



■ artículo

SCV Societat Catalana
de Victimologia

SOCIEDAD VASCA DE VICTIMOLOGÍA
SOCIAL ESTABLISHMENT SOCIETAT

HUYGENS
EDITORIAL

REVISTA DE VICTIMOLOGÍA | JOURNAL OF VICTIMOLOGY
Online ISSN 2385-779X
www.revistadevictimologia.com | www.journalofvictimology.com
DOI 10.12827/RVJV.19.07 | N. 19/2025 | P. 189-212
Fecha de recepción: 01/01/2024 | Fecha de aceptación: 01/12/2024

Las creencias retro-sexistas de youtubers españoles y sus seguidores: un estudio exploratorio¹

The retro-sexist beliefs of Spanish YouTubers and their followers: an exploratory study

Beatriz Sánchez Rubio

Universidad de Sevilla, bsanchez@us.es

Resumen

La inmersión en la era digital ha convertido las redes sociales en lugares de ocio y comunicación sin iguales, por lo que se torna esencial revisar el contenido que nos encontramos en ellas. El presente trabajo indaga sobre el fenómeno de la manosefa en YouTube, con especial énfasis en el estudio de las conductas sexistas de cuatro creadores de contenido conocidos por su postura antifeminista y machista, así como de sus suscriptores: Roma Gallardo, Un Tío Blanco Hetero, Libertad y Lo Que Surja y Dalas Review. Para ello, se ha realizado un tratamiento y análisis de datos sobre las transcripciones de seis videos por cada uno de los youtubers, así como de los comentarios asociados a los mismos. Los resultados nos muestran que los objetivos principales de estos creadores de contenido versan sobre una postura crítica al feminismo contemporáneo, así como alentar a sus seguidores a reflexionar y debatir sobre las temáticas referidas en los videos. La pestaña de los comentarios se vuelve, por tanto, en una herramienta dispuesta a tal fin, donde los seguidores mantienen esta misma postura crítica y sexista hacia las mujeres. Aunque no se refleja un sexismo eminentemente violento, el humor y la superioridad moral se vuelven las herramientas más potentes para esta comunidad en el mantenimiento de las creencias sexistas.

Palabras clave

YouTube, youtubers, sexismo, feminismo, manosefa.

1 Este trabajo se enmarca en el Proyecto de Excelencia de la Junta de Andalucía “Criminalidad en contextos digitales de ocio desviado: Alternativas posibles contra una economía de consumo deshumanizada”, Universidad de Sevilla, (Ref. PROYEXCEL_00621).



Abstract

Immersion in the digital age has turned social media into places of leisure and communication incomparable, so it is essential to review the content that we find in them. This work investigates the phenomenon of the manosphere on YouTube, with special emphasis on the study of the sexist behavior of four content creators known for their anti-feminist and sexist stance, as well as their subscribers: Roma Gallardo, Un Tío Blanco Hetero, Libertad y Lo Que Surja and Dalas Review. To do so, a data treatment and analysis has been carried out on the transcriptions of six videos by each of the YouTubers, as well as the comments associated with them. The results show us that the main objectives of these content creators are based on a critical stance towards contemporary feminism, as well as encouraging their followers to reflect and debate on the topics referred to in the videos. The comments tab, therefore, becomes a tool available for this purpose, where followers maintain this same critical and sexist stance towards women. Although it does not reflect an eminently violent sexism, humor and moral superiority become the most powerful tools for this community in maintaining sexist beliefs.

Keywords

YouTube, youtubers, sexism, feminism, manosphere.

1. Introducción a la realidad online

Cuando hablamos sobre las violencias sexuales y las nuevas tecnologías, la temática se restringe a los casos de sexting, grooming o ciberbullying, pero estos son la consecuencia de un proceso en el que internet y las redes sociales tienen mucho que aportar. Así, las “nuevas” tecnologías se han convertido en el agente socializador preferente entre las generaciones más jóvenes, un “espacio de realidad en el que los jóvenes construyen su personalidad” (Save the Children, 2020, p.1). La facilidad de su uso y el alcance inmediato de cualquier medio accesible para sumergirse en las mismas, además de la infinidad de contenidos adaptados a las preferencias del usuario, configura las redes sociales como “canal de comunicación al alcance de todos los ciudadanos (...) con una descomunal capacidad de penetración en todas las capas de la población” (Boix Palop, 2016, p. 60). Pero internet no se conforma como ente apartado de la sociedad, sino como un canal de expresión o “instrumento comunicativo al servicio del pluralismo” (Boix Palop, 2016, p. 64), donde no solo se reproducen las mismas dinámicas sociales tradicionales, sino que, además, se exacerban los discursos políticamente incorrectos y las creencias sexistas no se quedan atrás.

Dentro de esta realidad se incardina el presente artículo donde se presentarán las conclusiones principales de un estudio exploratorio sobre creencias sexistas en la plataforma de YouTube. El objetivo principal del estudio versa sobre la indagación en los contenidos de cuatro youtubers conocidos por sus posturas imparciales y machistas, así como discriminatorias contra las mujeres, siendo los mismos: Roma Gallardo, Un Tío Blanco Hetero, Libertad y Lo Que Surja y Dalas Review. Para ello se realizó una selección de seis vídeos por you-



tuber, obteniendo la transcripción de los vídeos y el desglose de los comentarios asociados a los mismos. Posteriormente, se efectuó un tratamiento de datos a partir de Python y ChatGPT que nos permitió obtener una visión dentro de parámetros menos subjetivos sobre la realidad sexista de la plataforma de YouTube.

2. El sexismo como sistema de creencias imperecedero

Para comprender el objeto de estudio de la presente investigación, se torna imprescindible definir qué es el sexismo. Entendemos por sexismo como el “sistema de creencias que sostiene que las mujeres son, en formas específicas, inferiores a los hombres” (Nussbaum, 2021, p. 9), es decir, “se refiere al conjunto de creencias acerca de los estereotipos y roles considerados apropiados para hombres y mujeres, así como las creencias acerca de las relaciones que los miembros de ambas categorías deben mantener entre sí” (Moya, Expósito y Padilla, 2006). El sexismo “busca el mantenimiento del statu quo, lo que significa la perpetuación de la situación de subordinación y de subyugación de las mujeres como grupo” (Vega Escarpada, Palacios-Gálvez y Morales-Marente, 2023, p. 29), es decir, se trata de un sistema arraigado a la cultura del que participamos todos, “hombres como mujeres, adoptando (...) una perspectiva sistémica” (Hooks, 2000, p.118).

El sexismo, por tanto, no es más que el sistema de creencias que reproduce la socialización diferencial de género en el que se atribuyen roles diferenciados a lo masculino y lo femenino en un orden donde se “prioriza lo masculino y subordina lo femenino”, erigiéndose como proceso de socialización cultural que “permite evidenciar y sacar a la luz situaciones de desigualdad, de sometimiento, y en sus formas más graves, de violencia, que tienen origen en la cultura y no en la biología” (Torres Fernández, 2021, p. 5). Las creencias sexistas, junto con los mitos de la violación se convierten en las bases piramidales de la cultura de la violación como sistema que tolera, acepta y reproduce la violencia sexista (Miralles, 2020, p. 83), filtrándose en todos los procesos de socialización. En este sentido, “los mayores niveles de aceptación de los mitos de la violación y de las creencias sexistas hostiles se corresponden con una mayor probabilidad de cometer una agresión sexual” (Vega Escarpada, Palacios-Gálvez y Morales-Marente, 2023, p. 34), por ello es imperante la necesidad de trabajar sobre las bases como método preventivo.

El sexismo parece haber nacido junto con la humanidad y, consecuentemente, también ha evolucionado con la misma. De esta manera, al menos en los países occidentales, se entiende que coexisten dos tipos de creencias sexistas complementarias: el sexismo tradicional u hostil y el sexismo benévolo. El se-



xismo tradicional u hostil es el que mantiene su esencia clásica (Glick y Fiske, 1996) y se refiere a los prejuicios o conductas discriminatorias basadas en la supuesta inferioridad o diferencia de las mujeres como grupo (Cameron, 1977). El sexismo hostil se define en tres aristas (Vega Escarpada, Palacios-Gálvez y Morales-Marente, 2023, p. 30): primero, el paternalismo dominador, el cual se sostiene en la idea de que las mujeres son seres inferiores respecto al hombre y, por ello, éste debe imponerse sobre ellas; en segundo lugar, la diferenciación de género competitiva, sostenida bajo la creencia de que, por sus características diferenciales, las mujeres deben restringirse al ámbito privado, doméstico y de cuidados; y por último lugar, la hostilidad heterosexual, que mantiene una diferenciación de la sexualidad en base al mandato de género, de tal manera que se representa a las mujeres como seres carentes de sexualidad y a los hombres como seres dependientes sexualmente de las mujeres, razón por la cual se origina el mal en los mismos.

Las creencias del sexismo hostil clásicas resultan políticamente incorrectas en nuestra sociedad actual, pero eso no quiere decir que hayan desaparecido, siguen estando presentes junto con otro tipo de sexismo evolucionado hacia nuevas formas de discriminación sexista que son “más difíciles de identificar y de contestar, al incluir aspectos más ambivalentes o incluso un tono positivo hacia determinadas mujeres que cumplan con el rol tradicional de género esperado de ellas” (Vega Escarpada, Palacios-Gálvez y Morales-Marente, 2023, p. 30). En este sentido, Peter Glick y Susan Fiske (1996; 1999; 2001) proponen la Teoría del Sexismo Ambivalente, manteniendo que las actitudes sexistas encierran una ambigüedad en la configuración del otro género y ello es debido a la estructuración de las relaciones tradicionales de hombre-mujer, “en las que coexiste una diferenciación de poder con una fuerte interdependencia entre ambos” (Vega Escarpada, Palacios-Gálvez y Morales-Marente, 2023, p. 30). De esta manera, la Teoría del Sexismo Ambivalente o de creencias sexistas ambiguas se estructura en tres dimensiones (Glick y Fiske, 1996, 1999, 2001): las creencias sexistas se mantienen gracias a que a los hombres se les otorga más poder y estatus que a las mujeres o, en resumidas cuentas, debido al patriarcado; en segundo lugar, existe una diferenciación clara de los hombres y las mujeres en cuanto a sus funciones y roles sociales; y, por último, las relaciones entre hombres y mujeres están condicionadas inevitablemente por la reproducción sexual y la intimidad. Con estas tres dimensiones, se generan actitudes sexistas tanto hostiles, como hemos visto, como benévolas hacia el otro sexo.

El sexismo benévolo se articula sobre las mismas tres aristas, pero con un nuevo o maquillado enfoque positivo (Vega Escarpada, Palacios-Gálvez y Morales-Marente, 2023, p. 30): en primer lugar, se establece el paternalismo protector basado en la idea de que el hombre, al ser más fuerte y robusto, debe cuidar y proteger a la mujer y ellas deben aceptar este trato para garantizar su



seguridad; en segundo lugar, la diferenciación de género se configura como complementaria, de tal manera que se enaltece a la mujer por sus características positivas y complementarias al hombre, las cuales coinciden con los roles de género tradicionalmente femeninos; y en tercer lugar, se reconoce la intimidad heterosexual en el sentido de dependencia emocional del hombre y la mujer como complemento ideal para el mismo. En definitiva, es una ideología paternalista subjetivamente positiva que ve a las mujeres como seres subordinados que necesitan ser protegidos, apreciados y reverenciados por su virtud (Cikara, Eberhardt y Fiske, 2011, p. 542). Observamos cómo ambos sistemas de creencias se mantienen bajo los mismos parámetros, con un nuevo enfoque que derivan en una ambivalencia resumida de la siguiente manera:

En el sexismo hostil las mujeres son percibidas como buscando controlar a los hombres y usurpándoles el poder. El sexismo benévolo, sin embargo, idealiza a las mujeres como criaturas puras (que poseen características tradicionalmente femeninas, así como mantienen unos roles de género tradicionales), que deben ser protegidas y apoyadas (y por lo tanto son débiles), y cuyo amor es necesario para que un hombre esté completo (Vega Escarpada, Palacios-Gálvez y Morales-Marente, 2023, p. 31).

Así, se conforma todo un sistema que de una manera multivariable discrimina a las mujeres, insertándose en todos los procesos de socialización, internet incluido. El Consell de l'Audiovisual de Catalunya identificó en redes sociales como TikTok “contenidos susceptibles de desprecio y lenguaje vejatorio hacia las mujeres”, los cuales repercuten en los modelos relacionales de los más jóvenes basándolos en la desigualdad y el machismo, lo cual “puede contribuir a normalizar la violencia machista en este ámbito” (Consell de l'Audiovisual de Catalunya, 2021). Así, las redes sociales se conforman como portavoces de sexismos, existiendo incluso figuras de influencia que dedican su contenido a mantener una postura antifeminista, existiendo toda una corriente denominada manosfera.

3. La manosfera y los ofendidos antifeministas en internet

Actualmente nos encontramos en un momento de repliegue antifeminista y de misoginia global (Banet-Weiser, 2018) que se articula en una resistencia al avance feminista y se escuda en la libertad de expresión como derecho inalienable (García Mingo, Díaz Fernández y Tomás-Forte, 2022, p. 2). Este movimiento de misoginia popular se conforma en base a la ideología de género como contramovimiento político y epistemológico contra las políticas y teorizaciones sobre el sexo, el género y la sexualidad (Corredor, 2019, p. 616), cuyos máximos exponentes se encuentran dentro de la manosfera.



Cuando hablamos de la manósfera, nos referimos al conglomerado de espacios virtuales heterogéneos que dan cabida a diversos movimientos masculinistas basados en la propagación de discursos misóginos y antifeministas (Ging y Siapera, 2018) y cuyo interés común es la masculinidad y su supuesta crisis (Ribeiro et al., 2020, p. 1). El entorno digital se ha transformado en un nuevo lugar en el que violentar a las mujeres (Robles, Atienza, Gómez y Guevara, 2019) a través de contenidos sexistas basados en ideas como que “la violencia no tiene género, o que la violencia de género es un invento ideológico” (García Mingo, Díaz Fernández y Tomás-Forte, 2022, p. 2). Estos contenidos son determinantes en la configuración de la percepción social de la violencia sexual cometida contra mujeres, ya que favorecen la perpetuación de la cultura de la violación.

En este sentido, se está produciendo “una (re)configuración del imaginario sobre la violencia sexual en España como resultado del trabajo ideológico que se está haciendo en la manósfera” (García Mingo, Díaz Fernández y Tomás-Forte, 2022, p. 2), a través de renovadas interpretaciones de las clásicas disposiciones de la cultura de la violación. Algunos hombres arraigados en el machismo han encontrado en las redes sociales un altavoz para la expresión de su sexismo hostil, el cual es aceptado y naturalizado como una manera de desahogar su enojo y criticar las medidas feministas sin tener que acudir a una comunicación razonable.

La manósfera también se puede conocer como un movimiento de “ofendidismo machista”, en el que sus participantes consideran su libertad de expresión coartada, ya que expresar su verdad los situará como enemigos de la sociedad al enfrentarse a un nuevo feminismo hegemónico que limita la vida social de los hombres. Sin embargo, la realidad es que no solo tienen libertad de comunicar sus proclamaciones, sino que tienen de su parte toda una comunidad que los apoya y alienta. Este hecho, junto con la falsa barrera que crea la pantalla donde el contacto personal es inexistente y la comunicación puede ser unidireccional, crea un ambiente propicio para dar rienda suelta a un sexismo hostil y críticas antifeministas que serían impensables en escenarios presenciales. Así, los comentarios que históricamente se recogían en el ámbito restringido de la familia o los amigos, hoy en día tienen un alcance mucho mayor en internet (Boix Palop, 2016, p. 61), donde muchos más hombres sexistas pueden opinar sobre el mismo tema y recibirán un apoyo sin igual, que antes quedaban en el ámbito privado. En este sentido, la manósfera “funciona como cobijo para hombres que buscan debatir, negociar marcos de sentido y descargar su frustración sobre cuestiones vinculadas a la igualdad de género y al feminismo” (García Mingo, Díaz Fernández y Tomás-Forte, 2022, p. 5), es decir, encuentran en internet una nueva configuración de fraternidad que es más sencilla, abierta y violenta. De esta manera, no se puede dibujar un perfil sociodemográfico de



los hombres que participan en la manosfera, ya que se caracteriza por una pluralidad de hombres (Ging, 2017) con el antifeminismo como único factor en común. Por ello:

No se trata de un perfil de creadores de opinión o un espacio concreto de Internet, sino que es la suma de las acciones de tuiteros, youtubers, administradores y líderes de opinión, así como el compromiso afectivo y la participación de shures, anons y otros tantos miles de participantes anónimos de la manosfera (...) [que convierten la manosfera] en un auténtico fenómeno social y cultural (García Mingo, Díaz Fernández y Tomás-Forte, 2022, p. 3).

Por tanto, los hombres de la manosfera española se organizan tanto en espacios privados conformados por foros y páginas web propias, como en redes sociales, “con especial relevancia en YouTube, Twitter y Facebook” (García Mingo, Díaz Fernández y Tomás-Forte, 2022, p. 3), considerando “clave el papel de los youtubers españoles en el trabajo ideológico antifeminista de la manosfera por su capacidad de polinizar los mensajes de la manosfera entre la población “general”, y estableciéndose este movimiento como la misoginia youtuber (Pibernat Vila, 2021). Cada youtuber tiene su estilo personal a la hora de realizar y editar sus vídeos, siendo esta característica “algo imprescindible a la hora de conseguir crear una identidad definida y fácilmente reconocible para su audiencia” (Pibernat Vila, 2021, p. 48). Se configuran así comunidades virtuales frente a una figura performativa que construye su identidad digital en la interacción permanentemente con su comunidad (Hidalgo-Martí y Segarra-Saavedra, 2017, p. 54).

4. Metodología

4.1. Selección del objeto de estudio: los youtubers y sus contenidos

Como he comentado *supra*, YouTube se conforma como plataforma idónea para explorar el sexismo online debido a su capacidad de calado y el formato de sus contenidos: vídeos con una comunicación unidireccional en el que los seguidores pueden opinar sobre la materia en los comentarios y mostrar su apoyo al creador de contenido con visualizaciones y “me gusta” en los vídeos. Aunque la manosfera no tiene un perfil único de participantes, sí que existen categorías de contenidos. Para explorar el fenómeno de las creencias retro-sexistas, he seleccionado a cuatro creadores con características comunes en el formato y contenido de sus publicaciones, de tal manera que todos comparten una visión abiertamente antifeminista y abogan por romper con el feminismo 4.0 que va en contra de sus derechos como hombres, reclamando que no existe ningún privilegio en ser un hombre blanco y heterosexual. Así, los creadores de contenido seleccionados son Alfonso Gallardo (Roma Gallardo), con 1,96



millones de suscriptores, Sergio Candanedo (Un Tío Blanco Hetero) con 521 mil suscriptores, Adriá Núñez (Libertad y Lo Que Surja) con 315 miles de suscriptores y Daniel José Santomé Lemus (Dalas Review) con 11,2 millones de suscriptores.

La elección de estos youtubers proviene de un trabajo etnográfico digital más amplio, en el que se identificó a tres sujetos como representativos de un contenido crítico hacia las mujeres, con tintes políticos y sociales controvertidos, manteniendo una imagen performativa de hombres abiertamente machistas y contrarios a las políticas feministas del país, los cuales son Roma Gallardo, Un Tío Blanco Hetero y Libertad y Lo Que Surja. El cuarto creador seleccionado (Dalas Review) tiene un perfil diferenciado al resto, ya que comenzó su carrera en YouTube con contenidos convencionales de reseñas sobre otros vídeos o personajes polémicos, además de dedicarse de manera simultánea a los videojuegos. A pesar de ello, su contenido crítico sobre las mujeres, junto con diversas polémicas que lo tildan tradicionalmente de machista, tornó a éste como un candidato idóneo para la investigación. De este modo, los criterios de elección de la muestra se restringen a youtubers que realizan contenidos críticos sobre mujeres feministas o sobre el movimiento feminista en general, además de tener una comunidad asentada y ser reconocidos dentro de la plataforma.

Para la elección de los contenidos analizados, se ha tomado una muestra de seis vídeos por cada uno de los youtubers y sus comentarios asociados, recopilando aquellas publicaciones que en su título o portada recogieran críticas hacia las mujeres o hacia el feminismo. La selección de la muestra a seis vídeos por creador de contenido se basa en un criterio subjetivo en el que prevalece la actualidad de la publicación entre los meses de febrero y octubre del año 2024, variando la fecha de los vídeos seleccionados según la periodicidad de publicación de cada uno de los youtubers. De esta manera se configuró la siguiente muestra:



Tabla 1. Muestra de vídeos y comentarios asociados que han sido analizados.

Youtubers analizados	Vídeos seleccionados	Visualizaciones (views) y me gusta (likes)	Comentarios asociados
Roma Gallardo (1,96M de suscriptores)	“Eres una lerda” llaman lerda a una feminista en directo	257.931 views 16K likes	909
	Zascas a feminista por Roma Gallardo 2024	363.098 views 20K likes	3520
	Feminista contra la depilación	89.813 views 6,8K likes	747
	Paga a medias la cena, se enfada y no sube a su casa. Tik Toks pedantes	184.066 views 9,8K likes	789
	Dono 20.000€ a cada colegio o instituto que demuestre esto	98.931 views 6,5K likes	303
	Feministas vs Roma Gallardo sobre pruebas policía (mejores momentos)	361.025 views 15K likes	1216
Un Tío Blanco Hetero (521K suscriptores)	Así es la charocracia en prime time	120.049 views 10K likes	872
	Por esto odian a Roro y el fenómeno Tradwives: el Oppenheimer del feminismo	149.414 views 10K likes	1162
	Habla la chica que denunció a Nacho Cano	148.014 views 9,8K likes	1744
	Debate: UTBH vs Feminista (Ft: Raque Ogando)	162.232 views 6,8K likes	3052
	Charocracia y negacionismo	90.179 views 9,6K likes	457
	Tiktoker cobra por ser víctima: acoso patrocinado por Loreal	84.164 views 6,9K likes	974
Libertad y Lo Que Surja (315K suscriptores)	Feminista con el pelo teñido, ve mal teñirse las canas	11.874 views 912 likes	224
	“Soy feminista para follar y soy mejor que tu”	6535 views 621 likes	50
	“Hombres, si os M4TAN en la GUE-RRA, por lo menos viajáis“	4956 views 589 likes	74
	Duelo humorista: hombre vs mujer feminista	18.783 views 1,4K likes	118
	A nadie le importa vivir entre locas acosadoras	3962 views 546 likes	45
	MariMandona	5843 views 600 likes	40



Dalas Review (11,2M de suscriptores)	TikToker arde a Feministas por cocinarle a su novio (RoRo Bueno)	565.845 views 38K likes	1911
	Dalas doma a fan de Ricky Edit y la hace cambiar de opinión (se arrepiente al final)	409.108 views 24K likes	1866
	La Argentina que fo*** mendigos gratis (te vas a horrorizar)	744.370 views 58K likes	5599
	No quería que la editara, así que la edité peor	629.026 views 35K likes	111
	Me denunció solo por mirarla en un parking	910.207 views 55K likes	4441
	la TikToker que VI*LÓ y DR*GÓ a su MARIDO mientras lo cuenta RIÉN-DOSE (horrible de ver)	750.387 views 49K likes	2350

Nota. [Recuperado de YouTube, adjuntando su cita en referencias bibliográficas. Todas las cifras asociadas fueron recogidas durante el mes de octubre de 2024.]

4.2. Método y procedimiento de análisis

Una vez seleccionada la muestra, se obtuvo la transcripción de los vídeos y el desglose de comentarios asociados. La transcripción de los vídeos se realizó a través de métodos de obtención de datos basados en Python, donde hemos podido interactuar con las Interfaces de Programación de Aplicaciones o API de YouTube, devolviéndonos como estructuras de datos la transcripción del vídeo completo. Para la obtención de los comentarios asociados al vídeo, se utilizó la herramienta “YouTube Data Tools”, una página web de dominio público en la que, insertando la identificación del vídeo de YouTube, devuelve en un fichero en formato CSV un desglose de los comentarios de dicho vídeo junto con información adicional como el nombre del usuario que ha publicado el comentario o el número de interacciones y me gusta del mismo. Todos los datos, así como las herramientas utilizadas han sido de acceso público, resolviendo de esta manera el dilema de la privacidad de los datos digitales.

Tras la obtención de los datos, se han utilizados dos procesos de análisis: en primer lugar, utilizando herramientas de minería y procesamiento de datos, se ha podido agrupar el conjunto total del texto en palabras asignadas que nos ha permitido conocer la cantidad de repetición de éstas en los vídeos y en los comentarios asignados. En segundo lugar, se ha realizado un tratamiento de texto plano con el sistema de chat por inteligencia artificial de ChatGPT Plus. Aunque existen otras herramientas más sofisticadas para la realización de análisis de datos cualitativos, se seleccionó ChatGPT por la cotidianidad de su uso, de tal manera que, con procesos simples a través de preguntas, podemos obtener



resultados valiosos para el estudio a pesar de las múltiples limitaciones de la herramienta. De este modo, se insertaron en el sistema las transcripciones de los vídeos y los comentarios asociados a los mismos, abriendo una pestaña por cada uno de los archivos, realizando las preguntas oportunas para cada uno de los formatos. Así, cuando se solicitó información a ChatGPT Plus por las transcripciones, se realizaban las siguientes preguntas:

- 1) ¿Podrías hacerme un resumen de esta transcripción de un vídeo?
- 2) ¿Podrías decirme cuál o cuáles son los objetivos del vídeo transcrito?
- 3) ¿Podrías hacerme un análisis de sentimientos del vídeo transcrito?

La elección de las preguntas radicaba en obtener datos fáciles y comparables de las transcripciones. Los resúmenes ofrecían una panorámica del tema tratado y con el desglose de los objetivos identificados por ChatGPT Plus se ha podido establecer objetivos comunes de los diferentes creadores. En cuanto al análisis de sentimiento de los vídeos transcritos, interesaba obtener dos datos principales: la polaridad, como medida del sentimiento general del texto, cuyas medidas varían en una graduación de -1 a 1, identificando el -1 con textos puramente negativos, que pueden reflejar odio, enfado o expresiones violentas, y el 1 con textos netamente positivos, que abogan por afirmaciones de empoderamiento, proactividad o entendimiento; y la subjetividad, concepto que cuantifica la graduación de subjetividad de los textos en una escala de 0 a 1, en la que el 0 significa que el texto es completamente objetivo y el 1 que es subjetivo, es decir, cargado de opiniones, emociones y sentimientos. En este sentido, cuando se habla de la herramienta del análisis de sentimiento se configura como el proceso de análisis de “grandes volúmenes de texto para determinar si expresa un sentimiento positivo, un sentimiento negativo o un sentimiento neutro” (IBM, 2024). El análisis de sentimiento utiliza tecnologías de procesamiento del lenguaje natural y machine learning, analizando e interpretando el texto ofrecido. El problema principal que encontramos con el análisis de sentimiento es que no identifica correctamente la ironía ni el sarcasmo en el cuerpo de texto (IBM, 2024). Se trata de un problema metodológico que al mismo tiempo se tornó en una ventaja epistemológica ya que, de esta manera, se identificaba cuando el texto era claramente misógino y expresaba sentimientos negativos, debido a la utilización de insultos o frases que tuvieran implícita una violencia u odio palpable para referirse a las mujeres. Sin embargo, en aquellos casos donde la ironía y el sarcasmo están presentes, los análisis de sentimiento ofrecen unos resultados de sentimientos neutros e incluso positivos, ya que frases como “que listas las feministas que ahora no quieren ni trabajar”, se pueden identificar con un sentimiento positivo. Por tanto, desde este panorama se ha podido diferenciar casos de sexismo hostil con sentimientos negativos y se necesitó acudir a



un análisis del contexto general del vídeo para inferir sexismos ambivalentes asociados al ocio.

En el caso del análisis de los comentarios asociados a los vídeos transcritos, se realizaron las siguientes preguntas:

- 1) ¿Podrías hacerme un análisis de sentimiento de estos comentarios asociados a un vídeo?
- 2) ¿En que categorías podríamos resumir los comentarios?
- 3) ¿Podrías clasificar los comentarios en las categorías que has descrito?
- 4) ¿Podrías ponerme ejemplos de las categorías donde has resumido los comentarios?

De esta manera, queríamos obtener información sobre los sentimientos encontrados en los comentarios para que se pudieran diferir aquellos comentarios con sentimientos neutros, positivos o negativos, identificando los mismos problemas metodológicos anteriormente comentados. En el caso de los análisis de los comentarios, interesaba especialmente su clasificación en categorías temáticas, de tal manera que se pudiera obtener datos generales sobre las cuestiones versadas en los comentarios y la distribución de estos.

5. Resultados de los análisis a youtubers sexistas

5.1. Resultados obtenidos de las transcripciones de los vídeos

En relación con la primera fase del análisis relativo a la cantidad de concurrencia de palabras en las transcripciones, no se identificó un patrón relevante, encontrándose entre las palabras más repetidas “mujeres”, “hombres”, “género” y “feminismo”, lo cual infiere que todos los vídeos trataban sobre cuestiones de género, indistintamente del youtuber analizado. El único vídeo en el que observamos una concurrencia de insultos es en el del youtuber Roma Gallardo titulado ““Eres una lerda” llaman lerda a una feminista en directo”. Tal y como se identifica en el título, la palabra “lerda” se utiliza como concepto para referirse a la chica que se critica y conforma la tercera palabra más repetida en el vídeo tras “hombres” y “mujeres”.

En cuanto a la segunda fase del análisis, los resúmenes sirvieron para obtener un contexto general del vídeo, observando que en muchos de ellos la metodología del youtuber era reproducir un vídeo de otra plataforma y criticar los planteamientos de éste. Junto con este contenido se identifican igualmente



entrevistas y soliloquios en los que los creadores ofrecen sus perspectivas personales, junto con datos más o menos fiables para sustentar su discurso. De esta manera, la pregunta a ChatGPT Plus sobre los objetivos del vídeo transcrito ofreció una panorámica tanto de los temas tratados en los contenidos analizados como las metas que los youtubers querían alcanzar con ese contenido.

En el caso de Roma Gallardo, ChatGPT Plus identificó en todos los vídeos analizados el objetivo “cuestionar percepciones y definiciones sobre el género o criticar el feminismo”. Junto con esta temática transversal a todos los contenidos, se identificó igualmente en cuatro de los vídeos analizados “invitar a la reflexión o proponer debate”, de tal manera que el youtuber pretendía ofrecer un contenido que fomentara su discusión y pensamiento. Conjuntamente también se identificaron objetivos como “críticas de interpretación de los datos sobre violencia de género y la legislación española actual”, así como una finalidad de “entretenimiento”. Por último, destacamos un objetivo particular del vídeo “Paga a medias la cena, se enfada y no sube a su casa. Tik Toks pedantes”, en el cual se identificó el objetivo “promocionar productos y eventos personales”.

En los contenidos analizados del youtuber Un Tío Blanco Hetero, se encontró el objetivo “cuestionar el feminismo contemporáneo” en todos ellos, al igual que la meta “llamar a la reflexión, provocar discusión o fomentar debate”. Así, observamos que el contenido de este youtuber se identifica más como un trabajo crítico y de polarización política, en el que anima a sus seguidores a hacer uso de la herramienta de los comentarios. En este sentido, observamos que, a pesar de tener menos seguidores y visualizaciones que Roma Gallardo, mantiene unas cuotas de comentarios similares al mismo en el cómputo total de los vídeos analizados, por lo que sus estrategias de debate parecen dar fruto.

En el caso del youtuber Libertad y Lo Que Surja, igualmente se identifica el objetivo “cuestionar el feminismo actual y las narrativas feministas” en todos sus vídeos analizados. Como objetivo secundario en cuatro de sus vídeos se encuentra la categoría “promover la reflexión y generar debate”, junto con la meta “abogar por la equidad e igualdad de género real” en tres de sus vídeos analizados. También se identifican objetivos como la “desmitificación de estereotipos” o “defender la dignidad de las experiencias masculinas”. Así, aunque la base sustancial de sus contenidos es similar a sus otros compañeros analizados, observamos unas metas que implican un trabajo más reivindicativo en contra de la ideología de género, lo cual puede ser una de las razones de sus menores niveles de impacto en YouTube, ya que se identificarían en mayor medida con una postura más radicalizada.

Por último, en el caso del youtuber Dalas Review el objetivo transversal en todos sus vídeos se identifica con “generar discusión, debate o fomentar la crítica”. De esta manera, la categoría “criticar el feminismo contemporáneo o



la moralidad de las mujeres” se encuentra en cuatro de los vídeos analizados. Igualmente se recogen objetivos como “explorar las dinámicas de género en redes sociales”, “generar conciencia del mal uso de las redes sociales por parte de las mujeres” debido a la búsqueda de fama a toda costa, o el entretenimiento y el humor. Así, los contenidos de este youtuber se desvinculan en cierta medida de sus compañeros analizados, ya que, aunque mantiene una postura contraria al feminismo “hegemónico”, se infiere de sus contenidos un sexismo más benévolo o ambivalente, identificando cuestiones como la moralidad o el buen uso de las redes sociales como características de mujeres “buenas”.

En todo caso, observamos como efectivamente en los youtubers analizados se infiere una crítica a las mujeres feministas o al movimiento feminista en general, ofreciéndonos la herramienta del análisis de sentimiento datos extras sobre la polaridad y la subjetividad general de los vídeos sujetos a la muestra. Para simplificar los datos, he realizado una media de los valores de polaridad y subjetividad de los vídeos analizados por cada uno de los youtubers, ofreciéndonos una panorámica general de su contenido:

Tabla 2. Resumen sobre los análisis de sentimiento realizados en la muestra de vídeos de los youtubers seleccionados.

Youtubers analizados	Polaridad (-1 / 1)	Subjetividad (0 / 1)
Roma Gallardo	0.07	0.52
Un Tío Blanco Hetero	-0.03	0.59
Libertad y Lo Que Surja	0.07	0.80
Dalas Review	0.01	0.53

Nota. [Elaboración propia a través de los datos obtenidos de ChatGPT Plus en el mes de octubre de 2024.]

En primer lugar, observamos que los valores de polaridad general de los creadores de contenido rondan el 0, lo que significa que las transcripciones de los vídeos mantienen un tono neutral con ligeras inclinaciones que se vuelven insignificantes. De esta manera, el análisis del texto plano de ChatGPT identifica que, aunque en los contenidos existen expresiones de desacuerdo y crítica, también se presentan afirmaciones constructivas o proactivas. Es importante recordar que las herramientas de análisis de sentimiento no identifican el sarcasmo, la ironía o las frases hechas de los textos, por lo que lo único que podemos inferir es que no nos encontramos ante contenidos explícitamente violentos u ofensivos, en los que se insulta típicamente a las mujeres o se reflejan conductas de odio, ya que estas formulaciones tradicionalmente entendidas como negativas, se reflejarían en polaridades negativas más cercanas al -1. En relación con los datos sobre subjetividad, encontramos en tres de los youtubers (Roma Gallardo, Un Tío Blanco Hetero y Dalas Review) unos datos de subjetividad media, de



tal manera que en sus contenidos se observan tanto una comunicación de datos y expresiones objetivas, como opiniones, emociones y puntos de vista personales y experiencias que denotan subjetividad. En el caso del youtuber Libertad y Lo Que Surja si observamos un índice de subjetividad alto, identificando vídeos como “Soy feminista para follar y soy mejor que tu” y “A nadie le importa vivir entre locas acosadoras” como contenidos puramente subjetivos con una puntuación máxima de 1.

5.2. Resultados obtenidos de los comentarios asociados a los vídeos

En cuanto a los resultados sobre los comentarios asociados a los vídeos analizados, la primera cuestión a tratar es el análisis de sentimiento general de los mismos. Así, se realizó la siguiente tabla representativa del porcentaje de comentarios neutros, positivos y negativos de forma generalizada que se encontraron con relación a cada uno de los youtubers:

Tabla 3. Porcentaje de comentarios neutrales, positivos y negativos de los contenidos analizados por cada youtuber seleccionado.

Youtubers analizados	Neutrales	Positivos	Negativos
Roma Gallardo	91.73%	5.56%	2.71%
Un Tío Blanco Hetero	91.03%	5.71%	3.26%
Libertad y Lo Que Surja	91.83%	5.08%	3.09%
Dalas Review	92.47%	4.34%	3.19%

Nota. [Elaboración propia a través de los datos obtenidos de ChatGPT Plus en el mes de octubre de 2024.]

De esta manera, observamos como se siguen unos patrones definitorios en todos los youtubers analizados, con una relación de comentarios neutrales superiores al 90% en todos los casos. Los comentarios negativos rondan alrededor del 3% en todos los casos, lo que nos refiere que no existen críticas netamente negativas sobre el vídeo transcrito ni sobre el creador de contenido o sus seguidores, entendiendo la negatividad como un uso de expresiones violentas, ofensivas o insultantes explícitas.

En cuanto a la pregunta sobre la categorización de los comentarios, observamos unas dinámicas particulares en cada uno de los youtubers, siendo común en todos ellos que gran parte de los comentarios no puedan clasificarse. En el caso de Roma Gallardo, las categorías que más se repiten a la hora de clasificar los comentarios son: otros, opiniones sobre género, reflexiones personales, críticas socioculturales, opiniones sobre el contenido del vídeo, humor o comentarios satíricos, críticas constructivas, elogio y apoyo personal y, por último, desacuerdos o críticas negativas. De esta manera, dilucidamos una varie-



dad de tipologías que, cuando observamos los ejemplos asociados a las mismas, tenían características en común en dos direcciones principales: el desprecio del feminismo y el apoyo al youtuber. Entre estos comentarios encontramos los siguientes:

- “Bravo Roma, muy bueno. Me encanta tu manera de pelear y afrontar a esta gente.” (Categoría “elogio y apoyo personal” del vídeo “Eres una lerda”, llaman lerda a una feminista en directo).
- “Debe tener un botoncito por detrás para resetearla.” (Categoría “otros” del vídeo “Zascas a feminista por roma gallardo 2024”)
- “luego se quejan de por qué los hombres van al grano. al final hay que hacer un máster para quedar con una chica. con tantas tonterías.” (Categoría “opiniones sobre el contenido del vídeo” del vídeo “Paga a medias la cena, se enfada y no sube a su casa. Tik Toks pedantes”)
- “Lo de pasar a ser idiota/feminista a sensata también es mi caso y todo empezó con un vídeo tuyo que me hizo pensar.” (Categoría “opiniones sobre género” del vídeo “Dono 20.000€ a cada colegio o instituto que demuestre esto”).

En relación con el youtuber Un Tío Blanco Hetero, las categorías más repetidas en los comentarios asociados a sus vídeos analizados son: otros, reacciones personales o emocionales, interacción entre usuarios, opiniones sobre el contenido, críticas constructivas, humor, apoyo al creador y género. Observamos como en el caso de este youtuber, las categorías con un mayor número de comentarios se refieren a un alto contenido de debate entre los usuarios, los cuales cuentan sus experiencias en forma de apoyo y acogida a los temas tratados por el creador de contenido, una cuestión que se relaciona íntimamente con los objetivos planteados en sus vídeos en relación con fomentar el debate y la crítica. Al igual que en el caso anterior, el desprecio a las mujeres feministas se inserta de forma transversal en las categorías, encontrando como ejemplo los siguientes comentarios:

- “Cómo se va a debatir con una esquizofrénica así? Es inviable: no ven, no escuchan, no piensan,... (Categoría “opiniones sobre el contenido” del vídeo “Así es la charocracia en prime time”).
- “Es muy fácil, las feministas llevan la consigna de que las mujeres pueden hacer lo que quieran siempre y cuando sea exactamente lo que ellas les dicen.” (Categoría “críticas constructivas” del vídeo “Por esto odian a Roro y el fenómeno Tradwives: el Oppenheimer del feminismo”).
- “Raque, ojalá algún día resuelvas los conflictos internos que te limitan y condicionan, aprendas a ser feliz y encuentres la paz. Un abrazo.” (Cate-



goría “reacciones personales o emocionales” del vídeo “Debate: UTBH vs Feminista (Ft: Raque Ogando)”).

- “Veo mucha gente comentando molesta con este tipo de mujeres, q no hacen otra cosa q demonizar al hombre, la solucion es bien sencilla, apartir de ahora nadie ayuda a mujeres desconocidas, nadie las mira, nadie les habla como si no existieran, como siempre se ha dicho no hay mayor desprecio q no hacer aprecio, no hablen de mujeres ni en redes ni con amigos ni nada creanse q no existen y pronto lloraran por la atencion masculina q les falta. 😊” (Categoría “apoyo al creador” del vídeo “Tiktoker cobra por ser víctima: acoso patrocinado por Loreal”).

En el caso del youtuber Libertad y Lo Que Surja, las categorías más repetidas en los comentarios relativos a sus vídeos son: otros, reacciones emocionales y opiniones, humor y comedia, y feminismo y género. Los comentarios encontrados en estos vídeos son escasos, debido también a su menor impacto a nivel de suscriptores y visualizaciones. Aún así, se mantiene una dinámica sexista en los comentarios que se reflejan en ejemplos como estos:

- “Me da curiosidad si está tipa trabaja o algo o si tiene una vida que vivir pues en serio que tiene mucho pero mucho tiempo para hacer videos 😂😂😂.” (Categoría “reacciones emocionales y opiniones” del vídeo “Feminista con el pelo teñido, ve mal teñirse las canas”).
- “Las mujeres están tan fuera de realidad por el exceso de privilegios que reciben, dejen de hacerles favores, dejen de alabarlas etc...” (Categoría “reacciones emocionales y opiniones” del vídeo “Hombres, si os matan en la guerra, por lo menos viajáis”).
- “No hay nada más patético que un aliade y una feminista empoderada.” (Categoría “feminismo y género” del vídeo “Duelo humorista: hombre vs mujer feminista”).
- “Todo el y ella tocándose los ovarios no jaja, a veces hay que poner orden.” (Categoría “feminismo y género” del vídeo “MariMandona”).

En relación con las categorías que más se repiten en los comentarios asociados a los vídeos de Dalas Review nos encontramos las siguientes: otros, reacciones emocionales, apoyo, recomendaciones o críticas constructivas, opiniones sobre el contenido, interacción con otros usuarios y humor. Este youtuber es conocido por tener una gran comunidad de seguidores, por lo que las categorías de apoyo y de interacción personal son imperantes en sus contenidos, observando muchos más comentarios críticos igualmente. A pesar de ello, siguen encontrándose patrones sexistas inmersos en comentarios de diferentes categorías:



- “La chica nunca tembló tanto como en este video jajajajajaja.” (Categoría “humor” del vídeo “Dalas doma a fan de Ricky Edit y la hace cambiar de opinión (se arrepiente al final)”).
- “Que rabia que da la tipa, está todo el rato manipulando y mintiendo como se le da la maldita gana, es super complicado hablar con gente como ella” (Categoría “opiniones sobre el contenido” del vídeo “No quería que la editara, así que la edité peor”).
- “Yo eh pasado por un caso de abuso y sinceramente no es algo que me gusta hablar de ello, pero lo de esta mujer no fue abuso, ni acoso, no le hicieron nada ni la seguian exactamente, supongo que ni siquiera lo supero ni nd al instante lo publico lo cual ni fue traumante para ella y solo buscaba vistas, llamar la atencion y hacerce la víctima” (Categoría “apoyo” del vídeo “Me denunció solo por mirarla en un parking”).
- “Que asco, q falta de respeto y amor con su esposo y el tan blandengue y falto de carácter permitirle tanto y ayudarle a reírse...es un payaso y ella una violadora y criminal...vomitivo todo esto” (Categoría “reacciones emocionales” del vídeo “la TikToker que VI*LÓ y DR*GÓ a su MARIDO mientras lo cuenta RIÉNDOSE (horrible de ver)”).

6. Discusión de los resultados

Los resultados obtenidos nos evidencian una tipología de creador de contenido de YouTube que basa parte de sus contenidos en criticar el feminismo y despreciar a las mujeres que no entran dentro de sus concepciones de mujer “decentes”, lo cual es un indicativo de creencias sexistas y perpetuación de la cultura de la violación. Todos ellos comparten como objetivo común en las publicaciones seleccionadas “cuestionar o criticar el feminismo”, convirtiéndose en transversal en las publicaciones de Roma Gallardo, Un Tío Blanco Hetero y Libertad y Lo Que Surja. En el caso de Dalas Review, solo aparece como objetivo en cuatro de los seis vídeos seleccionados. Igualmente, se convierte en una meta común entre estos youtubers generar debate e invitar a la reflexión sobre los temas tratados, por lo que implican a su comunidad en el desarrollo del contenido.

Gracias a los resultados obtenidos por el análisis de sentimiento de ChatGPT Plus, hemos podido inferir que no existe un sexismo violento u ofensivo dentro de los vídeos examinados, o al menos se suprimen estas premisas bajo el humor. En este sentido, se requiere de un trabajo etnográfico cualitativo para inferir resultados definitivos. Es destacable en todo caso los valores de subjetividad del youtuber Libertad y Lo Que Surja, siendo el creador de contenido analizado con menos incidencia, pero también el más subjetivo, lo que refiere



que sus contenidos están cargados de opiniones y emociones personales. Este hecho junto con la concurrencia de objetivos secundarios en sus vídeos como la defensa de la “dignidad de las experiencias masculinas”, lo convierte en el youtuber más radical en sus contenidos sexistas.

La mayor parte de la información sobre los vídeos analizados se encuentra reflejada en los comentarios de los suscriptores o seguidores de los youtubers. Los consumidores utilizan esta herramienta para proseguir con la misma línea argumental que los creadores de contenido: criticar el feminismo y desprestigiar a las mujeres. Aunque los datos sobre el análisis de sentimiento de los comentarios analizados nos ofrecían cifras de más de un 90% de comentarios neutrales, la categorización y posterior revisión de los comentarios determinó una postura de debate y crítica clara. Aunque solo se han podido incluir unos pocos comentarios, son reflejo de gran parte de la comunidad. Los comentarios sobre la vergüenza que generan las mujeres mostradas en los vídeos o la manipulación de las realidades sociales por parte del feminismo hegemónico anti-masculino son comunes en todas las publicaciones estudiadas. Podemos observar un profundo arraigo de creencias sexistas en concepciones como el excesivo privilegio del que gozan las mujeres o la denotación de un menor coeficiente intelectual de éstas.

7. Conclusiones

Las redes sociales se han convertido en un elemento esencial en la sociedad actual, siendo una herramienta de comunicación que favorece toda clase de discursos debido a su carácter performativo. Los creadores de contenido como los analizados pueden dar rienda suelta a su sexismo bajo la capa del humor y el entretenimiento, siendo casi una labor social y educacional el trabajo que realizan, según sus propios seguidores. La representación de la mujer moderna como un ser consumido por el feminismo, que no puede pensar por sí misma y necesita una dosis de realidad, no es más que una perpetuación de los estereotipos clásicos de género. De este modo, los youtubers utilizan sus vídeos, cargados de humor y crítica, como una protesta de corte pedagógico que pretende romper con la hegemonía feminista y devolver el valor perdido del hombre. En este sentido, se asienta una cultura en la que se reconfiguran las posturas clásicas de los estereotipos de las mujeres en dos categorías: las mujeres decentes que no han caído en las mentiras del feminismo o han abierto los ojos gracias a estos personajes; y las mujeres modernas, que están cegadas en una especie de mentira hembrista y que, debido a su debilidad, no son capaces de afrontar la realidad. Esta dualidad no se trasmuta en la realidad, es más, los discursos manoseados se configuran como parte de una gran cultura digital que aboga por la libertad



de expresión de todos los seres humanos, pero debido a su postura polarizada y las implicaciones en la cultura de la violación, se torna necesario poner en contexto su especial peligrosidad.

8. Referencias bibliográficas

- Banet-Weiser, S. (2018). *Empowered: popular feminism and popular misogyny*. Duke University Press.
- Boix Palop, A. (2016). La construcción de los límites a la libertad de expresión en las redes sociales. *Revista de Estudios Políticos*, 173, 55-112.
- Cameron, C. (1977). Sex-role Attitudes. En S. Oskamp (Ed.), *Attitudes and Opinions* (pp. 339-359). Prentice Hall.
- Cikara, M., Eberhardt, J.L. y Fiske, S.T. (2011). From Agents to Objects: Sexist Attitudes and Neural Responses to Sexualized Targets. *J Cogn Neurosci*, 23 (3), 540-551.
- Consell de l'Audiovisual de Catalunya (2021). El CAC alerta sobre contenidos en TikTok que presentan a las mujeres como objetos sexuales y que pueden contribuir a normalizar la violencia machista, *Consell de l'Audiovisual de Catalunya* de <https://www.cac.cat/actualitat/cac-aler-ta-continguts-tiktok-que-presenten-les-dones-com-objectes-sexuals-i-que-poden>
- Corredor, Elizabet S. (2019). Unpacking 'Gender Ideology' and the Global Right's Antigender Countermovement. *Signs: Journal of Women in Culture and Society*, 44 (3), 613-638.
- García Mingo, E., Díaz Fernández, S. y Tomás-Forte, S. (2022). (Re)configurando el imaginario sobre la violencia sexual desde el antifeminismo: el trabajo ideológico de la manosphere española, *Política y Sociedad*, 59 (1), 1-11.
- Ging, D. (2017). Alphas, betas, and incels: Theorizing the masculinities of the manosphere. *Men and Masculinities*, 22(4), 638-657.
- Ging, D. y E. Siapera (2018). Special issue on online misogyny. *Feminist Media Studies*, 18(4), 515-524.
- Glick, P. y Fiske, S.T. (1996). The Ambivalent Sexism Inventory: Differentiating hostile and benevolent sexism. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70 (3), 491-512.



- Glick, P., y Fiske, S. T. (1999). Sexism and other “Isms”: Independence, Status, and the Ambivalent Content of Stereotypes. En W. B. Swann, Jr., J. H. Langlois y L. A. Gilbert (Eds.), *Sexism and Stereotypes in Modern Society: The Gender Science of Janet Taylor Spence* (pp. 193-221). American Psychological Association.
- Glick, P. y Fiske, S.T. (2001). Ambivalent Sexism. En M. P. Zanna (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology* (pp. 115-188). Academic Press.
- Hidalgo-Martí, T. y Segarra-Saavedra, J. (2017). El fenómeno youtuber y su expansión transmedia. Análisis de empoderamiento juvenil en redes sociales. *Fonseca, Journal of Communication*, 15, 43-56.
- Hooks, B. (2000). *Feminist theory. From margin to center*. South End Press Classics.
- IBM (2024, octubre). ¿Qué es el análisis de sentimiento?, IBM de <https://www.ibm.com/es-es/topics/sentiment-analysis>
- Miralles, R. (2020). Cultura de la violación. Una cuestión política. *Libre pensamiento*, 102, 82-87.
- Moya, M., Expósito, F y Padilla, J. L. (2006). Revisión de las propiedades psicométricas de las versiones larga y reducida de la Escala sobre Ideología de Género. *International Journal of Clinical and Health Psychology*, 6(3), 709-727.
- Nussbaum, M.C. (2021). *Citadels of pride. Sexual assault, accountability, and reconciliation*. W.W. Norton & Company.
- OpenAI. (2024). ChatGPT (4o mini) [Large language model]. <https://chat.openai.com/chat>
- Pibernat Vila, M. (2021). Misoginia youtuber: conseguir audiencia con humor sexista. *Investigaciones Feministas*, 12(1), 47-56.
- Ribeiro, M.H., 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.
- Robles, J., Atienza, J., Gómez, D. y Guevara, J. (2019). La polarización de “La Manada”. El debate público en España y los riesgos de la comunicación política digital. *Tempo Social*, 31(3), 193-216.
- Save the Children España (2020). *(Des) información sexual: pornografía y adolescencia* [archivo PDF]. Recuperado de <https://www.savethechildren>.



es/sites/default/files/2020-09/Informe_Desinformacion_sexual-Pornografia_y_adolescencia.pdf

Torres Fernández, M.E. (2021). Perspectiva de género y delitos contra la libertad sexual. *Revista General de Derecho Penal*, 35, 1-32.

Vega Escarpa, A., Palacios-Gálvez, M.S. y Morales-Marente, E. (2023). Aproximación psicosocial a la cultura de la violación. En M. Gallego y Y. Ivanskina (Eds.), *La cultura de la violación a debate: mitos y realidades* (pp. 21-48), Dykinson, S.L.

YouTube Data Tools. (2024, octubre). Recuperado de <https://ytdt.digitalmethods.net/>

Vídeos de YouTube

Candanedo, S. [Un Tío Blanco Hetero]. (2024, abril 3). *TIKTOKER COBRA por SER VÍCTIMA: ACOSO PATROCINADO por LOREAL | UTBH [Video]*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=24HyFtq2NiU>

Candanedo, S. [Un Tío Blanco Hetero]. (2024, julio 12). *HABLA la CHICA que DENUNCIÓ a NACHO CANO... | UTBH [Video]*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=evnIYE7-Rd4>

Candanedo, S. [Un Tío Blanco Hetero]. (2024, julio 23). *POR ESTO ODIAN a RORO y el FENÓMENO TRADWIVES: EL OPPENHEIMER del FEMINISMO | UTBH [Video]*. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=JEsa8o_-hF0

Candanedo, S. [Un Tío Blanco Hetero]. (2024, mayo 9). *CHAROCRACIA y NEGACIONISMO | UTBH [Video]*. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=PKIVtuyB9_A

Candanedo, S. [Un Tío Blanco Hetero]. (2024, mayo 20). *DEBATE: UTBH vs FEMINISTA | (FT: RAQUE OGANDO) UTBH [Video]*. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=guJF_uJcS6I

Candanedo, S. [Un Tío Blanco Hetero]. (2024, octubre 8). *ASÍ ES la CHAROCRACIA en PRIME TIME | UTBH [Video]*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=wqRCy8OZgx0>

Gallardo, A. [Roma Gallardo]. (2024, abril 11). *FEMINISTAS VS ROMA GALLARDO sobre PRUEBAS POLICÍA (Mejores momentos) [Video]*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=kEhzkpiAsFY>



- Gallardo, A. [Roma Gallardo]. (2024, abril 28). *DONO 20.000€ A CADA COLEGIO O INSTITUTO QUE DEMUESTRE ESTO* [Video]. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=bnuUb_A88Sc
- Gallardo, A. [Roma Gallardo]. (2024, agosto 18). *FEMINISTA CONTRA LA DEPILACIÓN* [Video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=F7KF5BKGxmk>
- Gallardo, A. [Roma Gallardo]. (2024, agosto 27). *ZASCAS A FEMINISTA por ROMA GALLARDO 2024* [Video]. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=u3j_GWcIo3Q
- Gallardo, A. [Roma Gallardo]. (2024, agosto 30). „ERES UNA LERDA“ *LLAMAN LERDA A UNA FEMINISTA EN DIRECTO* [Video]. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=RpQ00HQhW_Y
- Gallardo, A. [Roma Gallardo]. (2024, mayo 26). *PAGAA MEDIAS LA CENA, SE ENFADA Y NO SUBE A SU CASA. TIK TOKS PEDANTES* [Video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=Dpv6QzHr3dY>
- Núñez, A. [Libertad y Lo Que Surja]. (2024, octubre 4). *Feminista con el pelo teñido, ve mal teñirse las canas* [Video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=PINHntRMqBY>
- Núñez, A. [Libertad y Lo Que Surja]. (2024, septiembre 12). *MariMandona* [Video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=rnDHMwKfxx4>
- Núñez, A. [Libertad y Lo Que Surja]. (2024, septiembre 14). *A nadie le importa vivir entre LOCAS ACOSADORAS* [Video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=1kj02K3pDt8>
- Núñez, A. [Libertad y Lo Que Surja]. (2024, septiembre 18). *DUELO Humoristas: HOMBRE vs MUJER FEMINISTA (Nivel EXTREMO)* [Video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=S5C4JUdtyFM>
- Núñez, A. [Libertad y Lo Que Surja]. (2024, septiembre 26). „Hombres, si os MATAN en la GUERRA, por lo menos viajáis“ [Video]. Recuperado de [https://www.youtube.com/watch?v=bjJ\\$Sxb3-dc](https://www.youtube.com/watch?v=bjJ$Sxb3-dc)
- Núñez, A. [Libertad y Lo Que Surja]. (2024, septiembre 29). „Soy FEMINISTA para FOLLAR y soy MEJOR QUE TÚ“ [Video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=ZB8AjEE4LQ>
- Santomé Lemus, D.J. [Dalas Review]. (2024, agosto 12). *La Argentina que Fo*** Mendigos Gratis (te vas a horrorizar)* [Video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=BhV7XAS55wI>



- Santomé Lemus, D.J. [Dalas Review]. (2024, febrero 26). *la TikToker que VI*LO y DR*GÓ a su MARIDO mientras lo cuenta RIÉNDOSE (horrible de ver)* [Vídeo]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=C-VzvbGgpQ4>
- Santomé Lemus, D.J. [Dalas Review]. (2024, junio 14). *No quería que la Editara, así que la Edité PEOR JAJA* [Vídeo]. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=Gt5N3g3_OyY
- Santomé Lemus, D.J. [Dalas Review]. (2024, marzo 25). *Me denunció sólo por Mirarla en un Parking (es en serio)* [Vídeo]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=YsWmc99Vrng>
- Santomé Lemus, D.J. [Dalas Review]. (2024, septiembre 2). *Dalas doma a Fan de Ricky Edit y la hace cambiar de opinión (se arrepiente al final)* [Vídeo]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=pZTHVOFkJcI>
- Santomé Lemus, D.J. [Dalas Review]. (2024, septiembre 7). *TikToker arde a Feministas por Cocinarle a su Novio (RoRo Bueno)* [Vídeo]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=Ub9eVgRPw8g>