigmatizantes y fantasías represivas en torno a la sexualidad masculina: “La chocho inflación está en niveles más críticos que nunca” (P3). En contraste, el “Sarcasmo” actúa como una herramienta de distorsión retórica que suaviza la crudeza del mensaje, empleando dobles sentidos y metáforas para camuflar la intensidad de la agresión discursiva: “No preguntes a un hombre su salario. A una mujer su edad. Y a las veteranas de la Selección de Fútbol Femenina porque tenían que dormir con las puertas abiertas en las concentraciones” (P4).

Así, la combinación de “Objetivación sexual” y “Sarcasmo” con “Criminalización y difamación” configura el tono general de las publicaciones, orientando de forma sutil la transmisión de mensajes de desconfianza hacia las relaciones afectivas y la fidelidad femenina: “Pregúntale a tu novia que por qué no te contesta al WhatsApp desde mediodía pero te sale online en el Instagram, que igual el Atleti no es el único que se ha comido 5 esta noche” (P5).

En lo que respecta a las categorías de “Insulto” (7,7%), “Amenaza general” (7,7%) y “Ofensiva general al movimiento feminista” (7,7%), se observa que el “Insulto” funciona como una forma primaria de descalificación que refuerza la difamación dirigida hacia la figura de la mujer, con un propósito claro de humillación: “¿Cómo se supone que te haces tu vida y levantas cabeza después de que tu novia te ponga los cuernos con este ser? (P6). Por su parte, la “Amenaza general” expresa un alto grado de hostilidad dirigida hacia las mujeres, promoviendo discursos violentos de forma indirecta, que a menudo son suavizados mediante recursos sarcásticos (Figura 1).



Figura 1. Publicación categorizada como “Amenaza general” y “Sarcasmo”. Fuente: Clonazepamers, 2024. CC.

En cambio, la “Ofensiva general al movimiento feminista” representa una de las estrategias de gendertrolling más explícitas, ya que articula ataques directos a los principios del feminismo, nuevamente a través de la divulgación de noticias sensacionalistas con fines difamatorios: “Por esto no existen las ‘denuncias falsas’. No hay repercusiones hacia ella por decir que había sufrido un abuso, simplemente se archiva la causa y ya está. Sin embargo, él ya ha sido socialmente sentenciado de por vida...” (P7).

Por último, la categoría “Deseo de dañar” (3,8%) evidencia un discurso intensamente hostil, centrado en la animadversión hacia mujeres con

determinado estatus económico o social: “En un mundo no distópico esa tía estaría contando trozos de papel higiénico en los baños de la cárcel y no billetes por millones” (P8).

En cuanto a las respuestas emitidas por @clonazepamers a otros usuarios, de las 26 interacciones registradas, solo 14 fueron codificadas como portadoras de contenido misógino. Esto se debe a que la mayoría de las respuestas se limitaban a validar comentarios de terceros sin desarrollar un discurso elaborado. En aquellas respuestas con mayor argumentación, el recurso más frecuente fue el “Sarcasmo” (42,9%), utilizado para reafirmar el discurso misógino desde un tono aparentemente menos agresivo: “Luego te dicen que el humor femenino es igual o mejor y claro te tienes que reír” (P9). No obstante, la criminalización y difamación (28,6%) persiste como estrategia principal para estructurar las respuestas, frecuentemente acompañada por elementos de “Objetivación sexual”: “Tienes que aprender a leer entre líneas: Te dice que no tenía dinero, por lo que o no trabajaba o desde luego no tenía buenos negocios” (P10).

Estrategia de gendertrolling	Publicaciones		Respuestas	
	N	%	N	%
Insulto	2	7.7	1	7.1
Sarcasmo	4	15.4	6	42.9
Imposición	0	0.0	0	0.0
Deseo de dañar	1	3.8	0	0.0
Objetivación sexual	4	15.4	2	14.3
Criminalización y difamación	11	42.3	4	28.6
Amenaza a nivel general	2	7.7	1	7.1
Amenaza sexual	0	0.0	0	0.0
Ofensiva general al movimiento feminista	2	7.7	0	0.0
Total	26	100.0	14	100.0

Tabla 3. Clasificación de publicaciones y respuestas de @clonazepamers.

En el marco del análisis de los 123 comentarios generados a partir de las publicaciones de @clonazepamers, se identificaron un total de 129 manifestaciones de gendertrolling. Esta cifra se explica por la presencia de comentarios que contienen múltiples estrategias discursivas misóginas, mientras que otros carecen completamente de contenido significativo en ese sentido (Tabla 4).

Al igual que en las respuestas emitidas por el propio @clonazepamers, las interacciones de los usuarios reproducen de manera predominante recursos retóricos basados en el “Sarcasmo” (31,0%) y en la “Criminalización y difamación” (22,5%). En el primer caso, el uso del sarcasmo se emplea como mecanismo de validación simbólica, dado su potencial humorístico y su capacidad para conectar con la comunidad de la manosfera: “No me puedo creer que se enfadara por que le robase sus ahorros, que misoginia!!” (P11). Por su parte, las prácticas de difamación continúan sirviendo como estrategia para deslegitimar a las mujeres, al atribuirles comportamientos reprobables y estigmatizantes: “El hombre no se merece presunción de inocencia? digo me parece que la tipa cometió un delito y solo dice que la violaron para hacerse la víctima y lo esta acusando sin prueba alguna” (P12).

La combinación de ambas estrategias produce un discurso que, revestido de comicidad, refuerza narrativas falsas sobre la conducta de las mujeres, como ocurre en ciertas alusiones a la Selección Española de Fútbol Femenino: “Los tijeretazos que se hacían en esa concentración no los he visto ni en el mejor prime de Art Attack” (P13). Además, aparecen de forma destacada el uso del “Insulto” (15,5%) y la “Objetivación sexual” (14,7%), ambas estrategias con alta carga misógina. En el caso de los insultos, se recurre a expresiones que deshumanizan a las mujeres, tratándolas como enemigas simbólicas a las que se debe confrontar o ridiculizar: “Hay que llevar cuidado con la de guerras resentidas que hay últimamente” (P14). Por otro lado, la cosificación prolonga esta deshumanización, mediante la reducción del cuerpo femenino a un objeto sexual subordinado al deseo masculino (véase Figura 2).



Figura 2. Respuesta categorizada como “Objetivación sexual”. Fuente: @LordAguiar, 2024. CC.

La conjunción de estas dos estrategias contribuye a reforzar discursos patriarcales y clasistas que buscan justificar la subordinación de las mujeres y criminalizar su agencia: “Es la típica tonta que se refiere a si misma como ‘mujer de valor’ cuando lo único que te puede aportar es su físico si esta buena...” (P15). Con menor frecuencia, aunque con una carga simbólica de hostilidad notable, aparecen las estrategias de “Ataque al movimiento feminista” (6,2%) y de “Amenaza general” (4,7%). En estos casos, los comentarios evidencian una oposición explícita a los principios del feminismo, utilizando un lenguaje violento que suele ir acompañado de insultos para intensificar el tono ofensivo: “Joder la vida a un hombre, hoy, es tan fácil como que la loca de turno, le dé una crisis existencial y tire de denuncia falsa por violencia de género” (P16). Asimismo, la formulación de amenazas expresa la lógica del gendertrolling como dispositivo de violencia verbal, orientado a proyectar odio y reafirmar

jerarquías de poder mediante la intimidación simbólica: “ATPC la pedorra esa. Además la demandaría por alzamiento de bienes” (P17).

En menor medida, también se detectaron discursos que recurren a la “Imposición” (2,3%), “Deseo de dañar” (2,3%) y “Amenaza sexual” (0,8%). La “Imposición” se manifiesta a través de exigencias dirigidas al control del cuerpo femenino y su sexualidad, con sugerencias de castigo que reproducen el ideal normativo de disponibilidad sexual femenina para los hombres: “Necesitamos exterminar a todos los simps del mundo. Ya verán como el mercado se equilibra solito y ellas van a tener que ofrecer más que su cuerpo” (P18). Finalmente, la única expresión de “Amenaza sexual” registrada contiene una apología directa a la violencia sexual, banalizando el acto mediante su integración en un discurso de carácter humorístico y desinhibido (véase Figura 3).

Franqui @alferezpro · 10 ene.
Me he puesto perrísimo.

2022. Un hombre encontró a la mujer
semidesnuda, sin falda, con las bragas
bajadas, llorando desorientada y sin
recordar nada de lo que había sucedido.

189

Figura 3. Respuesta categorizada como “Amenaza sexual”. Fuente: @alferezpro, 2024. CC.

Por último, a través de la observación no participante y el registro sistemático de los comentarios, se constató una elevada diversidad de usuarios que interactúan en las publicaciones analizadas. No obstante, también se identificaron perfiles con una participación reiterada, en algunos casos aparecen hasta en el 53,3% de los comentarios registrados, lo que sugiere un núcleo activo de seguidores que refuerzan y reproducen las dinámicas del gendertrolling.

3. 1. El contra-discursco ciberfeminista de @ModernaDePueblo, @Barbijaputa y @IrantzuVarela

En la investigación realizada sobre el contenido ciberfeminista, se han analizado las publicaciones y respuestas del último mes de tres destacadas figuras: @ModernaDePueblo, @Barbijaputa y @IrantzuVarela. El marco temporal seleccionado responde a la necesidad de recoger discursos ciberfeministas con una frecuencia e intensidad suficientes que permitan establecer una comparación con el análisis del discurso incel.

En total, se han documentado 349 publicaciones y respuestas entre las tres ciberfeministas, comprendidas entre el 12 de diciembre de 2023 y el 12 de enero de 2024. De este corpus, se han identificado 124 elementos discursivos de temática feminista: 10 pertenecen a @ModernaDePueblo, 54 a @Barbijaputa y 60 a @IrantzuVarela. Los resultados se presentan en apartados diferenciados para cada una, destacando sus estrategias discursivas y comunicativas tanto en publicaciones como en interacciones (Tabla 4).

Corpus textual	@ModernaDePueblo		@Barbijaputa		@IrantzuVarela	
	N	%	N	%	N	%
Feminista	10	33.3	54	38.6	60	33.5
Otro tipo	20	66.7	86	61.4	119	66.5
Total	30	100.0	140	100.0	179	100.0

Tabla 4. Clasificación de las publicaciones y respuestas según su contenido de @ModernaDePueblo, @Barbijaputa y @IrantzuVarela.

La producción ciberfeminista de @ModernaDePueblo en X/Twitter resulta escasa en comparación con las otras dos, debido a su menor actividad en esta red social. Su estrategia comunicativa se basa fundamentalmente en la ilustración gráfica, lo que explica una mayor frecuencia de publicaciones en plataformas visuales como Instagram. En

X/Twitter, sus publicaciones funcionan más como una vía de difusión de los contenidos gráficos que elabora en Instagram, los cuales, aunque diversos, mantienen una intencionalidad pedagógica y de denuncia social.

La temática más destacada en su producción durante el periodo analizado gira en torno a la desigualdad y el machismo sufridos por las jugadoras de la Selección Española de Fútbol Femenino, en relación con las acciones de Luis Rubiales. Nueve de las diez publicaciones de corte ciberfeminista abordan este asunto, con el objetivo de explicar y visibilizar la violencia institucional ejercida contra las campeonas del mundo. Esta serie de ilustraciones desmantela la desinformación generada por discursos misóginos en torno al movimiento #SeAcabó (Figura 4).



Figura 4. Publicación de “Temática feminista”. Fuente: @ModernaDePueblo, 2024. CC.

Por otro lado, existen otras temáticas feministas que abordan la reproducción de roles de género durante la infancia, exemplificada en los regalos navideños que niñas y niños reciben por parte de sus abuelos y abuelas. Se trata de un contenido audiovisual que denuncia el adoctrinamiento de género desde edades tempranas: “Los abuelos, el cole,

la tele... ¿Qué es lo que interfiere más en la educación de los peques? (P19). En general, las publicaciones de @ModernaDePueblo responden a eventos mediáticos o momentos del año especialmente significativos, lo cual reafirma las tesis de Sánchez-Labella (2022), que caracterizan su enfoque como un feminismo mainstream centrado en la relevancia del tema más que en el desarrollo de su contenido.

Por su parte, @Barbijaputa ha sido la ciberfeminista con mayor nivel de actividad durante el periodo analizado, concentrando el 38,6% del total de publicaciones y respuestas feministas en X/Twitter. Este dato se alinea con su estrategia comunicativa, que está activamente enfocada tanto en la producción de contenido como en la interacción con los comentarios, especialmente en formato de debate: “Sobre cómo y porqué la pornografía se ha vuelto cada vez más violenta (y no va a parar), hablamos con Mónica Alario...” (P20). Su uso principal de X/Twitter está orientado a la promoción de su pódcast, donde aborda una gran variedad de temas clave para el movimiento feminista, como la abolición de la pornografía: “Apuntaos este día, amigas, que hablaremos sobre pornografía aquí, en Tw, en el espacio sonoro de @MujeresHablan” (P21). Las publicaciones suelen estar vinculadas a la creación de espacios de sororidad y reflexión colectiva, alejándose del enfoque despersonalizado de @ModernaDePueblo y favoreciendo la interacción directa con su audiencia, por ejemplo, mediante la recomendación de lecturas feministas: “¿Cuáles son las 5 mejores novelas que te has leído en los últimos tiempos? Me gustaría hacer una lista con vuestras recomendaciones...” (P22).

Más allá de la actividad relacionada con su pódcast, @Barbijaputa adopta un tono combativo en sus respuestas e interacciones. Por un lado, defiende públicamente el feminismo frente a figuras mediáticas que minimizan la violencia de género y muestra solidaridad con otras ciberfeministas atacadas en la red, promoviendo estrategias como la indiferencia frente al gender trolling: “Me acabo de ver reflejada en ti, contestando tuits de trolls machistas que solo buscan enredarte porque disponen de mucho tiempo libre” (P23). Por otro, entra en confrontación con ciberfeministas con posturas divergentes, especialmente en torno al debate sobre la abolición del género y la inclusión de mujeres trans en el movimiento. En este contexto, utiliza de forma irónica el término TERF para resignificarlo y reforzar su defensa del sexo biológico como base del feminismo: “Cómo y cuando habéis normalizado, amigas que llamáis terf a las feministas, que haya tantísimos hombres ahora mismo pidiendo la

destitución de la recién nombrada directora del Instituto de la mujer” (P24).

En términos discursivos, los planteamientos de Sánchez-Gutiérrez et al. (2021) y Otero et al. (2023) se confirman: @Barbijaputa contribuye activamente a la creación de vínculos y espacios digitales para mujeres a través de sus canales comunicativos, tanto en su cuenta de X/Twitter como en su póodcast. Su feminismo es de carácter combativo, orientado a visibilizar las vulneraciones contra las mujeres y a ofrecer herramientas discursivas para contrarrestar la misoginia digital.

Finalmente, @IrantzuVarela ha sido la ciberfeminista con mayor volumen de producción discursiva en X/Twitter, con 179 elementos analizados sobre diversas temáticas sociales de actualidad, como el conflicto entre Palestina e Israel: “#IsraelFueradeEurovisión. #boicotisrael” (P25). Esta diversidad de temas se articula con su línea feminista, obteniendo similitudes con @Barbijaputa al señalar figuras mediáticas que reproducen comportamientos machistas: “Pablo Motos llama aquí que se están metiendo contigo...” (P26).

Además, @IrantzuVarela comparte experiencias personales relacionadas con la cosificación de su cuerpo y el gendertrolling que sufre, haciendo explícitos los discursos de odio que la afectan: “Ayer reconocí a mi profesor particular de Física y Matemáticas en un bar, le pagué la ronda y se acercó a saludar. ‘Has cogido peso’ me dice. 16 años tenía entonces, hace 34” (P27). Su estrategia frente al acoso digital combina la indiferencia con la visibilización del ataque recibido, lo que contribuye a evidenciar la misoginia estructural presente en las redes (Figura 5).



7:52 a. m. - 29 dic. 2023 · 21,3 mil Reproducciones

Figura 4. Publicación de “Temática feminista”. Fuente: @IrantzuVarela, 2023. CC.

A diferencia de las otras ciberfeministas, no solo se defiende del gender trolling, sino que también denuncia activamente los discursos misóginos, haciendo de la confrontación una herramienta discursiva: “Gracias a la gente que tiene google maps, a la gente que ha percibido mi grasa corporal y a la gente sin sentido del humor mínimo para la supervivencia” (P28). En este sentido, su modus operandi se basa en exponer en sus publicaciones a perfiles machistas en X/Twitter para evidenciar su comportamiento denigrante contra las mujeres: “Hola soy un misógino machista viejuno y miro con cara de babosete a las jóvenes” (P29).

En el ámbito del debate sobre la identidad de género, mantiene una postura inclusiva con las mujeres trans, en contraste con @Barbijaputa: “...el tiempo me da la razón en que las transfobas iban a pillar puestitos y dinerito y que muchas se han pasado al lado chungo porque ser la más lista

ahí es fácil” (P30). Utiliza el término TERF para deslegitimar las posiciones abolicionistas del género, alineándose con un feminismo interseccional que visibiliza a colectivos en situación de desigualdad, en sintonía con lo planteado (Solà-Morales y Zurbano-Berenguer, 2020; González-Véliz y Andrés del Campo, 2023).

Por último, las publicaciones analizadas confirman que @IrantzuVarela enfrenta mediante una denuncia constante y activa las prácticas de gendertrolling sobre su físico (Melero, 2021).

CONCLUSIONES

El análisis de las estrategias de gendertrolling empleadas por los perfiles incel y de las posiciones comunicativas adoptadas por las ciberfeministas contribuye a la verificación tanto de los objetivos de la investigación como de la hipótesis, centrada en la comprensión y comparación de estos discursos dicotómicos en X/Twitter.

En cuanto al objetivo general, se valida la capacidad de comprender y analizar el discurso incel en contraposición al ciberfeminista. Tal como muestran los resultados, la cuenta @clonazepamers utiliza noticias polémicas para desplegar una producción comunicativa con un claro discurso misógino, a diferencia de las tres ciberfeministas analizadas, quienes aprovechan los temas de actualidad para proyectar discursos de denuncia y reivindicación feminista.

En esta línea, el objetivo específico también ha sido cumplido, debido a que se han clasificado y jerarquizado las estrategias de gendertrolling más frecuentes de @clonazepamers. En sus publicaciones, destaca la “Criminalización y difamación” (42,3%), mientras que en sus respuestas predomina el “Sarcasmo” (42,9%). De la misma manera, el “Sarcasmo” se posiciona como la estrategia más frecuente en los comentarios recibidos por terceras personas en las publicaciones observadas, con un 31,0%. Todo esto apunta a un dominio de las estrategias de gendertrolling con la clara intención de difamar la figura de las mujeres (Mantilla, 2013; Villar-Aguilés y Pecourt, 2021).

En relación con la hipótesis planteada, se confirma que la producción de contenido gendertrolling por parte de perfiles vinculados a la comunidad incel guarda una relación significativa con los discursos generados desde el ciberfeminismo. En primer lugar, ambas comunidades abordan acontecimientos de actualidad, pero desde perspectivas opuestas: mientras que los incel los resignifican mediante narrativas misóginas, las

ciberfeministas los emplean como plataforma para la denuncia feminista, tal como demuestra la comparación discursiva sobre el caso del beso no consentido de Rubiales a Jenni Hermoso. Tomando como ejemplo esta noticia mediática, se observan con claridad dos estrategias discursivas opuestas. Por un lado, @clonazepamers y los incels producen mensajes que transforman el caso Rubiales en material humorístico o satírico, evitando valorar el acto y sin señalar directamente su responsabilidad; en lugar de ello, dirigen el desprestigio hacia las jugadoras de la selección, desplazando la atención del acto en sí. Por otro lado, las ciberfeministas sitúan de forma explícita el foco en Rubiales y su comportamiento denunciado, visibilizando a las jugadoras como un colectivo que resignifica su posición: de figuras subordinadas a sujetos disidentes que simbolizan la lucha contra el patriarcado.

En segundo lugar, se observa una animadversión consciente entre ambas comunidades virtuales, en la que el feminismo y las mujeres se configuran como blanco del odio incel (Mantilla, 2015; Ging, 2019; García-Mingo y Díaz Fernández, 2022), frente a la defensa activa que realizan las ciberfeministas de los contenidos y personalidades que denuncian comportamientos de gender trolling (Melero, 2021; Proaño y Zurita, 2022; Fernández et al., 2022). Así, este proceso comunicativo podría reforzar la dicotomía existente entre los grupos antifeministas y feministas en el espacio digital.

En cuanto a las características específicas de la investigación, cabe señalar que en la comunidad incel analizada existe un eje discursivo homogéneo basado en el odio hacia las mujeres (Moreno, 2019; Isla, 2021), sin presencia de voces disidentes o interacciones críticas dentro del propio grupo. En cambio, en el discurso ciberfeminista, especialmente el de @Barbijaputa y @IrantzuVarela, se evidencian tensiones internas derivadas de los desacuerdos en torno a la inclusión de las mujeres trans en el movimiento feminista (Sádaba y Barranquero, 2019; Caballero-Gálvez et al., 2022). Estas fricciones debilitan la noción de amistad política tal como la plantea Miguel (2005), aunque también propician la configuración de espacios de discusión que, aun cuando a veces se expresan mediante descalificaciones como el uso del término TERF o la negación de la autodeterminación de género, abren posibilidades para el debate y el intercambio de ideas, en coherencia con la propuesta de amistad política formulada por Gaviola y Korol (2018).

Asimismo, el análisis del ciberfeminismo pone de manifiesto la sinergia entre el activismo feminista y las relaciones de afinidad y apoyo

(Cucó, 2023). Esto se comprueba en las interacciones que @Barbijaputa e @IrantzuVarela mantienen con su comunidad, impulsando los vínculos afectivos y de solidaridad en el entorno digital.

Por último, como posibles líneas de investigación futuras, se propone explorar el fenómeno del manfluencer⁶ en la comunidad española incel, con el fin de desarrollar un análisis que permita determinar si estos perfiles altamente misóginos recurren a formas de representación corporal y si, en ese proceso, abandonan el anonimato que tradicionalmente los ampara (Mantilla, 2015; Moreno, 2019; Isla, 2021). Por otro lado, se propone estudiar el impacto del ciberfeminismo en la visibilización de otros movimientos sociales en redes, tal como lo encarnan @ModernaDePueblo e @IrantzuVarela a través de su militancia digital transversal, orientada a la defensa de los derechos humanos y sociales. Igualmente, sería pertinente analizar los nuevos espacios de encuentro y sororidad construidos por ciberfeministas como @Barbijaputa, que propician lugares de aprendizaje, reflexión y debate feminista en el ámbito digital. Finalmente, se considera relevante explorar también las similitudes comunicativas entre comunidades antifeministas y ciberfeministas, analizando, por ejemplo, si en algunos casos comparten posiciones similares respecto a los comentarios tránsfobos.

BIBLIOGRAFÍA

Bonet-Martí, J. (2021). Los antifeminismos como contramovimiento: una revisión bibliográfica de las principales perspectivas teóricas y de los debates actuales. *Teknokultura. Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales*, 18(1), 61-71.
<http://dx.doi.org/10.5209/TEKN.71303>

Caballero-Gálvez, Antonio A.; Zaera, A.; Tortajada, I. y Willem, C. (2022). Fe-MI-nismo en las redes sociales: riesgos y oportunidades para el feminismo contemporáneo. *Atlánticas. Revista Internacional de Estudios Feministas*, 7(1), 62-87. Doi: <https://dx.doi.org/10.17979/arief.2022.7.1.7049>

⁶ Concepto referido a los hombres influencers que difunde discursos de masculinidad hegemónica, éxito personal y autoridad social en redes sociales (Ging et al., 2024).

Caldevilla-Domínguez, D.; Barrientos-Báez, A.; García-Manso, A.; Matarín Rodríguez Peral, E. (2022). Neurocomunicación y Manosferas: estudio de caso Forocoches, *Historia y comunicación social* 27(2), pp. 509-519. <https://dx.doi.org/10.5209/hics.84402>

Castells, M. (1997). *La era de la información: economía, sociedad y cultura*. (Segunda ed.). Madrid: Alianza Editorial.

Castells, M. (2001). ¿Comunidades virtuales o sociedad red? En M. Castells, i M. Rivière (Ed.), *La Galaxia Internet* (Primera ed., págs. 137-159). Madrid: Areté.

Castells, M. (2015). *Redes de indignación y esperanza* (Vol. 1, pp. 1-13). Madrid: Alianza editorial.

Chalmers, D. J. (2022). *Reality+: Virtual worlds and the problems of philosophy*. W. W. Norton & Company

Connell, R y Messerschmidt, J. W. (2005). Hegemonic Masculinity: Rethinking the Concept. *Gender and Society*, 19(6), 829–859. <http://www.jstor.org/stable/27640853>

Connell, R. (2015). *Masculinidades* (I. Artigas & I. Vericat, Trad.). México: UAM. (Obra original publicada en 1995)

Crosas Remón, I y Medina-Bravo, P. (2019). Ciberviolencia en la red. Nuevas Formas de retórica disciplinaria en contra del feminismo. *Papers Prensa*, 104(1), 1-27. <https://doi.org/10.5565/rev/papers.2390>

Cucó, J. (2023). Els impactes de l'amistat en la vida col·lectiva. En Bodoque Puerta, Y., Soronellas Masdeu, M., i Prat Carós, J. *L'antropología importa: textos en homenatge a Dolors Comas d'Argemir* (pp. 51-63). Universitat Rovira i Virgili. <http://digital.casalini.it/9788413650647>

Delgado Ontivero, L. y Sánchez-Sicilia, A. (2023). Subversión antifeminista: análisis audiovisual de la Manosfera en redes sociales . *Revista Prisma Social*, (40), 181–212. <https://revistaprismasocial.es/article/view/4958>

Díaz-Fernández, S y García-Mingo, E. (2022). The bar of Forocoches as a masculine online place: Affordances, masculinist digital practices and trolling. *New Media & Society*, 26(9), 5336-5358. <https://doi.org/10.1177/14614448221135631>

Doheny, S. (1996). *The Wired Neighborhood*. New Haven: Yale University.

Durand, C. (2021). *Tecnofeudalismo: Crítica de la economía digital*. Donostia: La Cebra; Kaxilda.

Enguix Grau, B. (2025). Masculinitats, gènere i igualtat: què fem amb els homes? *Revista Catalana de Ciències Socials / Catalan Social Sciences Review*, 14, 147-163. <https://doi.org/10.2436/20.3000.02.83>

Fernández, J. (2019, 28 de diciembre). Ciberfeminismo: ¿la cuarta ola? Pikara Magazine. <https://www.pikaramagazine.com/2019/12/ciberfeminismo-la-cuarta-ola/>

Fernández Torres, M. J.; Villena Alarcón, E.; Peña Pinzón, C. (2022). El ciberfeminismo como escenario de reivindicación. Los Premios Goya como caso de estudio, en *Revista de Investigaciones Feministas*, 13(1), pp. 507-521. <https://dx.doi.org/10.5209/infe.75640>

Gago Gelado, R. (2019). *Ciberfeminismo en España: discurso teórico y prácticas digitales*. Universidad de Alicante.

García-Manso, A. y Silva e Silva, A. (2017). Ciberfeminismo o feminismo en la red: Haciendo arqueología en Internet. *Antropología experimental*, 17(19), 277-286. <https://doi.org/10.17561/rae.v0i17.3515>

García-Mingo, E. y Díaz Fernández, S. (2022). Jóvenes en la Manosfera. Influencia de la misoginia digital en la percepción que tienen los hombres jóvenes de la violencia sexual. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, Fundación Fad Juventud. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7221159>

- Gaviola, E. y Korol, C. (2015). *A nuestras amigas. Sobre la amistad política entre mujeres*. Chiapas: Prensa cartonera.
- Ging, D. (2019). Alphas, betas, and incels: Theorizing the masculinities of the manosphere. *Men and masculinities*, 22(4), 638-657. <https://doi.org/10.1177/1097184X17706401>
- Ging, D., Catherine B y Maja Brandt, A. (2024). *New research shows how TikTok and YouTube Shorts are bombarding users with misogynist content*. Dublin City University Anti Bullying Centre. <https://bit.ly/47vmzpu>
- González-Véliz, C. y Andrés del Campo, S. (2023). Comunes digitales, ciberfeminismo y ciencia abierta: estrategias para la igualdad de género en el entorno digital. *Hipertext.net*, (27), 67-79. <https://doi.org/10.31009/hipertext.net.2023.i27.07>
- Haraway, D. (1995). *Ciencia, cyborgs y mujeres: La reinvenCIÓN de la naturaleza* (M. Talens, Trad.). Valencia: Universidad de Valencia.
- Hine, C. (2000). *Etnografía Virtual*. (C. P. Hormazábal, Trad.) Thousand Oaks: Sage Publications.
- Horta Ribeiro, M., Blackburn, J., Bradlyn, B., De Cristofaro, E., Stringhini, G., Long, S., Greenberg, S y Zannettou, S. (2021). The Evolution of the Manosphere across the Web. Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media, 15(1), 196-207. <https://doi.org/10.1609/icwsm.v15i1.18053>
- Ironwood, I. (2013). *The Manosphere: A New Hope for Masculinity*. Otto, North Carolina: Red Pill Press.
- Isla Joulain, G. L. (2021). Célibes involuntarios: ¿Terroristas?. Análisis cualitativo del fenómeno “incel” y discusión conceptual sobre el “terrorismo”. *Revista de Derecho Penal y Criminología*, (24), 193–244. <https://doi.org/10.5944/rdpc.24.2020.28400>

- Mantilla, K. (2013). Gendertrolling: Misogyny adapts to new media. *Feminist studies*, 39(2), 563-570. <https://doi.org/10.1353/fem.2013.0039>
- Mantilla, K. (2015). *How misogyny went viral*. Santa Barbara: Praeger.
- Márquez, I. V. (2008). Comunidades virtuales en tiempos de flujos: el caso de Second Life. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 13, 183-193. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=93511742011>
- Melero. C. L. (2021). Análisis de las estrategias discursivas cibersexistas en Twitter. En T. Aranguéz i O. Olariu (Eds.), *Ensayos ciberfeministas* (pp. 154-170). Dykinson S.L.
- Miguel Álvarez, A. D. (2005). La construcción de un marco feminista de interpretación: la violencia de género. *Cuadernos de Trabajo Social*, 18, 231-248. <https://revistas.ucm.es/index.php/CUTS/article/view/CUTS0505110231A>
- Moliní Gimeno, A. (2025). *Lo personal es digital: Ciberfeminismo en Instagram* (Tesis doctoral, Universitat de València). https://producciocientifica.uv.es/documentos/685c39dd9f6a5b60c68d04e2?lang=en&utm_source
- Morales, C. (2021, 30 julio). La amistad feminista vence lo que la teoría no alcanza: la apuesta de María Lugones y Elizabeth Spelman. Volcánicas. <https://volcanicas.com/la-amistad-feminista-vence-lo-que-la-teoria-no-alcanza-la-apuesta-de-maria-lugones-y-elizabeth-spelman/>
- Moreno Azqueta, C. (2019). *Semioticas de la virginidad masculina. Una introducción al análisis de discurso de la comunidad INCEL (Involuntarily Celibate)*. Madrid: Universidad Carlos III <https://hdl.handle.net/10016/30283>
- Morianà, G. (2018). Y después de la huelga feminista del 8M, qué. *Revista de treball, economia i societat*, 88(1), pp. 1-8.

Navarro Guinea, A. (2024). El eterno retorno de la manosfera. La figura de la mujer en Forocoches.com. *Perifèria, revista de recerca i formació en antropologia*, 29(1), 109-139, <https://doi.org/10.5565/rev/periferia.942>

Navarro, C. y Villegas-Simón, I. (2022). Feminist discourses of Spanish digital influencers: An analysis of their activity on social media. Dígitos. Revista de Comunicación Digital, 8: 201-214. DOI: <https://doi.org/10.7203/rd.v1i8.223>

Núñez Noriega, Guillermo. (2016). Los estudios de género de los hombres y las masculinidades: ¿qué son y qué estudian?. *Culturales*, 4(1), 9-31. Recuperado en 05 de diciembre de 2025, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-11912016000100009&lng=es&tlang=es.

Otero, T. P., De Frutos García, R., i Villafranca, P. L. (2023). Capítulo 7. Escenarios sonoros feministas. *Espejo de Monografías de Comunicación Social*, (16), 189-213.

Pink, S., Horst, H., Postill, J., Hjorth, L., Lewis, T., i Tacchi, J. (2019). *Etnografía digital*. Ediciones Morata.

Proaño, B. y Zurita, E. A. (2022). Discursos de odio en Twitter contra (ciber) activistas feministas por la despenalización del aborto por violación en Ecuador. *IC Revista Científica de Información y Comunicación*, (19), 115-139. <https://doi.org/10.12795/IC.2022.I19.06>

Rheingold, H. (1993). *The Virtual Community: Homesteading on the Frontier*. Reading, MA: Addison-Wesley Publishing Company.

Rius-Ulldemolins, J. (2015). Contra el ciberutopismo. Discurso utópico versus análisis sociológico sobre la transición al paradigma digital de la esfera cultural. *Política y Sociedad*, 52(1), 153-178. http://dx.doi.org/10.5209/rev_POSO.2015.v1.n52.45426

Rogers, R. (2013). *Digital Methods*. Cambridge: The Mit Press.

- Sádaba, I. y Barranquero, A. (2019). Las redes sociales del ciberfeminismo en España: identidad y repertorios de acción. *Athenaea Digital. Revista de pensamiento e investigación social*, 19(1), 2058. <https://doi.org/10.5565/rev/athenea.2058>
- Sánchez-Gutiérrez, B., Rebollo-Bueno, S. y Sánchez Ramos, M. (2021). "El podcast sobre el único feminismo sensato que existe". Representación del feminismo radical en Radiojaputa. En T. Aránguez Sánchez, O. Olariu (Coord.), *Feminismo digital. Violencia contra las mujeres y brecha sexista en internet* (pp. 287-316). Dykinson.
- Sánchez-Labella Martín, I. (2022). Análisis de la marca 'Moderna de Pueblo' en Instagram: ilustraciones feministas con escasas pinceladas sobre la violencia y el machismo en tiempos de pandemia. *Algoritmos, teletrabajo y otros grandes temas del feminismo digital*. <https://hdl.handle.net/11441/143170>
- Sandoval Forero, E. A. (2007). Cibersocioantropología de comunidades virtuales. *Revista argentina de sociología*, 5(9), 64-89. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=26950905>
- Srnicek, N. (2018). *Capitalismo de plataformas*. Caja Negra Editora.
- Umoja Noble, S. (2018). *Algorithms of Oppression: How Search Engines Reinforce Racism*. New York: New York University Press.
- Villar-Aguilés, A. y Pecourt Gracia, J. (2021). Antifeminismo y troleo de género en Twitter. Estudio de la subcultura trol a través de #STOPfeminazis. *Teknokultura. Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales*, 18(1), 33-44. <http://dx.doi.org/10.5209/TEKN.70225>
- Wajcman, J. (2006). *El tecnofeminismo*. Universitat de València.
- Yus, F. (2001). *Ciberpragmática: El uso del lenguaje en internet*. Barcelona: Ariel.