

LA EXPRESIÓN DE EXPLICITUD EN MENSAJES SEXISTAS EN LAS REDES SOCIALES: UN ANÁLISIS CUANTITATIVO DE LAS PRÁCTICAS EN X

Laura C. ÚBEDA CUSPINERA¹
Universitat de Barcelona

Resumen

El presente trabajo explora la expresión de la explicitud en mensajes sexistas difundidos a través de las redes sociales, centrándose en Twitter (a partir de ahora, X). Tomando como base el corpus EXIST 2021 (Rodríguez-Sánchez et al., 2021), se reanota una muestra representativa del mismo y se propone la hipótesis de que la explicitud constituye una característica distintiva de los mensajes sexistas de las redes sociales. Para abordar esta cuestión, se analizan 634 mensajes en tres fases diferentes de trabajo: la verificación, en la que se identifica si el mensaje es o no sexista; la clasificación del tipo de sexismo que contiene el texto y la evaluación de su grado de explicitud. Los resultados obtenidos en la presente investigación indican que los mensajes sexistas tienden a ser más explícitos que aquellos mensajes que denuncian el sexismo. Este hallazgo se respalda con pruebas estadísticas, que revelan una diferencia estadísticamente significativa entre los mensajes etiquetados como sexistas y aquellos etiquetados como denuncias de sexismo, que muestran un grado de explicitud menor. En conclusión, el presente trabajo aporta evidencias empíricas que refuerzan la relación entre el contenido sexista y la expresión de explicitud en el discurso digital.

Palabras clave: sexismo; redes sociales; corpus; explicitud; X

THE EXPRESSION OF EXPLICITNESS IN SEXIST MESSAGES IN SOCIAL NETWORKS: A QUANTITATIVE ANALYSIS OF X PRACTICES

Abstract

This paper explores the expression of explicitness in sexist messages disseminated through social networks, focusing on X. Based on the EXIST 2021 corpus (Rodríguez-Sánchez et al., 2021), a representative sample is reanalyzed and the hypothesis that explicitness

1. lubeda@ub.edu;  <https://orcid.org/0009-0007-0141-1513>

constitutes a distinctive feature of sexist messages in social networks is proposed. To address this question, 634 messages are analyzed in three different phases of work: verification, in which it is identified whether or not the message is sexist; classification of the type of sexism contained in the text; and evaluation of its explicitness degree. The outcome obtained in the present research indicates that sexist messages tend to be more explicit than those messages that denounce sexism. This finding is supported by analytical tests, revealing a statistically significant difference between messages labelled as sexist and those categorised as denouncing sexism, which show a lower degree of explicitness. In conclusion, the present work provides empirical evidence that reinforces the relationship between sexist content and the expression of explicitness in digital discourse.

Keywords: sexism; social media; corpus; explicitness; X

RECIBIDO: 09/01/2025

APROBADO: 30/05/2025

1. INTRODUCCIÓN

Actualmente, resulta ampliamente reconocido el hecho de que las redes sociales se encuentran plenamente integradas en el día a día de los individuos. El desembarco de este fenómeno se produjo a finales del siglo XX y, desde entonces, el interés por las redes sociales no ha dejado de crecer. En los últimos años, además, las redes sociales han expandido de manera notable su presencia en todos los ámbitos y han suscitado el interés de profesionales de diversos sectores²; y el campo de la lingüística y la filología no ha sido una excepción.

La caracterización del uso de la lengua en las redes sociales ha constituido el objetivo de numerosos estudios en las últimas décadas, especialmente en los ámbitos del análisis del discurso y la pragmática. Entre dichos estudios destacan los trabajos de Yates (1996), Blanco-Rodríguez (2002), Johnstone (2008) o Yús (2001 y 2010), entre muchos otros. Asimismo, y más concretamente, el lenguaje utilizado en algunas plataformas de redes sociales (en el caso del presente estudio, X), también ha sido objeto de análisis en investigaciones específicas, como las de Weerkamp et al. (2011), Nguyen et al. (2013) o Sylwester y Purver (2015).

Sin embargo, pese a que los lingüistas y filólogos han focalizado su atención en cómo es el lenguaje de las redes sociales, en las descripciones lingüísticas resulta difícil hallar análisis que se centren en el objeto de estudio del presente artículo: la

2. Véanse Chung et al. (2017) y Bram et al. (2021) como ejemplos de integración de las redes sociales en el ámbito empresarial y en el médico.

explicitud en los mensajes sexistas en dichas plataformas. En relación al concepto de explicitud, la bibliografía especializada recoge numerosos estudios procedentes de ámbitos diversos, entre los que destacan el ámbito de la traducción (Baumgarten et al., 2008 y Murtisari, 2016), la psicología (Martínez y Ezquerro, 1998), la filosofía (O'Brien y Opie, 1997) o la pragmática (Yus, 1999; Sbisà, 2021). Desde este último campo y siguiendo la propuesta de Sbisà, se puede definir la interpretación explícita como el resultado de prácticas de explicitación de la información, mediante las cuales se enriquece inferencialmente aquello codificado en el enunciado; a su vez, la interpretación implícita es aquella que corresponde a significados inferidos que no derivan directamente del material lingüístico, como sucede con las implicaturas o las presuposiciones contextuales (Sbisà, 2021: 177). Por su parte, el sexismo es aquella actitud orientada hacia las personas en función de su pertenencia a grupos basados en el sexo biológico, ya sea este masculino o femenino (Expósito et al., 1998: p. 160). El sexismo en las redes sociales es un tema que se ha tratado en profundidad y se ha abordado ampliamente en la literatura académica (Expósito et al., 1998; Becker y Sibley, 2015; Ahmed, 2015 o Slovská, 2022; entre otros). Concretamente, un ámbito especialmente prolífico es el de la detección automática del sexismo en las redes sociales mediante la compilación de corpus *ad hoc* para estudiar el fenómeno (Berg, 2008; Chew y Kelley-Chew, 2008; Fox et al., 2015; Fersini et al., 2018; Basile et al., 2019; Piñeiro-Otero y Martínez-Rolán, 2021; Rodríguez-Sánchez et al., 2021 y 2022; entre otros). Así, el presente estudio se propone analizar la expresión de explicitud en los mensajes sexistas de las redes sociales, considerando las diferencias presentes entre mensajes tales como:

- (1) @lindagisela74 Que rica putita obediente, afortunado tu marido de tener una mujer como tú, saludos (ID = 3438)
- (2) @jisclose Las lesbianas no son mujeres (ID = 4700)
- (3) Alguien me da clases de cómo entender a las mujeres ? (ID = 4020)

El presente artículo, más allá de esta introducción, se estructura del siguiente modo. En el segundo apartado se exploran detalladamente cuestiones de lenguaje, explicitud y sexismo en las redes sociales. A continuación, se introduce el corpus EXIST 2021, base de la que parte el presente estudio: se resume brevemente cuál es el objetivo del corpus, la anotación del mismo y cómo se llevó a cabo. Finalmente, también se muestran mensajes de ejemplo con el objetivo de hacer más comprensible qué tipo de textos contiene el corpus EXIST 2021 y cómo se etiquetó el mismo. Posteriormente, se plantea el objetivo que ha guiado este estudio y la hipótesis

de trabajo. Tras esto, en el tercer apartado se expone la metodología, sección en que se explica cómo se ha seleccionado la muestra de este estudio y cómo se ha analizado y anotado. El siguiente apartado corresponde a los resultados, en el que se hace un análisis cuantitativo de la información que se ha obtenido y se aplican métodos estadísticos. En el sexto apartado, dedicado a la discusión, se interpretan los resultados y se cotejan con estudios previos. El apartado final expone las conclusiones a las que se ha llegado, subrayando las aportaciones de la presente investigación, así como sus limitaciones. Igualmente, también se sugieren propuestas para continuar trabajando y ampliando el estudio de la explicitud en los mensajes sexistas de las redes sociales.

2. LENGUAJE, EXPLICITUD Y SEXISMO EN LAS REDES SOCIALES

2.1. *Lenguaje en las redes sociales*

En las últimas décadas, internet y las redes sociales han irrumpido en la vida de los individuos, transformando profundamente las prácticas comunicativas y generando un nuevo modo de interacción y comunicación a través de dispositivos electrónicos. Esta situación ha propiciado, a su vez, cambios significativos en el lenguaje, especialmente entre las generaciones más jóvenes (Malik et al., 2025). En un primer momento, estas acciones se llevaron a cabo usando el ordenador, pero hoy en día predominan las tabletas y los teléfonos móviles.

Johnstone (2008) señala que el discurso se adapta al medio en el que se produce y, en el caso del medio electrónico, esta adaptación precisa unas estrategias específicas de comunicación. Las plataformas electrónicas, como el correo o el chat, no son orales, lo que requiere determinadas acciones para acomodar la comunicación y compensar la ausencia de interacción oral. Dichas particularidades han sido ampliamente tratadas en la bibliografía; por ejemplo, Jiménez y Vela (2005) caracterizan las propiedades de la comunicación electrónica, haciendo hincapié en que este medio no dificulta la capacidad comunicativa, sino que posibilita nuevas expresiones semióticas, así como nuevas relaciones sociales y de comunicación. Asimismo, los mismos autores identifican varias características propias de la comunicación electrónica, tales como la repetición de caracteres, el uso indiscriminado de mayúsculas, la reducción vocálica, la ausencia de tildes y signos de puntuación, la ortografía fonetizante y las mutaciones (Jiménez y Vela, 2005). En la misma línea, Nani (2024) señala que el lenguaje empleado en las redes sociales muestra tendencia a un mayor grado de informalidad, flexibilidad y adaptabilidad.

De acuerdo con Crystal (2011), cabe afirmar que internet ha revolucionado tanto el lenguaje como las formas de comunicación. El mismo autor introduce el concepto de *lingüística de internet*, término que emplea para referirse al estudio del lenguaje en los medios digitales, prestando especial atención a cómo se adapta este lenguaje al medio digital, teniendo en cuenta las oportunidades y restricciones que presenta. Igualmente, Dembe (2024) destaca las posibilidades que ofrece internet para la rápida difusión de palabras y frases nuevas, así como estilos de comunicación, cuestiones que favorecen la aceleración del proceso de evolución lingüística.

Desde una perspectiva histórica, la comunicación en la red ha sido, principalmente, de naturaleza textual. Incluso en la actualidad, el texto mantiene una gran importancia en las interacciones en línea (Yus, 2010: p. 47). En consonancia con este punto de vista, Herring (2013) observa que la comunicación mediada por ordenador sigue presentando un marcado componente textual, lo cual evidencia el valor del texto escrito en las interacciones mediadas por ordenador.

En lo que respecta a la planificación del discurso, es importante destacar que el grado de preparación invertida difiere según el medio utilizado, y las características que derivan de un discurso planificado y uno no planificado son diferentes (Ochs, 1979; Chafe y Tannen, 1982). Tradicionalmente, el discurso oral y el discurso escrito se han conceptualizado como dos esferas independientes, y las diferencias entre ambas han sido objeto de amplio estudio y análisis³.

El medio electrónico, no obstante, parece ubicarse entre el género de la escritura impresa y el género oral, dado que posee algunos rasgos de este último. Collot y Belmore (1996) apuntan esta circunstancia a partir del estudio de un tablón de anuncios electrónico. Por su parte, Yus (2010) señala que la característica fundamental de la interacción electrónica es el carácter oral u *oralización* del texto (Yus, 2010) que los textos escritos adquieren en la red cuando los usuarios los comparten. El objetivo de esta oralidad permite no solo comunicar contenido, sino también transmitir la actitud del emisor hacia aquello que escribe en pantalla. Igualmente, Yates (1996) defiende que la comunicación electrónica es un modelo de interacción que es más que simplemente oralidad o simplemente escritura. Asimismo, el mismo autor remarca que la comunicación mediada por ordenador está condicionada por factores sociales estructurales y situacionales (Yates, 1996).

3. Véanse Ochs (1979), Akinnaso (1982), Redeker (1984), Harweg (1986 y 1987), Bedmar (1989), Halliday (1994), Bustos Tovar (1997), Pérez Juliá (1997), Yabuuchi (1998), Briz (1998), Calsamiglia y Tusón (1999), Crystal (2001), Yus (2001 y 2010) y López Alonso (2014), entre otros.

Marwick y Boyd (2011) estudian cómo las redes sociales afectan a la interacción y a las posibles dinámicas sociales, prestando especial atención a qué ocurre cuando un mensaje puede ser interpretado de formas diversas atendiendo a las diferentes audiencias a quienes les llegue. Esta cuestión es particularmente relevante en X, ya que resulta fundamental para poder comprender de qué forma los usuarios adaptan su lenguaje atendiendo a los distintos destinatarios potenciales. Asimismo, las autoras señalan que los usuarios tienden a comunicarse pensando en una audiencia imaginada que representa el *mínimo denominador común* (*lowest-common-denominator*), una estrategia que les permite evitar ofender o alienar a los lectores (Marwick y Boyd, 2011: p. 126).

A su vez, Zappavigna (2011 y 2012) examina el uso del lenguaje que los usuarios de X utilizan para crear conexiones personales o crear comunidades atendiendo al uso de los *hashtags*, que permiten realizar búsquedas por temas y agruparse con usuarios con los que se compartan intereses. Otra de las funciones destacadas que ofrece X es la posibilidad de mencionar a otros usuarios (utilizando @), un aspecto que Honeycutt y Herring (2009) han explorado en detalle, atendiendo a los usos y funciones del símbolo @ en la interacción en línea.

El lenguaje de X se caracteriza, además, por presentarse en forma de mensaje corto: a fecha de redacción de este artículo, el límite para los usuarios estándar es de 280 caracteres, lo que equivale a, aproximadamente, unas cuarenta palabras⁴. Page et al. (2022) estudian cuál es el impacto que esta limitación espacial tiene en las interacciones de X, así como cuáles son los recursos que los usuarios emplean para compensar las limitaciones del medio, tales como emoticonos, *emojis*, *stickers* o *gifs*. Por su parte, Herring y Dainas (2017) introducen el constructo *graficón* (*graphicon*)⁵, fusión de los términos *graphical* e *icons*, para referirse al conjunto de elementos gráficos empleados actualmente en las aplicaciones de mensajería instantánea. Asimismo, también identifican sus valores pragmáticos, entre los que se incluyen la mención, la reacción, la modificación del tono, la acción y la secuenciación narrativa (Herring y Dainas, 2017: p. 2185).

A pesar de tratarse de un tipo de texto breve, es relevante considerar la puntuación de Yus (2010), quien señala el error de asumir que, al tratarse de mensajes breves, se requerirán pocos recursos cognitivos para su procesamiento y comprensión.

4. No obstante, numerosos usuarios recurren a los llamados hilos (*threads*), que les permiten desarrollar ideas más extensas conectando un mensaje con el anterior de forma secuencial. Pese a esto, el formato básico de la aplicación sigue promoviendo una tipología de mensaje breve y concisa.

5. Revisado y actualizado por Zhang y Dainas (2024).

Sin embargo, tras llevar a cabo un análisis riguroso de algunos *tweets*, se pone de manifiesto que algunos mensajes requieren una gran variedad de operaciones inferenciales para transformar el mensaje de 280 caracteres en una interpretación relevante. Es pertinente mencionar que una de las contribuciones de la Teoría de la Relevancia (Sperber y Wilson, 1986) al campo de la pragmática radica en demostrar que la interpretación de un enunciado explícito puede requerir tanta o más contextualización e inferencias que la comprensión de implicaturas. Por lo tanto, la comprensión de un *tweet*, pese a que se tenga que ajustar a un espacio limitado de 280 caracteres, exige tanta actividad inferencial como otros textos más extensos (Yus, 2010).

2.2. *Explicitud en las redes sociales*

La explicitud es un concepto analizado desde diversas perspectivas. En el ámbito de la psicología, Martínez y Ezquerro (1998) sugieren que, desde un enfoque tradicional, la cuestión de la explicitud se interpreta principalmente como una cuestión de representación: si la información puede ser representada dentro de un sistema⁶ como parte de los datos de este, entonces esta información es explícita; en caso contrario, la información se clasifica como implícita. Cummins (1989) respalda esta aproximación, en la que la explicitud se presenta como una cualidad absoluta, caracterizada por una dicotomía de todo o nada.

Kirsh (1990) propone una distinción fundamental entre dos perspectivas en lo que a explicitud se refiere: el enfoque estructural y el enfoque de proceso. Según el enfoque estructural, la información se considera explícita si hay alguna estructura en el sistema que representa esa información. Esta perspectiva es respaldada, con ciertos matices y variaciones, por autores como Cummins (1986), Fodor y Pylyshyn (1988), Adams et al. (1992) o Hadley (1995), entre otros. A su vez, el enfoque de proceso sostiene que una parte de la información es explícita en un sistema si es fácilmente accesible mediante los mecanismos de procesamiento de este. A diferencia del enfoque estructural, que adopta una visión dicotómica, el enfoque de proceso plantea la explicitud como un continuo. Esta visión es apoyada por Kirsh (1990), Clark (1993) o Plunkett (1993), entre otros. No obstante, algunos autores, como

6. Los psicólogos y psicolingüistas proponen diversos sistemas de procesamiento y comprensión del lenguaje. Entre ellos, destacan los modelos de Forster (1976, 1979, 1989), Morton (1964, 1970), Elman y McClelland (1986) y Marslen-Wilson (1987, 1990).

Martínez y Ezquerro (1998), se sitúan en una posición intermedia y ofrecen una visión alternativa que integra ideas de ambas aproximaciones.

En una línea más filosófica, O'Brien y Opie (1997) sugieren que el esfuerzo por intentar explicar la diferencia entre aquello explícito y aquello implícito es análogo al intento de comprender la distinción entre lo consciente y lo inconsciente.

El ámbito de la traducción también se ha ocupado ampliamente de la cuestión de la explicitud. Baumgarten et al. (2018) destacan la necesidad de distinguir entre diferentes enfoques que se acercan al término. Por un lado, en el campo de la traducción existen los enfoques orientados a la lingüística, que utilizan el término *explicitud*. Algunos autores asociados a esta corriente son Fabricius-Hansen (1996 y 1999), House (1997 y 2006), Steiner (2004) o Doherty (2002), entre otros. Por otro lado, siguiendo la teoría de la traducción, los autores prefieren emplear el concepto de *explicitación*, que recibe considerable atención en la bibliografía sobre traducción. Blum-Kulka (1986), Weissbrod (1992), Baker (1996) Olohan y Baker (2000), Pápai (2004), Gumul (2006) o Murtisari (2016) son algunos de los autores que se decantan por esta terminología.

No obstante, entre estos dos enfoques surge una tercera noción ligeramente diferente de explicitación, influenciada por el análisis del discurso, la sociología del lenguaje y la Teoría de la Relevancia (Baumgarten et al., 2008). A grandes rasgos, este tercer enfoque sugiere que la explicitación es un fenómeno inherente del proceso de traducción (Blum-Kulka, 1986).

Finalmente, desde la lingüística, Baumgarten et al. (2008) señalan que el término explicitud se refiere, en su sentido más fundamental, a la codificación manifiesta de la información. En otras palabras, la información codificada lingüísticamente se considera explícita, mientras que aquella que puede ser expresada sin estar directamente referida por el material lingüístico se considera implícita. Esta parte implícita incluye aquello que se comunica entre líneas, se sugiere o se presupone por el emisor o el receptor. A su vez, Morency et al. (2008) consideran que el contenido explícito es aquel que el oyente percibe como comunicado intencionalmente en grado máximo por el hablante. Por el contrario, el contenido implícito se considera transmitido en un grado de intencionalidad inferior.

Además de estas consideraciones, la tipología lingüística ha observado también que la explicitud, entendida como cantidad de información que está lingüísticamente codificada, se ha postulado como una característica que distingue las convenciones comunicativas de las distintas lenguas del mundo (House, 1996 y 2003). En este

sentido, los enfoques tipológicos de la lingüística contrastiva emplean la explicitud como una medida más para señalar diferencias entre las lenguas.

Desde la pragmática cognitiva, la explicitud se concibe como un continuo, argumento respaldado por la Teoría de la Relevancia (Sperber y Wilson, 1986) y aceptado también entre diversos autores posteriores (Carston, 2008; Wilson y Sperber, 2012; Hall y Mazzarella, 2023; entre otros). Esta perspectiva rechaza una dicotomía rígida entre lo explícito y lo implícito y plantea en su lugar una gradación sujeta al esfuerzo inferencial que deben realizar los interlocutores para la interpretación del enunciado.

En lo que respecta a la explicitud en las redes sociales, Mondal et al. (2018) llevan a cabo el primer estudio cuyo objetivo es caracterizar el uso de expresiones de odio explícitas en estas plataformas. Para ello, definen un patrón lingüístico que permite identificar, clasificar y analizar dichas expresiones⁷:

Yo < intensificador > < verbo > < destinatario del odio >

Entre las estructuras identificadas con este patrón, se encuentran las secuencias: *(yo) odio*, *(yo) no puedo soportar*, *(a mí) no me gusta* o *(yo) realmente odio*; seguidas del blanco de odio⁸.

Por su parte, Rodríguez-Sánchez et al. (2024) destacan que, con el auge de las redes sociales, también se ha observado un incremento del discurso de odio, el cual se manifiesta en un amplio espectro, desde las formas más sutiles a las expresiones más explícitas.

2.3. Sexismo en las redes sociales

Uno de estos discursos de odio en las redes sociales, el discurso sexista, ha sido un tema ampliamente tratado en la bibliografía existente. Berg (2006) examina las correlaciones existentes entre el sexismo no violento, que es aquel que se puede observar en el día a día y que, a la larga, favorece el desarrollo de sintomatología traumática en las mujeres. El experimento que se lleva a cabo consiste en medir subjetivamente la experiencia del sexismo y reveló una relación moderadamente fuerte entre el sexismo cotidiano y el estrés postraumático en mujeres. Por su parte, Chew y Kelley Chew (2008) estudian el sexismo sutil en el lenguaje, trabajando

7. La estructura obedece al orden básico de las palabras en inglés.

8. Algunos de los ejemplos de destinatarios del odio que ofrecen Mondal et al. (2018) son *black people* o *mexican people*.

especialmente en cuestiones como las palabras masculinas pseudogénéricas, el efecto del lenguaje genérico y las actitudes personales de los individuos ante este lenguaje genérico. Asimismo, también subrayan la presencia de este masculino pseudogénérico en el ámbito particular en el que trabajan, el legal. Algunas de las palabras que ejemplifican estos masculinos son los términos ingleses *businessman*, *chairman*, *congressman*, *mankind*, *fireman* o *layman*, entre otros.

Cabe destacar también que el sexismo ha sido el objeto de interés de numerosas tareas de detección automática. Fersini, Rosso y Anzovino (2018) han programado la tarea AMI (Identificación Automática de la Misoginia) en el *workshop* EVALITA 2018, cuya función es establecer una categorización de comportamientos misóginos y hacer una clasificación de mensajes de X en español y en inglés. La misma tarea ha vuelto a llevarse a cabo en EVALITA 2020, aunque esta vez se realiza únicamente en italiano. Basile et al. (2019) plantean una tarea similar, si bien más amplia, de detección de discurso de odio hacia algunos colectivos sociales; entre ellos, el de las mujeres. Dicho trabajo se presenta en el marco de SemEval 2019. Asimismo, Frenda et al. (2019) trabajan igualmente en el análisis de tuits en inglés con el objetivo de detectar misoginia y sexismo en ellos.

Finalmente, es preciso mencionar los trabajos de Rodríguez-Sánchez et al. (2021 y 2022), propuestas en las que se identifica y caracteriza el sexismo en inglés y en español. El primero de estos trabajos será, además, el que guiará la presente investigación. Se hablará detalladamente de esta versión, la de 2021, en el siguiente apartado. Por su parte, la versión de 2022 continúa la estela iniciada en el estudio anterior: se sigue con la tarea de detección y clasificación de sexismo, se amplía el corpus respecto a la edición previa y se presentan diversas mejoras (Rodríguez-Sánchez et al., 2022).

Todos los estudios presentados hasta ahora tienen en común el hecho de que coinciden con la idea de que la aparición de internet, de las nuevas tecnologías y de las redes sociales han favorecido el incremento del discurso sexista. Piñeiro-Otero y Martínez-Rolán afirman que «[internet] se configura como un espacio de desigualdad donde se reproducen las relaciones de poder y las prácticas patriarcales, amplificadas por la sensación de anonimato y su efecto desinhibidor» (Piñeiro-Otero y Martínez-Rolán, 2021: p.1). En la misma línea, Fox, Cruz y Lee (2015) defienden que el sexismo es muy frecuente en entornos como las redes sociales, los foros o los videojuegos. La investigación de dichos autores tiene como objetivo descubrir si el anonimato y la interacción con el contenido sexista tienen influencia en el comportamiento fuera de la red. El estudio concluye de forma estadísticamente

significativa que los participantes anónimos muestran un sexismo hostil más grande que aquellos participantes que no son anónimos.

El presente estudio aborda una problemática actual y de especial relevancia, dado que, aunque tanto la explicitud en redes sociales como el sexismo en estos entornos han sido temas ampliamente tratados en la literatura académica, no se dispone, hasta la fecha, de ningún estudio que analice la intersección entre ambos elementos. Este aspecto confiere un carácter novedoso y necesario a la presente investigación. El presente trabajo aspira a ampliar el conocimiento de las dinámicas sexistas en entornos digitales a fin de transformarlos en un espacio seguro e inclusivo.

2.4. *El corpus EXIST 2021*

El corpus alrededor del cual se vertebra el presente trabajo es EXIST 2021 (Rodríguez-Sánchez et al., 2021). En dicho corpus se utilizó la tarea compartida llamada «sEXism Identification in Social neTworks» (EXIST), que se llevó a cabo en el Workshop IberLEF 2021.

El reto que se plantea EXIST es detectar el sexismo en las redes sociales. Además de identificarlo, EXIST se propone analizar el sexismo en un sentido más amplio, que abarca desde la misoginia más explícita hasta otras expresiones más sutiles que contienen comportamientos sexistas implícitos. El presente trabajo se ocupará de los primeros.

Para llevar a cabo esta tarea, se utilizaron publicaciones de la red social Twitter (actualmente, X) y de la red social estadounidense Gab.com (Gab). Para compilar el corpus de trabajo, se definieron ciertos términos clave (*keywords*) que se utilizan habitualmente para infravalorar el papel de la mujer en la sociedad. Algunas de estas expresiones son los nombres *volante* (*mujer al*) o *florero* (*mujer*), el verbo *fregar* o el adjetivo *sumisa*, entre muchos otros. Todas estas palabras y fórmulas fueron supervisadas por dos expertos en cuestiones de género.

El corpus EXIST 2021 fue diseñado para detectar el sexismo tanto en español como en inglés; por lo tanto, se trata de una clasificación multilingüe. Finalmente, es necesario mencionar que EXIST 2021 es un corpus que está formado por más de 11.000 mensajes etiquetados en total: 5.701 mensajes en español y 5.644 en inglés.

2.4.1. *Tareas de anotación de EXIST 2021*

El reto que se plantea EXIST 2021 tiene dos subtareas de anotación principales. La primera es una tarea de clasificación binaria, en que el objetivo es identificar si un mensaje es sexista o no sexista. Esta operación de clasificación implica el

análisis de cualquier tipo de expresión sexista o fenómenos relacionados, tales como afirmaciones descriptivas sobre el sexismo o denuncias de actos sexistas, ya que la misma denuncia puede estar vehiculada a través del propio sexismo. Un ejemplo recurrente en el corpus es el estereotipo *mujer al volante*, que aparece tanto en mensajes sexistas como en mensajes de denuncia.

Una vez el mensaje se anota como sexista, la segunda fase consiste en categorizar (etiquetar) qué tipo de sexismo contiene. Las cinco categorías propuestas por Rodríguez Sánchez et al. (2021) son las siguientes:

- Ideológico y de desigualdad: los textos de este grupo contienen un mensaje que desacredita el movimiento feminista, rechaza la desigualdad entre hombres y mujeres o presenta a los hombres como víctimas oprimidas por cuestiones de género.
- Estereotipos y dominación: los mensajes que se clasifican en este grupo expresan ideas falsas sobre las mujeres, que sugieren que ellas son más adecuadas para ciertos roles (madre, esposa, cuidadora de la familia, fiel, tierna, cariñosa, sumisa, y muchos otros), o bien quieren decir que las mujeres son menos adecuadas para ciertas tareas (conducción y trabajos duros, entre otros) o bien hay afirmaciones sobre que los hombres son, en cierto modo, superiores a las mujeres.
- Cosificación: los mensajes que forman parte de este grupo presentan a las mujeres como objetos, o asumen y describen cualidades que las mujeres tienen que cumplir, como por ejemplo el desempeño de cánones de belleza, la hipersexualización o el hecho de que los cuerpos de las mujeres tienen que estar a disposición de los hombres, entre otros.
- Violencia sexual: los mensajes categorizados en este grupo contienen sugerencias sexuales, peticiones de favores sexuales o acoso de naturaleza sexual.
- Misoginia y violencia no sexual: los mensajes clasificados en este apartado son textos que expresan odio y violencia hacia las mujeres.

Para ejemplificar qué tipo de contenido se encuentra en cada categoría, en la Tabla 1 se puede ver un ejemplo de mensaje en cada una de las diferentes clasificaciones:

Text	Task 1	Task 2
Where are all the white women at?	non-sexist	non-sexist
Feminism is a war on men, but it's also a war on women. It's a war on female nature, a war on femininity.	sexist	ideological-inequality
Woman driving, careful!	sexist	stereotyping-dominance
No offense but I've never seen an attractive American hooker. Not a single one	sexist	objectification
I wanna touch your tits..you can't imagine what I can do on your body.	sexist	sexual-violence
I hate misogyny more than I hate women	sexist	misogyny-non-sexual-violence

Tabla 1. Ejemplos de mensajes para cada tarea. Fuente: EXIST 2021

Atendiendo a las cuestiones planteadas en los apartados anteriores, el objetivo de este trabajo es examinar en qué medida la explicitud constituye una característica de los mensajes sexistas en las redes sociales; concretamente, en X. La investigación se centra en estudiar si las expresiones de sexismo en X se manifiestan principalmente de manera explícita; es decir, de forma abiertamente reconocible en el texto; o si, por el contrario, se encuentran expresadas sin estar referidas directamente en el contenido lingüístico, resultando indirectas o sutiles. A partir de este objetivo general, la hipótesis de trabajo que guía la presente investigación sostiene que la explicitud constituye una característica distintiva de los mensajes sexistas de las redes sociales.

3. METODOLOGÍA

3.1. Selección de la muestra de trabajo

Para el presente estudio se seleccionó una muestra del corpus EXIST 2021. En concreto, se recopilaron los mensajes de una de las cinco categorías sexistas descritas más arriba, en el apartado 2.2.1: *estereotipos y dominación*. Más tarde, estos mensajes se analizaron para identificar y clasificar las variables a estudiar. Una vez extraídos los mensajes que corresponden a este subgrupo, se obtuvieron 645 mensajes, que son aquellos que conforman el corpus de este trabajo.

Para codificar los datos, se usó el programa Microsoft Excel y la información se estructuró en columnas que contenían la siguiente información: identificación de cada uno de los mensajes (ID, un código numérico), *data set* (en todos los casos, EXIST 2021), fuente (Twitter –actual X– o Gab), lengua (español en todos

los mensajes de la muestra elegida), texto (el texto que se analizó y anotó con las etiquetas descritas en el apartado 2).

3.2. Procedimiento y análisis

Los 645 mensajes seleccionados fueron reanotados. Tal como se ha explicado en el apartado 2.4.1, el corpus EXIST 2021 posee dos anotaciones distintas: en primer lugar, una clasificación binaria, en la que se separaron los mensajes sexistas y los que no lo eran; y, en segundo lugar, una clasificación en cinco grupos atendiendo al contenido del mensaje. La reanotación que se llevó a cabo perseguía un triple objetivo: por un lado, identificar mensajes realmente sexistas para diferenciarlos de aquellos que no lo eran; por otro lado, clasificar los mensajes de acuerdo con el tema del que trataban; y, finalmente, anotar si la expresión del mensaje era de carácter explícito o implícito.

Sin embargo, durante el análisis se observó que había mensajes repetidos (11), por lo que no se tuvieron en cuenta para el cómputo final. Tras eliminar estos textos repetidos, la muestra se redujo a un total de 634 mensajes.

3.2.1. Primera fase – Anotación del sexismo

En la primera fase, se verificó si realmente el texto contenía o no un estereotipo sexista⁹. Para ello, tras una lectura cuidadosa de los mensajes, se establecieron tres etiquetas: si el mensaje poseía un estereotipo, se le asignó el valor 1; si, por el contrario, era un texto de denuncia del sexismo, se le otorgó el valor 0 y; finalmente, se encontró cierta cantidad de mensajes inclasificables, que se etiquetaron con el valor 2 y se denominaron *mensajes nulos*. En esta última categoría se incluyeron todos aquellos mensajes que estaban escritos en otras lenguas o aquellos que no se podían clasificar como sexistas o no sexistas debido a la falta de contexto.

A continuación, se presentan algunos ejemplos de mensajes¹⁰ correspondientes a cada una de estas etiquetas:

- (1) Un tribunal emiratí niega el divorcio a una mujer y la obliga a regresar «obediente» con su marido @fcarrionmolina <https://t.co/uX9yc7o7jl> (etiqueta 0 = mensaje de denuncia)

9. Es importante recordar que la categoría seleccionada para la reanotación fue la de *estereotipos y dominación*.

10. Los mensajes que se presentan en esta investigación no han sido corregidos ni modificados.

- (2) @lindagisela74 Que rica putita obediente, afortunado tu marido de tener una mujer como tú, saludos (etiqueta 1 = mensaje sexista)
- (3) Hasta la polla de tener que aguantar sus putas bipolaridades. No sé como lo hago para atraer la inestabilidad mental hacia mi. (etiqueta 2 = mensaje nulo)

3.2.2. Segunda fase – Anotación e identificación de tipos de estereotipos sexistas

En la segunda fase, se anotó el tipo de estereotipo sexista presente en cada uno de los mensajes. Para esta clasificación, se establecieron 4 valores posibles atendiendo al tipo de estereotipo que presentaba el texto analizado, siguiendo la propuesta de Rodríguez Sánchez et al. (2021):¹¹

- Categoría 1: mujeres más adecuadas para ciertos roles (etiqueta utilizada: 1)
- Categoría 2: mujeres inapropiadas para algunas tareas (etiqueta utilizada: 2)
- Categoría 3: los hombres son superiores a las mujeres (etiqueta utilizada: 3)
- Categoría 4: textos que presentan insultos y descalificaciones en varios grados, agrupados en una categoría general (etiqueta utilizada: 4)

Los ejemplos de mensajes para cada una de estas etiquetas se presentan a continuación:

- (2) @lindagisela74 Que rica putita obediente, afortunado tu marido de tener una mujer como tú, saludos (etiqueta 1 = mujeres más adecuadas para ciertos roles)
- (4) @El_Triqui_ Mujer al volante, peligro constante y más si van de la mano se sa-tanas! (etiqueta 2 = mujeres inapropiadas para algunas tareas)
- (5) Pagani y sú comentario machista»Él hombre es más fuerte qué la mujer» Cómo sé nota qué no Paris hermano para decir semejante estupidez #MesazaEnCasa #podemoshablar (etiqueta 3 = los hombres son superiores a las mujeres)
- (6) @marselinou @marcelino eres una niñaata (etiqueta 4 = otros)

3.2.3. Tercera fase – Anotación de la explicitud

Finalmente, en la tercera y última fase se anotó el grado de explicitud, evaluando si el estereotipo se expresaba de manera implícita o explícita. Esta tarea representaba la parte central del presente trabajo y, por lo tanto, fue necesario en primer lugar establecer una definición precisa del concepto de *explicitud* en el contexto del

11. Véase apartado 2.4.1, sección *Estereotipos y dominación*.

análisis de los mensajes que conformaban el corpus. Atendiendo a las consideraciones teóricas que se abordaron en los apartados previos, la explicitud se analizó desde el punto de vista lingüístico. En este sentido, siguiendo a Baumgarten et al. (2018), se consideró explícita aquella información codificada lingüísticamente; esto es, expresada directamente a través de las palabras.

Asimismo, para clasificar y anotar un mensaje como explícito, se definieron ciertos criterios específicos que estos mensajes debían contener para ser considerados como tales, tomando como punto de partida las directrices establecidas por Schmeisser-Nieto et al. (2022)¹²:

- Criterio 3.1: El mensaje requiere un menor número de operaciones inferenciales para comprender el significado del texto, favoreciendo una interpretación directa del mismo. Por ejemplo, requerirán más inferencias aquellos textos en los que se hallen referencias culturales o sociales; en los que el lector deba recordar hechos o eventos; o en los que se encuentren expresiones irónicas, sarcásticas, metafóricas o que constituyan juegos de palabras.
- Criterio 3.2: El texto presenta un menor número de caracteres; es decir, es más breve y conciso.
- Criterio 3.3: El mensaje contiene un mayor número de palabras concretas, en oposición a los conceptos abstractos, hecho que refuerza la claridad del contenido. También pueden aparecer cuantificadores, determinantes definidos o intensificadores como marcadores de precisión.

En esta tercera fase de anotación, un texto fue considerado explícito si cumplía con al menos dos de los tres criterios definidos. La anotación fue tratada, por lo tanto, como una categoría binaria: se asignó el valor 1 cuando el contenido era implícito y el valor 0 para aquellos mensajes cuyo contenido era explícito:

- (7) Mira que me gusta el trabajo de @CarlosSadness pero su versión de «Mira que eres linda» de Antonio Machín no es nostálgica, ni innovadora como la presenta. La visión de mujer florero del vídeo es más bien arcaica. <https://t.co/TVpaoC93OS> (etiqueta 1 = implícito; no cumple 3.1, 3.2, 3.3)

12. Schmeisser-Nieto et al. (2022) proponen trece criterios para distinguir entre contenido explícito e implícito, a saber: anáfora, contenido, conocimiento del mundo, evento específico, metáfora, preguntas retóricas, ironía, humor, otras figuras, evaluación, individuo como objetivo, perpetradores y enunciados imperativos, exhortivos o llamadas a la acción. Estas etiquetas han sido adaptadas para la formulación de los criterios empleados en la presente investigación.

- (8) @Tita_Batres Que no vamos a votar por vos, marimacho (etiqueta 0 = explícito; cumple 3.2 y 3.3)
- (9) @jisclose Las lesbianas no son mujeres (etiqueta 0 = explícito; cumple 3.1, 3.2 y 3.3)
- (10) Animal nefasto la mujer al volante. (etiqueta 0 = explícito; cumple 3.2 y 3.3)
- (11) @policiamixta Me he hecho cortes peores afeitándome...nenaza... (etiqueta 0 = explícito; cumple 3.2 y 3.3)
- (12) @OhMargo5 No sea mojigata Alicia, ubíquese al tiempo que vivimos (etiqueta 0 = explícito; cumple 3.2 y 3.3)

4. RESULTADOS

En la primera fase de lectura y anotación, se llevó a cabo una verificación exhaustiva de los textos, lo cual permitió clasificar 196 mensajes como textos de denuncia, que representaban un 30,91% del conjunto de datos. Por otro lado, se encontró que 410 mensajes, el equivalente al 64,66% del total, incluían contenido sexista. Tanto los mensajes de denuncia como los mensajes sexistas se caracterizaron por señalar actitudes y comportamientos sexistas, así como por contener las mismas expresiones recurrentes como *mujer florero*, *mujer al volante* o *mujer sumisa*, entre muchas otras. En otras palabras, el sexismo y la denuncia del mismo se vertebraron mediante los mismos conceptos.

Los mensajes restantes, 28 (correspondientes al 4,41% del total) fueron clasificados como nulos. Estos textos carecían de contenido relevante para ser tenidos en cuenta en el análisis ya que, como se ha señalado más arriba, estaban escritos en otras lenguas o no se podía recuperar suficiente contexto como para etiquetarlos como sexistas o de denuncia. Por este motivo, los mensajes nulos no se tuvieron en cuenta para las fases posteriores de anotación.

En la segunda fase y siguiendo la propuesta de Rodríguez-Sánchez et al. (2021), 223 mensajes (36,86% del total) se correspondieron con el estereotipo de que las mujeres son más adecuadas para ciertos roles. Este resultado muestra una asociación entre el género y ciertas funciones específicas en el discurso digital. El 24,13% de los mensajes, correspondientes a 146 ocurrencias, transmitían la idea de que las mujeres no son aptas para ciertas tareas o actividades, estereotipo que evidencia un prejuicio hacia las capacidades femeninas, limitándolas y reforzando una construcción social en la que se pone en duda las capacidades de liderazgo o las habilidades técnicas de las mujeres. Por ejemplo, ideas recurrentes en esta categoría

eran aquellas que ponían en duda la capacidad de las mujeres para conducir, jugar al fútbol o dedicarse al mundo de la política.

Asimismo, se identificaron 97 textos (16,03% del total) que contenían la idea de que los hombres son superiores a las mujeres, hecho que refuerza la idea de jerarquía de género, en la que el género masculino se sitúa como dominante (Connell, 2015). Finalmente, la categoría de mensajes varios (otros), que incluía sobre todo insultos, descalificaciones y, en general, contenidos sexistas diversos que no se podían clasificar en las categorías previas; sumó un 22,30% del total de mensajes: 139 textos.

En cuanto al grado de explicitud del contenido sexista en los mensajes de X, se consideró que 181 mensajes (29,9% del total) poseían contenido implícito. Estos mensajes presentaban ideología sexista de forma sutil o indirecta. Por su parte, los mensajes explícitos alcanzaron la cifra de 424 mensajes (70,1% del total), ya que cumplían con, como mínimo, dos de los criterios establecidos en el apartado 3.2.3 de la metodología. Esta distinción resultó de particular importancia, debido a que permitió evaluar no solo la frecuencia de aparición de contenido sexista, sino también el modo en el que este sexismo se expresa.

Los resultados obtenidos se reúnen en la Tabla 2:

número total de mensajes = 645

número de mensajes válidos (sin los repetidos) = 634

Verificación	Mensajes anotados	% sobre los mensajes válidos
Denuncia	196	30,91
Sexista	410	64,66
Nulos	28	4,41

Tipo de sexismo ¹³	Mensajes anotados	% sobre los mensajes (denuncia + sexismo)
Tipo 1 = mujeres más adecuadas para ciertos roles	223	36,86
Tipo 2 = mujeres inapropiadas para algunas tareas	146	24,13
Tipo 3= los hombres son superiores a las mujeres	97	16,03
Tipo 4 = otros	139	22,30

13. En este recuento no se tienen en cuenta los mensajes nulos. Por lo tanto, el cálculo se hace sobre el total de 605: mensajes sexistas y de denuncia.

Implicitud / Explicitud	Mensajes anotados	% sobre los mensajes (denuncia + sexismo)
Implícito	181	29,9
Explícito	424	70,1

Tabla 2. Distribución y características de los datos según la verificación, el tipo de sexismo y la expresión de la explicitud

Finalmente, fue preciso resolver la cuestión que se había planteado en los objetivos del presente trabajo. Para ello, los datos recopilados se introdujeron en un programa de análisis estadístico (PSPP), combinando los datos obtenidos en las variables de verificación (denuncia/sexista/nulo) y de explicitud (implícito/explicito) mediante tablas de contingencia (*cross-tabulation tables*). Este procedimiento permitió cruzar los datos de ambas variables y comprobar si las relaciones que se establecían entre ellos resultaban estadísticamente significativas.

Los datos resultantes al cruzar ambas variables fueron los siguientes:

			I/E		
			Total		
Tipo de sexismo	Denuncia	Recuento	115	71	186
		% Total	19,0%	11,7%	30,7%
	Sexismo	Recuento	295	103	398
		% Total	48,8%	17,0%	65,8%
	Nulos	Recuento	14	7	21
		% Total	2,3%	1,2%	3,5%
Total		Recuento	424	181	605
		% Total	70,1%	29,9%	100,0%

Tabla 3. Relación entre la verificación y la implicitud/explicitud

Dado que se trataba de dos variables categóricas, se construyó una tabla de contingencia para analizar los datos obtenidos durante la anotación. De este modo, se comprobó la relación entre el estilo explícito o implícito de los mensajes de contenido sexista y los textos de denuncia.

La prueba de χ^2 reveló una diferencia estadísticamente significativa en el nivel de explicitud en los mensajes de contenido sexista respecto a los mensajes de denuncia ($\chi^2=9,26$ | $p < 0,05$). Estos resultados sugieren que los mensajes con contenido sexista tienden a preentarse de forma más clara y directa, mientras que los textos de denuncia muestran un grado de explicitud menor.

5. DISCUSIÓN

Los resultados del presente estudio revelan tanto la prevalencia como la complejidad del discurso sexista en los entornos digitales. El análisis realizado pone de manifiesto la existencia de patrones que perpetúan los estereotipos sexistas, así como una tendencia a la narrativa explícita. Este análisis permite profundizar en el significado y la trascendencia de los resultados cuantitativos desde un prisma crítico, teniendo en cuenta las dinámicas comunicativas en la red y su impacto en la sociedad.

En primer lugar, la presencia de discurso sexista en el 64,66% de los mensajes analizados constituye un indicador alarmante de la normalización de este tipo de mensajes en las redes sociales. Este resultado evidencia cómo se configuran dinámicas en internet que crean, amplifican y refuerzan los discursos sexistas, los cuales adquieren una gran visibilidad debido a la amplia audiencia potencial que puede llegar a interactuar con cada uno de los mensajes. Por el contrario, el 30,91% de los mensajes resultaron denuncias contra el sexismo, generalmente vehiculadas por las propias ideas sexistas, que se negaban o se trataban con ironía. Este fenómeno señala que existe una conciencia y una respuesta activa ante el discurso sexista en X, indicio de que una parte de la sociedad está sensibilizada con la igualdad de género y frente al discurso discriminatorio. Estos datos son congruentes con los reportados en otros estudios que también muestran la alta presencia del discurso sexista en X, tales como los de Fox et al. (2015), Frenda et al. (2019) y Piñeiro-Otero y Martínez-Rolán (2021).

En segundo lugar, y respecto a la tipología del discurso sexista marcada por Rodríguez-Sánchez et al. (2021), los resultados del análisis ponen de manifiesto que el tipo predominante de sexismo es aquel que corresponde a la idea de que las mujeres son más adecuadas para ciertos roles (36,33%). Esta perspectiva refuerza la persistencia de la idea tradicional de la función de la mujer, limitando su participación a ciertos ámbitos, tales como el cuidado de los demás y las tareas domésticas. Por otro lado, un 24,13% de los mensajes refleja la opinión de que las mujeres son inapropiadas para llevar a cabo determinadas tareas, especialmente aquellas que requieren fuerza, habilidad o responsabilidad. Este discurso, al contrario que el anterior, expresa una forma de sexismo más directo en el que se niega las capacidades de la mujer, mientras que en el primer caso estas se limitaban.

A continuación, el 16,03% de los textos analizados reflejaba la idea que posiciona al hombre como superior a la mujer, insistiendo en la estructura jerárquica social en la que el género masculino se presenta como dominante (Connell, 2015). Por

último, el grupo *otros* reunió el 22,30% de los textos. En esta categoría destacó la diversidad de expresiones sexistas que no encajaban en las otras categorías y que, sobre todo, fueron insultos y descalificaciones de diversa índole como *niñata*, *marimacho*, *loca*, *mojigata* o *nenaza*, entre otros. La aparición de esta cuarta categoría responde a una gran variedad de secuencias y a la dificultad para categorizar rigurosamente tipos y subtipos de sexismo, una problemática que ya ha sido señalada por algunos autores, como Basile et al. (2019), quienes subrayan el desafío inherente a la detección de subtipos específicos de sexismo. Asimismo, cabe señalar que el poco control sobre la identidad de las cuentas y la facilidad para crear perfiles anónimos son factores determinantes que contribuyen al incremento de este tipo de mensajes, como han señalado Mondal et al. (2018) y Piñeiro-Otero y Martínez-Rolán (2019), entre otros. La naturaleza anónima de este medio digital facilita la proliferación del discurso sexista, hecho que representa un importante desafío para las tareas de detección automática y la moderación de los contenidos en este tipo de plataformas.

Finalmente, en cuanto a la explicitud de los mensajes analizados en la presente investigación, el 70,1% de los mensajes, tanto sexistas como de denuncia, fueron clasificados como explícitos, lo que apunta a que los usuarios de X se comunican de manera abierta y directa sobre cuestiones de género. No obstante, el 29,9% restante de los mensajes se consideraron implícitos, hecho que resulta relevante, ya que señala la existencia de un tipo de discurso sexista más encubierto, que igualmente perpetúa los estereotipos de género. Este tipo de texto plantea un desafío adicional para la detección automática de sexismo en redes sociales u otras herramientas de moderación que estén basadas en algoritmos, ya que a menudo pueden pasar desapercibidos y no generar un rechazo inmediato, como sí que sucede con los mensajes sexistas explícitos.

El análisis del corpus ha revelado una gran variedad de expresiones explícitas empleadas para vehicular el sexismo. No obstante, no fue posible identificar un patrón lingüístico uniforme que englobe todas estas manifestaciones sexistas. Este hallazgo contrasta con los resultados que obtuvieron Modal et al. (2018), quienes consiguieron establecer patrones lingüísticos específicos para caracterizar el discurso de odio en los medios digitales. La divergencia entre los resultados de Mondal et al. (2018) y los del presente estudio sugiere que la expresión del discurso sexista posee una notable plasticidad, ya que puede adoptar diferentes formas o estructuras según el contexto, motivo que podría dificultar la caracterización de patrones universales que caractericen el sexismo en las redes sociales.

La relevancia y trascendencia de los presentes resultados radica en la capacidad que estos tienen de reflejar cómo el discurso en la red ilustra y refuerza dinámicas de desigualdad social y estructural. Además, los datos obtenidos permiten dimensionar la magnitud del problema que representa el discurso sexista en los entornos digitales. Este análisis cuantitativo es esencial para la comprensión integral de la problemática que constituyen los mensajes sexistas en las redes sociales, ya que proporciona una base sólida para la promoción de la igualdad en el discurso digital.

6. CONCLUSIONES

El presente estudio se planteó como objetivo analizar en qué medida la explicitud es una característica de los mensajes sexistas en las redes sociales. Para ello, fue necesario analizar, etiquetar y clasificar la muestra seleccionada a partir del corpus EXIST 2021.

Los resultados muestran que, aproximadamente, un tercio de los mensajes no eran sexistas en sí mismos, sino que querían expresar mensajes de denuncia sobre el sexismo. Sin embargo, en este tercio también aparecían los llamados mensajes nulos, que se excluyeron del análisis. Posteriormente, los mensajes sexistas y los de denuncia fueron reanotados con el objetivo de identificar qué tipo de sexismo aparecía en ellos. Esta reanotación permitió observar que, a menudo, se hallaban rasgos compartidos tanto al expresar como al denunciar los estereotipos sexistas; en otras palabras: la denuncia del sexismo se articula, con frecuencia, a través del propio sexismo y de sus mecanismos discursivos.

El tipo de estereotipo más común fue aquel que defendía la idea de que las mujeres son más adecuadas para ciertos roles, seguido de la idea de que las mujeres son inapropiadas para algunas tareas y del grupo de mensajes diversos, en el que se incluyeron sobre todo insultos y descalificaciones, tales como *niñata*, *marimacho*, *loca*, *mojigata* o *nenaza*, entre otros. Por último, el grupo con menos ocurrencias fue el que contenía los mensajes que expresaban que los hombres son superiores a las mujeres.

En relación con la cuestión principal de esta investigación, la explicitud, los resultados muestran que siete de cada diez mensajes fueron clasificados como explícitos. Sin embargo, el presente estudio también aporta nuevos hallazgos sobre esta cuestión. La hipótesis planteada establecía que los mensajes sexistas de las redes sociales tenderían a ser más explícitos y los análisis estadísticos realizados confirman esta hipótesis, demostrando que los mensajes sexistas tienen inclinación

a expresarse de forma explícita. Por consiguiente, se puede afirmar que el discurso sexista en el ámbito digital posee un alto grado de explicitud. En términos generales, los resultados de la presente investigación se alinean con los resultados obtenidos en los estudios citados en la revisión bibliográfica.

Es relevante destacar que, a fecha de redacción de este artículo, no ha sido posible hallar en la literatura existente un estudio que trate específicamente la relación entre los mensajes sexistas y el grado de explicitud de los mismos. En este sentido, una de las aportaciones principales de la presente investigación es haber demostrado una conexión entre sexismo y explicitud en las redes sociales. Este hallazgo ofrece una visión novedosa en el análisis de los mensajes sexistas en las redes sociales y, además, proporciona la base empírica que podría resultar de ayuda para futuras investigaciones cuyo objetivo sea la detección, el análisis y la clasificación de estas expresiones en el medio digital.

Como futuras líneas de trabajo, resultaría valioso abordar algunas de las limitaciones que presenta este estudio y seguir la senda marcada por esta investigación. En este sentido, sería recomendable ampliar el corpus de trabajo, incorporando más mensajes al estudio y un equipo de anotación diverso en lo que a edades y géneros se refiere, para analizar los mensajes desde diferentes perspectivas. De este modo, el análisis podría enriquecerse con una reflexión más profunda sobre el papel del receptor en la construcción del significado. Al tratarse de una muestra anotada por un único individuo, aspectos como el conocimiento compartido o las expectativas comunicativas pueden verse condicionadas por la subjetividad de un único anotador. Asimismo, sería pertinente explorar la explicitud en otras plataformas digitales, como YouTube, Instagram o TikTok, con el objetivo de contrastar patrones entre diferentes aplicaciones y contextos de uso.

Igualmente, resultaría pertinente mejorar las herramientas de clasificación de la explicitud, considerando la idea de *explicitud* como un continuo en lugar de abordarla como una categoría dicotómica. Si bien esta decisión se tomó bajo el criterio operativo de facilitar el análisis, siguiendo la propuesta de Schmeisser-Nieto et al. (2022), futuras investigaciones que aborden la explicitud como un continuo permitirían captar con mayor precisión la complejidad del fenómeno. Igualmente, resultaría pertinente precisar la caracterización lingüística de los recursos asociados a la explicitud, profundizando en aspectos como las estructuras sintácticas predominantes o el uso de formas verbales determinadas, entre otras muchas posibles líneas de análisis.

Además, sería igualmente relevante continuar desarrollando y mejorando las herramientas de detección automática de mensajes sexistas en la red para ayudar a construir entornos virtuales más respetuosos y seguros. Finalmente, será fundamental continuar trabajando en la importancia de una sólida educación digital y no digital, a fin de combatir desde el origen el sexismo en la vida, en general, y en el lenguaje, en particular.

AGRADECIMIENTOS

La autora expresa su profundo agradecimiento al grupo de investigación *Research Group in Natural Language Processing and Information Retrieval* de la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED) por la cesión del corpus EXIST 2021, sin el que la presente investigación no habría sido posible. Asimismo, la autora extiende su agradecimiento al Servicio de Tecnología Lingüística de la Universidad de Barcelona (STeL-UB), especialmente a Montserrat Nofre Maiz, por el valioso apoyo y la supervisión brindados en el desarrollo de la parte estadística del presente trabajo. Finalmente, la autora agradece a Carolina Figueras Solanilla sus valiosos comentarios a las versiones previas del texto, así como a los dos revisores anónimos por sus oportunas observaciones y sugerencias, que han contribuido a mejorar notablemente el manuscrito.

REFERENCIAS

- Adams, F., Aizawa, K. y Fuller, G. (1992), Rules in Programming Languages and Networks. *Dinsmore*, pp. 49–68.
- Ahmed, S. (2015). Introduction: Sexism—A problem with a name. *New formations: a journal of culture/theory/politics*, 86(1), pp. 5–13.
- Akinnaso, F. N. (1982). On the differences between spoken and written language. *Language and speech*, 25(2), pp. 97–125. DOI: <https://doi.org/10.1177/00238309820250020>
- Baker, M. (1996). Corpus-Based Translation Studies. The Challenges that Lie ahead. En: Somers, H. (ed.) *Terminology, LSP and Translation: Studies in Language Engineering in Honour of Juan C. Sager*. Amsterdam, Philadelphia: John Benjamins, pp. 233–250.
- Basile, V., Bosco, C., Fersini, E., Nozza, D., Patti, V., Pardo, F., Rosso, P. y Sanguinetti, M. (2019). SemEval-2019 Task 5: Multilingual Detection of Hate Speech Against Immigrants and Women in Twitter. *Proceedings of the 13th International Workshop on Semantic Evaluation*, pp. 54–63. DOI: <https://doi.org/10.18653/v1/S19-2007>
- Baumgarten, N., Meyer, B. y Özçetin, D. (2008). Explicitness in translation and interpreting: A critical review and some empirical evidence (of an elusive concept). *Across Languages and Cultures*, 9(2), pp. 177–203. DOI: <https://doi.org/10.1556/Acr.9.2008.2.2>

- Becker, J. C. y Sibley, C. G. (2015). Sexism. En *Handbook of prejudice, stereotyping, and discrimination*. Psychology Press, pp. 315-336.
- Bedmar Gómez, M. J. (1989). La norma del texto oral y la norma del texto escrito. *Revista española de lingüística*, 19(1), pp. 111-120.
- Berg, S. H. (2006). Everyday Sexism and Posttraumatic Stress Disorder in Women: A Correlational Study. *Violence Against Women*, 12(10), pp. 970-988.
DOI: <https://doi.org/10.1177/1077801206293082>
- Blanco Rodríguez, M. J. (2002). El chat: la conversación escrita. *ELUA. Estudios de Lingüística*, 16, pp. 43-87.
- Blum-Kulka, S. (1986). Shifts of Cohesion and Coherence in Translation. En House, J. y Blum-Kulka, S. (eds.) *Interlingual and intercultural communication: Discourse and cognition in translation and second language acquisition studies*, 272, p. 17.
- Bram, J. T., Jia, L., Huffman, W. y Ahn, J. (2021). Orthopaedic surgery residency program social media presence during the COVID-19 pandemic. *JBJS Open Access*, 6(4), e21. DOI: <https://doi.org/2106/JBJS.OA.21.00073>
- Briz Gómez, A. (1998). *El español coloquial en la conversación: esbozo de pragmatología*. Barcelona, Ariel.
- Bustos Tovar, J. J. D. (1997). Organización textual y oralidad. *Quaderns de filologia. Estudis lingüístics*, 2, pp. 7-24.
- Calsamiglia Blancafort, H. y Tusón Valls, A. (1999). *Las cosas del decir*. Barcelona, Ariel.
- Carston, R. (2008). *Thoughts and utterances: The pragmatics of explicit communication*. John Wiley & Sons.
- Chafe, W. y Tannen, D. (1987). The relation between written and spoken language. *Annual review of anthropology*, 16, pp. 383-407.
- Chew, Pat K. y Kelley-Chew, Lauren K. (2008). *Subtly Sexist Language*. 16(3), pp. 643-678.
- Chung, A. Q., Andreev, P., Benyoucef, M., Duane, A. y O'Reilly, P. (2017). Managing an organisation's social media presence: An empirical stages of growth model. *International Journal of Information Management*, 37(1), pp. 1405-1417.
DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2016.10.003>
- Clark, A. (1993) *Associative Engines*, Cambridge, MA, MIT Press.
- Collot, M. y Belmore, N. (1996). *Electronic language. Computer-Mediated Communication: Linguistic, Social and Cross-Cultural Perspectives*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, pp. 13-28.
- Connell, R. (2005). *Masculinities*. Routledge. DOI: <https://doi.org/10.4324/9781003116479>
- Crystal, D. (2001). *Language and the Internet*. Cambridge University Press.
DOI: <https://doi.org/10.1017/CBO9781139164771>
- Crystal, D. (2011). *Internet linguistics: A student guide*. Routledge.
- Cummins, R. (1989). *Mental representation*, Cambridge, MA, MIT Press.
- Dembe, T. (2024). The impact of social media on language evolution. *European Journal of Linguistics*, 3(3), 1-14.
- Doherty, M. (2002). *Language processing in discourse: A key to felicitous translation*. Routledge. DOI: <https://doi.org/10.4324/9780203216934>
- McClelland, J. L. y Elman, J. L. (1986). The TRACE model of speech perception. *Cognitive Psychology*, 18(1), pp. 1-86. DOI: [https://doi.org/10.1016/0010-0285\(86\)90015-0](https://doi.org/10.1016/0010-0285(86)90015-0)

- Expósito, F.; Moya, M. C. y Glick, P. (1998). Sexismo ambivalente: medición y correlatos. *Revista de Psicología Social*, 13(2), pp. 159-169.
DOI: <https://doi.org/10.1174/021347498760350641>
- Fabricius-Hansen, C. (1996). Informational density: a problem for translation and translation theory. *Linguistics*, 34, pp.521-565.
DOI: <https://doi.org/10.1515/ling.1996.34.3.521>
- Fabricius-Hansen, C. (1999). Information packaging and translation: Aspects of translational sentence splitting (German-English/Norwegian). *Sprachspezifische Aspekte der Informationsverteilung*, pp. 175-214.
DOI: <https://doi.org/10.1515/9783050078137-008>
- Fersini, E.; Rosso, P. y Anzovino, M. (2018). *Overview of the task on automatic misogyny identification at IberEval 2018*. 2150, pp. 214-228.
- Fodor, J. y Pylyshyn, Z. W. (1988). Connectionism and cognitive architecture: A critical analysis, *Cognition*, 28, pp. 3-71.
DOI: [https://doi.org/10.1016/0010-0277\(88\)90031-5](https://doi.org/10.1016/0010-0277(88)90031-5)
- Forster, K. I. (1976). Accessing the mental lexicon. En R. J. Wales y E.W. Walker (eds.), *New approaches to language mechanisms*. Amsterdam: North Holland.
- Forster, K. I. (1979). Levels of processing and the structure of the language processor. *Sentence processing*, pp. 27-85.
- Forster, K. I. (1989). Basic issues in lexical processing. In W. Marslen-Wilson (Ed.), *Lexical representation and process*. The MIT Press, pp. 75-107.
- Fox, J.; Cruz, C. y Lee, J. Y. (2015). Perpetuating online sexism offline: Anonymity, interactivity, and the effects of sexist hashtags on social media. *Computers in human behavior*, 52, pp. 436-442. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.06.024>
- Frenda, S., Ghanem, B., Montes-y-Gómez, M. y Rosso, P. (2019). Online hate speech against women: Automatic identification of misogyny and sexism on Twitter. *Journal of Intelligent & Fuzzy Systems*, 36(5), pp. 4743-4752.
DOI: <https://doi.org/10.3233/JIFS-179023>
- Gumul, E. (2006). Explicitation in simultaneous interpreting: A strategy or a by-product of language mediation?. *Across languages and cultures*, 7(2), pp. 171-190.
DOI: <https://doi.org/10.1556/Acr.7.2006.2.2>
- Hadley, R.F. (1995). The explicit-implicit distinction. *Minds and machines*, 5, pp. 219-242. DOI: <https://doi.org/10.1007/BF00974745>
- Hall, A. y Mazzarella, D. (2023). Pragmatic inference, levels of meaning and speaker accountability. *Journal of pragmatics*, 205, pp. 92-110.
DOI: <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2022.12.007>
- Halliday, M. A. (1987). Spoken and written modes of meaning. In *Comprehending oral and written language*. Brill, pp. 55-82. DOI: https://doi.org/10.1163/9789004653436_006
- Harweg, R. (1986). Language is not just speech: A functional approach to different modes of linguistic representation. *Semiotica*, 61, pp. 285-306.
DOI: <https://doi.org/10.1515/semi.1986.61.3-4.285>
- Harweg, R. (1987). Remarks on the topology and kinematics of speech and writing. *Semiotica*, 63, pp. 253-267. DOI: <https://doi.org/10.1515/semi.1987.63.3-4.253>
- Herring, S. C. (2013). Discourse in Web 2.0: Familiar, reconfigured, and emergent. *Discourse*, 2(0), pp. 1-26.

- Herring, S., y Dainas, A. (2017). «Nice picture comment!» Graphicons in Facebook comment threads. Hawaii International Conference on System Sciences. DOI: <https://doi.org/10.24251/HICSS.2017.264>
- Honey, C. y Herring, S. C. (2009). Beyond microblogging: Conversation and collaboration via Twitter. En *2009 42nd Hawaii International Conference on System Sciences*, pp. 1-10. DOI: <https://doi.org/10.1109/HICSS.2009.89>
- House, J. (1996). Contrastive discourse analysis and misunderstanding: The case of German and English. *Contributions to the Sociology of Language*, 71, pp. 345-362. DOI: <https://doi.org/10.1515/9783110811551.345>
- House, J. (1997). *Translation quality assessment. A model revisited*. Tübingen: Narr.
- House, J. (2003). *Misunderstanding in intercultural university encounters*. En *Misunderstanding in social life*. Routledge, pp. 22-56.
- Jiménez Gómez, J. y Vela Delfa, C. (2005). La escritura electrónica: ¿progreso o decadencia? *Interlingüística*, 16, pp. 621-630.
- Johnson, M. (2024). Relevance theory and the social realities of communication. *Frontiers in Psychology*, 14, 1167790. DOI: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1167790>
- Johnstone, B. (2008). *Discourse analysis*. Blackwell Publishing.
- Kirsh, D. (1990). When is information explicitly represented?, en P. Hanson (ed.), *Information, Language and Cognition: Vancouver Studies in Cognitive Science Vancouver*: University of British Columbia Press, pp. 340-365.
- López Alonso, C. (2014). *Análisis del Discurso*. Síntesis.
- Malik, B., Iftikhar, F. y Gurmani, T. (2025). Transformative impact of social media platforms on language evolution: Creation and adoption of emerging lexicon. *Journal of Arts and Linguistics Studies*, 3(1), 243-267. DOI: <https://doi.org/10.71281/jals.v3i1.218>
- Mancera Rueda, A. (2014). El sexismo como blanco del humor en las redes sociales. *Feminismo/s*, 24, pp. 163-192. DOI: <http://dx.doi.org/10.14198/fem.2014.24.08>
- Marslen-Wilson, W. (1987). Functional parallelism in spoken word recognition. *Cognition*, 25(1-2), pp. 71-102. DOI: [https://doi.org/10.1016/0010-0277\(87\)90005-9](https://doi.org/10.1016/0010-0277(87)90005-9)
- Marslen-Wilson, W. (1990). Activation, competition, and frequency in lexical access. *Cognitive models of speech processing: Psycholinguistic and computational perspectives*, Gerry T. M. Altmann. DOI: <https://doi.org/10.7551/mitpress/1889.003.0008>
- Martínez, F. y Ezquerro, J. (1998). Explicitness with psychological ground. *Minds and Machines*, 8(3), pp. 353-374. DOI: <https://doi.org/10.1023/A:1008275132559>
- Marwick, A. E. y Boyd, D. (2011). I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users, context collapse, and the imagined audience. *New Media & Society*, 13(1), pp. 114-133. DOI: <https://doi.org/10.1177/1461444810365313>
- Melero Carnero, L. (2023). Análisis de las estrategias discursivas cibersexistas en twitter. En *Ensayos ciberfeministas*. Dykinson, pp. 154-170.
- Melero Carnero, L. (2024). Estrategias de descortesía verbal sexista hacia Irene Montero en los comentarios de Twitter (X). *Feminismo/s*, 44, pp. 453-484.

- Mondal, M., Araújo Silva, L., Correa, D. y Benevenuto, F. (2018). Characterizing usage of explicit hate expressions in social media. *New review of hypermedia and multimedia*, 24(2), pp. 110-130. DOI: <https://doi.org/10.1080/13614568.2018.1489001>
- Morency, P., Oswald, S. y Saussure, L. de (2008). Explicitness, implicitness and commitment attribution: A cognitive pragmatic approach. *Belgian journal of linguistics*, 22(1), pp. 197-219. DOI: <https://doi.org/10.1075/bjl.22.10mor>
- Morton, J. (1964). A preliminary functional model for language behaviour. *International Audiology*, 3(2), pp. 216-225. DOI: <https://doi.org/10.3109/05384916409074089>
- Morton, J. (1970). A functional model for memory. *Models of human memory*, pp. 203-254.
- Murtisari, E. T. (2016). Explication in translation studies: The journey of an elusive concept. *Translation & interpreting: The International Journal of Translation and Interpreting Research*, 8(2), pp. 64-81.
DOI: <https://doi.org/10.12807/ti.108202.2016.a05>
- Nani, N. (2024). The influence of language on interaction and communication within social media platforms. *Focus Journal Language Review*, 2(2).
DOI: <https://doi.org/10.62795/fjlg.v2i2.295>
- Nguyen, D., Gravel, R., Trieschnigg, D. y Meder, T. (2013). «How old do you think I am?» A study of language and age in Twitter. In *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*. 7(1), pp. 439-448.
DOI: <https://doi.org/10.1609/icwsm.v7i1.14381>
- Page, R., Barton, D., Lee, C., Unger, J. W. y Zappavigna, M. (2022). *Researching language and social media: A student guide*. Routledge.
DOI: <https://doi.org/10.4324/9781003121763>
- Pápai, V. (2004). Explication: A universal of translation text? En A. Mauranen y P. Kujamäki (eds.), *Translation universals: Do they exist?* John Benjamins Publishing Co. pp.143-164.
- Pérez Juliá, M. (1997). Tres parámetros para una caracterización del concepto de escritura. *Quaderns de Filologia. Estudis Lingüístics*, 2, pp. 25-38.
- Piñeiro-Otero, T. y Martínez-Rolán, X. (2021). Eso no me lo dices en la calle. Análisis del discurso del odio contra las mujeres en Twitter. *El Profesional de la información*. 30(5). DOI: <https://doi.org/10.3145/epi.2021.sep.02>
- Plunkett, K. (1993). Making nets work hard. *Mind and Language*, 8, pp. 549-558.
DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1468-0017.1993.tb00303.x>
- O'Brien G. J. y Opie, J. (1997) Cognitive science and phenomenal consciousness: A dilemma, and how to avoid it. *Philosophical Psychology*, 10, pp. 269-286.
DOI: <https://doi.org/10.1080/09515089708573220>
- Ochs, E. (1979). Planned and unplanned discourse. en Givón, Thomas, ed., *Syntax and Semantics, vol. 12: Discourse and Syntax*. Academic Press, pp. 51-80.
- Olohan, M. y Baker, M. (2000). Reporting that in translated English. Evidence for subconscious processes of explication?. *Across languages and cultures*, 1(2), pp. 141-158. DOI: <https://doi.org/10.1556/Acr.1.2000.2.1>
- Redeker, G. (1984). On differences between spoken and written language. *Discourse processes*, 7(1), pp. 43-55. DOI: <https://doi.org/10.1080/01638538409544580>

- Rodríguez-Sánchez, F., Carrillo-de-Albornoz, J., Plaza, L., Gonzalo, J., Rosso, P., Comet, M. y Donoso, T. (2021). Overview of exist 2021: sexism identification in social networks. *Procesamiento del Lenguaje Natural*, 67, pp. 195-207.
- Rodríguez-Sánchez, F., Carrillo-de-Albornoz, J., Plaza, L., Mendieta-Aragón, A., Marco-Remón, G., Makeienko, M. y Rosso, P. (2022). Overview of exist 2022: sexism identification in social networks. *Procesamiento del Lenguaje Natural*, 69, pp. 229-240.
- Rodríguez-Sánchez, F., Carrillo-de-Albornoz, J. y Plaza, L. (2024). Detecting sexism in social media: an empirical analysis of linguistic patterns and strategies. *Applied Intelligence*, pp.1-25. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10489-024-05795-2>
- Sbisà, M. (2021). Presupposition and implicature: Varieties of implicit meaning in explicitation practices. *Journal of Pragmatics*, 182, pp. 176-188.
DOI: <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2021.05.027>
- Schmeisser-Nieto, W., Nofre, M. y Taulé, M. (2022). Criteria for the annotation of implicit stereotypes. In *Proceedings of the Thirteenth Language Resources and Evaluation Conference* (pp. 753-762). DOI: <https://aclanthology.org/2022.lrec-1.80/>
- Slovska, I. (2022). What is sexism? Analitično-porivnálné pravožnavstvo, 2.
DOI: <https://doi.org/10.24144/2788-6018.2022.02.17>
- Sperber, D. y Wilson, D. (1986). *Relevance: communication and cognition*. Blackwell.
- Steiner, E. (2004). *Translated texts: properties, variants, evaluations*. Peter Lang.
- Sylwester, K. y Purver, M. (2015). Twitter language use reflects psychological differences between democrats and republicans. *PloS one*, 10(9), e0137422.
DOI: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0137422>
- Weerkamp, W., Carter, S. y Tsagkias, M. (2011). How people use Twitter in different languages. *Text - Interdisciplinary Journal for the Study of Discourse*.
- Weissbrod, R. (1992). Explicitation in translations of prose-fictions from English to Hebrew as a function of norms. *Multilingua*, 11(2), pp. 153-171.
DOI: <https://doi.org/10.1515/mult.1992.11.2.153>
- Wilson, D. y Sperber, D. (2012). *Meaning and relevance*. Cambridge University Press.
- Yabuuchi, A. (1998). Spoken and written discourse: What's the true difference? *Semiotica*, 120, pp. 1-37. DOI: <http://dx.doi.org/10.1515/semi.1998.120.1-2.1>
- Yates, S. J. (1996). Oral and written linguistic aspects of computer conferencing. En Herring, S. (ed). *Computer-mediated communication: Linguistic, social and cross-cultural perspectives*. John Benjamins, pp. 29-46.
DOI: <http://dx.doi.org/10.1075/pbns.39.05yat>
- Yus, F. (1999). Misunderstandings and explicit/implicit communication. *Pragmatics*, 9(4), pp. 487-517. DOI: <https://doi.org/10.1075/prag.9.4.01yus>
- Yus, F. (2001). *Ciberpragmática*. Ariel.
- Yus, F. (2010). *Ciberpragmática 2.0*. Ariel.
- Zappavigna, M. (2011). Ambient affiliation: A linguistic perspective on Twitter. *New media & society*, 13(5), pp 788-806. DOI: <https://doi.org/10.1177/1461444810385097>
- Zappavigna, M. (2012). *Discourse of Twitter and social media*. Continuum.
- Zhang, Y. y Dainas, A. R. (2024). Dialogues about graphicons in digital communication: Introduction to the special issue. *Language@ Internet*, 22, pp 1-8.
DOI: <https://doi.org/10.14434/li.v22.40790>

