

Ideología y discurso de odio ante la DANA en Facebook: estudio de caso en *El País* y *El Mundo*

Amalia Ramos-Pérez

Universidad de Huelva 

Patricia de-Casas-Moreno

Universidad de Extremadura <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.105010>

Recibido: 20 de septiembre de 2025 • Aceptado: 18 de diciembre de 2025

Resumen. Este estudio analiza el discurso de odio digital generado en Facebook en publicaciones de los diarios españoles *El Mundo* y *El País* durante noviembre de 2024 sobre la DANA que afectó a la Comunidad Valenciana. La investigación se propone un objetivo general —identificar y analizar las ideologías subyacentes al discurso de odio generado en los comentarios de Facebook relativos a la DANA— y los siguientes objetivos específicos: reconocer los grupos contruidos (endogrupo/exogrupo), describir las estructuras ideológicas presentes en el discurso y evaluar el grado de polarización ideológica en dichos comentarios. En un contexto de creciente polarización y crisis climática, se examina cómo los discursos mediáticos promueven dinámicas excluyentes en redes sociales. El enfoque metodológico es cualitativo con apoyo cuantitativo descriptivo, y se basa en el Análisis Crítico del Discurso, con énfasis en el modelo ideológico de van-Dijk. El corpus incluye 860 comentarios extraídos de las páginas oficiales de Facebook de ambos medios. El análisis discursivo se realizó con codificación teórica e inductiva a través del software MAXQDA, considerando niveles léxico, sintáctico, semántico y retórico. Los resultados evidencian una fuerte dicotomía ideológica: se construye un endogrupo positivo (víctima/héroe) frente a un exogrupo negativo (antagonista) y predominan los recursos retóricos emocionalmente cargados y las estrategias de deslegitimación. La polarización ideológica no solo estructura el discurso, sino que potencia su efecto persuasivo, por lo que facilita la normalización del odio y su viralización mediante algoritmos de la plataforma. Se concluye que el discurso de odio en contextos de crisis se sustenta en estructuras ideológicas, que refuerzan prejuicios, dividen a la sociedad y erosionan la convivencia digital.

Palabras clave. Discurso de odio, ideología, polarización, redes sociales, Facebook.

^{EN} Ideology and Hate Speech around the DANA on Facebook: *El País* and *El Mundo*

Abstract. This study analyzes the ideology underlying the digital hate speech generated in Facebook comments on articles published in the Spanish newspapers *El Mundo* and *El País* during November 2024 about the DANA, which affected the Valencian Community. To this end, the research proposes the following general objective: to identify and analyze the ideologies underlying the hate speech generated in Facebook comments relating to the DANA; and the following specific objectives: to recognize the constructed groups (ingroup/outgroup), describe the ideological structures present in the discourse, and assess the degree of ideological polarization in these comments. In a context of growing polarization and climate crisis, we examine how media discourse promotes exclusionary dynamics on social media. The methodological approach is qualitative with descriptive quantitative support, and is based on Critical Discourse Analysis, with an emphasis on van Dijk's ideological model. The corpus includes 860 comments extracted from the official Facebook pages of both media outlets. The discourse analysis was carried out using theoretical and inductive coding through MAXQDA software, considering lexical, syntactic, semantic, and rhetorical levels. The results show a strong ideological dichotomy: a positive ingroup (victim/hero) is constructed in opposition to a negative outgroup (antagonist), with emotionally charged rhetorical resources predominating. Ideological polarization not only structures discourse, but also enhances its persuasive effect, facilitating the normalization of hate and its viralization through platform algorithms. It is concluded that hate speech in crisis contexts is underpinned by ideological structures that reinforce prejudices, divide society, and erode digital coexistence.

Keywords. Hate speech, ideology, polarization, social networks, Facebook.

Cómo citar: Ramos-Pérez, A. y de-Casas-Moreno, P. (2026). Ideología y discurso de odio ante la DANA en Facebook: estudio de caso en *El País* y *El Mundo*. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 32(1), 15-25. <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.105010>

1. Introducción

Los eventos climáticos extremos no solo representan desafíos ambientales y sociales, sino que también se han convertido en catalizadores de polarización ideológica en el entorno digital, hasta el punto de favorecer la aparición de espacios en red donde proliferan discursos que promueven el odio hacia ciertos grupos o ideologías (Fuentes-Lara y Arcila-Calderón, 2023). En un contexto global caracterizado por la intensificación de dichos eventos, las plataformas digitales —y en particular las redes sociales— han adquirido un papel protagónico en la construcción y difusión de discursos que reflejan las tensiones sociales e ideológicas subyacentes (Mansilla-Corona, 2018). En el marco de fenómenos naturales extremos, como la DANA (Depresión Aislada en Niveles Altos) que afectó a la Comunidad Valenciana en 2025, esta dinámica se intensifica, dado que los contextos de crisis suelen potenciar reacciones emocionales extremas y narrativas culpabilizadoras.

La proliferación de discursos de odio en redes sociales durante estos acontecimientos evidencia una preocupante tendencia hacia la fragmentación social y la radicalización discursiva (Ghasiya y Sasahara, 2022), fenómeno que cobra especial relevancia en plataformas como Facebook, donde los algoritmos y la dinámica de interacción facilitan la normalización de narrativas polarizantes (Matamoros-Fernández y Farkas, 2021).

El discurso de odio (DDO) es entendido como toda aquella forma de comunicación verbal, escrita o conductual que ataca, denigra, humilla, amenaza, estereotipa negativamente o discrimina a individuos o grupos, o justifica dichas acciones, basándose en características de su identidad protegida (reales o percibidas), con la intención o el efecto de promover el odio, la intolerancia, la discriminación o la violencia, y que se fundamenta en ideologías prejuiciosas y discriminatorias (Guillén-Nieto, 2023; Naciones Unidas, 2019; Ramírez-García *et al.*, 2022; Observatorio Español del Racismo y la Xenofobia [OBERAXE], 2023; van-Dijk, 2005, 2008). Sin embargo, su expansión en las plataformas digitales ha redefinido sus características y consecuencias. Facebook, con más de dos décadas de existencia y una base de usuarios global de millones de personas, ha sido señalada como un espacio propicio para la proliferación de este tipo de discursos debido a su arquitectura algorítmica, que prioriza contenido emocionalmente cargado para fomentar la interacción (Ghasiya y Sasahara, 2022; Sonnemaker, 2020). Estudios recientes han evidenciado que, durante eventos críticos, los algoritmos de estas plataformas amplifican las narrativas de contraposición y refuerzan la construcción de identidades colectivas que legitiman actitudes hostiles hacia grupos vulnerables (Matamoros-Fernández y Farkas, 2021).

Teniendo en cuenta que este suceso climático generó una significativa actividad en redes sociales que proporcionó un marco idóneo para analizar cómo las crisis ambientales pueden instrumentalizarse para exacerbar tensiones sociales preexistentes (Sánchez-Torres *et al.*, 2025), la presente investigación examina, desde un enfoque crítico, la configuración ideológica (subyacente o explícita) en

los discursos de odio manifestados en comentarios de Facebook después del paso de este evento meteorológico, en noviembre de 2024, en respuesta a la cobertura noticiosa sobre la DANA por parte de dos medios españoles con líneas editoriales contrastantes: *El País* y *El Mundo*. El análisis se enmarca en la tradición del Análisis Crítico del Discurso, específicamente en la propuesta de Análisis Ideológico del Discurso de van-Dijk (2005, 2008). Esta perspectiva permite desentrañar las estructuras cognitivas y lingüísticas que sustentan el discurso de odio y la polarización. La relevancia del estudio radica en su aporte a la comprensión de cómo las plataformas digitales, mediadas por algoritmos que priorizan el contenido emocional y conflictivo, propician la circulación de mensajes hostiles y divisivos (Rodríguez-Hernández y Ortega-Fernández, 2025).

2. Configuración del discurso de odio (DDO) en redes sociales

En el ámbito digital, el discurso de odio adquiere características específicas debido a las dinámicas propias de las plataformas en línea. Estudios recientes subrayan que estas plataformas actúan como amplificadoras del odio, no solo por la velocidad y el alcance de la difusión, sino también por las características algorítmicas que priorizan contenido emocionalmente cargado (Matamoros-Fernández y Farkas, 2021; Pérez-Escolar y Noguera-Vivo, 2022). En este sentido, el discurso de odio en redes sociales no se limita a insultos o ataques explícitos, sino que también incluye formas implícitas de exclusión, como la desinformación y la estigmatización de grupos vulnerables (Gagliardone *et al.*, 2015).

En el contexto español, el discurso de odio está regulado por el artículo 510 del Código Penal, que sanciona la incitación al odio, la violencia o la discriminación. Sin embargo, la implementación de estas normativas enfrenta desafíos significativos, especialmente en el ámbito digital, donde la frontera entre libertad de expresión y discurso de odio es difusa (Cabo-Isasi y García-Juanatey, 2017). Además, la Ley de Servicios Digitales del año 2023 de la Unión Europea ha impuesto nuevas responsabilidades a las plataformas para moderar contenido, aunque su efectividad aún está por evaluarse (OBERAXE, 2023).

Sin duda, las redes sociales no solo han transformado la forma de interacción de los seres humanos, sino que también han exacerbado las dinámicas de polarización ideológica. Según van-Dijk (1999), las ideologías son sistemas de creencias que estructuran las relaciones de poder y las identidades de grupo, manifestándose a través del lenguaje y otros recursos semióticos. En el ámbito digital, estas ideologías se reproducen y amplifican mediante estrategias discursivas que refuerzan la dicotomía entre el «nosotros» (endogrupo) y los «otros» (exogrupo) (Wodak, 2015).

Los algoritmos de plataformas como Facebook juegan un papel crucial en este proceso, ya que priorizan contenido que genera interacciones, lo que incluye discursos emocionalmente cargados (Gaal-Fong *et al.*, 2022). Diversos estudios han evidenciado que estas dinámicas algorítmicas no solo

consolidan las convicciones ya existentes en los usuarios, sino que también favorecen la generación de «cámaras de eco» en las que las narrativas extremas se normalizan (Del-Vicario *et al.*, 2016).

En el caso de España, la polarización ideológica se manifiesta en debates sobre temas sensibles como la inmigración, el cambio climático y la gestión gubernamental. Durante la DANA, estos temas se utilizaron para construir narrativas que culpabilizaban a grupos específicos, como los inmigrantes, y deslegitimaban a las autoridades políticas. Este fenómeno no solo refleja las tensiones sociales existentes, sino que también evidencia cómo las crisis ambientales pueden instrumentalizarse para promover agendas ideológicas (Suau y Puertas-Graell, 2023).

3. Objetivos y metodología

La presente investigación tiene como objetivo general identificar y analizar las ideologías subyacentes al discurso de odio generado en los comentarios de Facebook relativos a la DANA. Para ello, a la misma vez, se plantean los siguientes objetivos específicos: 1) reconocer los grupos contruidos (endogrupo/exogrupo); 2) describir las estructuras ideológicas presentes en el discurso; y 3) evaluar el grado de polarización ideológica en dichos comentarios. La pregunta central que orienta esta investigación es: «¿Cómo se articula y qué rasgos caracterizan la ideología en el discurso de odio vertido en los comentarios a publicaciones de Facebook de *El País* y *El Mundo* sobre la DANA en la Comunidad Valenciana?». De manera general, este estudio busca contribuir al entendimiento de las dinámicas de reproducción del odio en entornos digitales y ofrecer herramientas analíticas que puedan informar tanto políticas públicas como estrategias de moderación en redes sociales.

Para cumplir los objetivos marcados, se van a llevar a cabo dos tipos de análisis: el Análisis Crítico del Discurso (ACD) y el Análisis Ideológico del Discurso (AID). Ambos ofrecen herramientas conceptuales y metodológicas para desentrañar las estructuras ideológicas subyacentes en los discursos. Según van-Dijk (2005, 2008), las ideologías se materializan en el lenguaje a través de estrategias discursivas que legitiman las relaciones de poder y naturalizan la exclusión del otro. Estas estrategias incluyen la lexicalización negativa, la construcción de marcos narrativos polarizadores y el uso de metáforas deshumanizantes (Charteris-Black, 2005; Reisigl y Wodak, 2001).

El análisis se desarrolló en cuatro niveles discursivos interrelacionados. En el nivel léxico, se examinaron las elecciones de palabras con carga ideológica, como términos peyorativos, etiquetas de polarización y metáforas deshumanizantes. En el nivel sintáctico, se analizaron las construcciones gramaticales que revelan posicionamientos ideológicos, como el uso de la pasivización para ocultar responsabilidades o las construcciones adversativas para legitimar el discurso negativo. En el nivel semántico, se exploraron las macroestructuras discursivas y los principales temas que sustentan tales narrativas. Finalmente, en el nivel retórico, se identificaron recursos persuasivos como la hipérbole, la

ironía y la repetición, los cuales refuerzan la polarización y legitiman las actitudes de exclusión. Este análisis se realizó mediante un sistema de codificación híbrida, combinando categorías teóricas predefinidas con códigos emergentes identificados de manera inductiva durante la revisión del corpus. Para gestionar y analizar los datos, se utilizó el *software* MAXQDA (versión 2024), lo que permitió organizar y visualizar las relaciones entre los diferentes códigos y categorías.

El componente cuantitativo complementó el análisis cualitativo mediante la aplicación de herramientas estadísticas descriptivas. Se calcularon frecuencias de las estrategias discursivas identificadas, se elaboraron matrices de coocurrencia de códigos y se realizó un análisis de redes semánticas. Estas herramientas permitieron identificar patrones constantes hallados en el discurso, y así contabilizar su presencia en la muestra de estudio.

Para garantizar la validez y fiabilidad de los resultados, se implementaron diversas estrategias metodológicas. En primer lugar, se realizó una triangulación metodológica combinando análisis cualitativo y cuantitativo. En segundo lugar, dos investigadores independientes llevaron a cabo la codificación del corpus, lo que permitió comparar y consensuar las categorías y códigos aplicados. En tercer lugar, se realizó una auditoría sistemática del proceso de codificación para identificar posibles inconsistencias y asegurar la coherencia en la aplicación de los criterios analíticos. Finalmente, se documentó exhaustivamente cada etapa del proceso metodológico a fin de proporcionar una base sólida para la replicación y verificación de los resultados.

La investigación se desarrolló en estricto cumplimiento de los principios éticos. Los datos analizados fueron anonimizados para proteger la identidad de los usuarios y se respetaron los términos de servicio de la plataforma Facebook. Además, se observó la normativa vigente en materia de protección de datos y se garantizó el tratamiento responsable de contenido sensible. Finalmente, se tuvo en cuenta que la naturaleza dinámica de las redes sociales plantea desafíos para la captura y análisis de datos, ya que el contenido puede ser eliminado o modificado con el tiempo.

3.1. Justificación metodológica

En el contexto de la DANA, estas herramientas permiten analizar cómo los comentarios de Facebook reproducen narrativas de exclusión y refuerzan la polarización social. Por ejemplo, la representación del exogrupo como una amenaza o como responsable de los problemas colectivos es una estrategia recurrente que legitima actitudes hostiles y refuerza la identidad del endogrupo.

El estudio se caracteriza por un corte con enfoque metodológico mixto, predominantemente cualitativo, con apoyo cuantitativo descriptivo, enmarcado en el Análisis Crítico del Discurso (ACD) y el Análisis Ideológico del Discurso (AID), tal y como se ha mencionado con anterioridad. La combinación de herramientas cualitativas y cuantitativas, junto con un enfoque crítico del discurso, permitió abordar de manera integral las dinámicas ideológicas y discursivas que caracterizan el discurso de odio en

Facebook durante la crisis de la DANA. Los hallazgos de este estudio no solo contribuyen al entendimiento académico del fenómeno, sino que también ofrecen insumos valiosos para el diseño de políticas públicas y estrategias de moderación de contenido en plataformas digitales.

3.2. Diseño del estudio

La recolección de datos se desarrolló a partir de la identificación de todas las publicaciones de Facebook de *El País* y *El Mundo* relacionadas con la DANA en la Comunidad Valenciana durante noviembre de 2024. Se seleccionó una muestra sistemática de 63 entradas mediante el criterio de cinco publicaciones por día, salvo en fechas con menor disponibilidad. Posteriormente, los comentarios asociados a dichas publicaciones fueron extraídos mediante la herramienta Export Social Media Comments, lo que permitió obtener 1580 comentarios iniciales. Estos fueron sometidos a un proceso de filtrado manual para garantizar su pertinencia temática y la presencia de posibles elementos de discurso de odio. Dentro de tales publicaciones, se priorizaron aquellas con un alto nivel de interacción (más de 100 comentarios por publicación) para asegurar la representatividad del discurso generado en torno al evento. Finalmente, se consideraron únicamente comentarios accesibles públicamente, se garantizaron los principios éticos de anonimización y uso exclusivo de información pública y se aseguró la integridad del vínculo entre comentario y publicación original.

La muestra analizada en el presente estudio, con un total de 860 comentarios, se construyó a partir de un proceso de selección sistemática y basada en criterios temáticos, temporales y estratégicos de muestreo. En una primera etapa, se recopilaban las publicaciones realizadas en Facebook por los medios de comunicación *El País* y *El Mundo* durante el mes de noviembre de 2024, período posterior inmediato al impacto de la Depresión Aislada en Niveles Altos (DANA) en la Comunidad Valenciana, acontecida el 29 de octubre.

Para delimitar la muestra a las publicaciones pertinentes al objeto de estudio se aplicaron filtros temáticos y geográficos. En primer lugar, se emplearon como palabras clave los términos «DANA», «Depresión Aislada en Niveles Altos», «lluvias», «inundaciones», «gota fría», así como los nombres de zonas afectadas («Valencia», «Païporta», «Alzira», «San Marcelino», «Comunidad Valenciana») y referencias a actores institucionales implicados («Carlos Mazón», «Generalitat Valenciana», «Gobierno», «Ayuntamiento de Valencia», «Protección Civil»). En segundo lugar, se incluyeron únicamente publicaciones y comentarios comprendidos entre el 1 y el 30 de noviembre de 2024. En tercer lugar, se excluyeron automáticamente comentarios duplicados, mensajes compuestos solo por enlaces, imágenes o emoticonos sin texto, así como aquellos que no guardaban relación temática con la DANA (por ejemplo, *spam* comercial o debates ajenos al evento climático). Esta estrategia permitió acotar el corpus a un total de 120 publicaciones emitidas por *El País* y 113 publicaciones por *El Mundo*.

Dada la densidad y volumen de publicaciones diarias en ambos medios, se adoptó un criterio de muestreo aleatorio sistemático y se seleccionaron cinco publicaciones por día a lo largo del mes. Esta elección se justificó en la necesidad de mantener una muestra representativa y manejable para el análisis cualitativo detallado. Se exceptúan los días 20 y 28 de noviembre, fechas en las que *El Mundo* publicó únicamente tres y una entrada respectivamente relacionada con la DANA, que se incorporaron igualmente a la muestra por su relevancia temática.

Una vez delimitado el corpus de comentarios de las publicaciones de los medios en cuestión, se procedió a la extracción de los comentarios generados por los usuarios de Facebook en respuesta a dichas publicaciones. La recopilación de los comentarios se llevó a cabo de manera manual y asistida mediante herramientas de descarga y estructuración en hojas de cálculo, con lo que se aseguró la integridad de la información y la preservación del vínculo contextual entre comentario y publicación original.

Los criterios de inclusión para los comentarios fueron los siguientes: que aludieran de forma explícita o implícita a la gestión del fenómeno climático; que expresaran valoraciones ideológicas, afectivas o identitarias respecto a los actores implicados (autoridades, ciudadanía, medios de comunicación); que contuvieran elementos de polarización, crítica o construcción de alteridades (endogrupo/exogrupo); que evidenciaran formas explícitas o veladas de discurso de odio, simbolización negativa o deslegitimación.

El proceso de análisis discursivo se desarrolló mediante el uso del *software* MAXQDA, donde se integraron los comentarios como documentos individuales o como segmentos dentro de cada publicación. A través de una codificación cualitativa iterativa, se construyó un sistema de categorías emergentes y teóricas que permitió organizar el material discursivo en torno a núcleos de sentido vinculados con la ideología, la polarización y la construcción discursiva de los actores sociales.

4. Resultados

El análisis del corpus de comentarios reveló una configuración discursiva intensamente polarizada, tanto explícita como implícita, en torno a la gestión de la DANA y sus efectos. A continuación, se presentan los principales hallazgos organizados en torno a la construcción de grupos sociales, las estrategias lingüísticas y retóricas, las diferencias entre cabeceras y los ejes temáticos predominantes. Tales resultados permitieron confrontar y ampliar el conocimiento existente sobre la profunda interrelación entre ideología, polarización política y la recepción y producción de discursos hostiles en plataformas digitales. Este estudio muestra tanto coincidencias como tensiones y contradicciones con los estudios académicos más recientes, además de nuevos descubrimientos teóricos que potencian la disciplina. La primera categoría de análisis se estructura en torno a una clara división y oposición entre un endogrupo ciudadano y un exogrupo político-mediático, en consonancia con el modelo del cuadrado ideológico. El endogrupo se encuentra fundamentalmente constituido por la ciudadanía —representada a

través de etiquetas como «gente común», «valencianos» o «españoles»; se articuló discursivamente como víctima resiliente y, a la vez, como héroe colectivo capaz de autoorganizarse y solidarizarse en la adversidad. A este grupo también se integraron actores institucionales como la monarquía o el ejército, lo que muestra un desplazamiento simbólico que coloca a ciertas instituciones fuera de la crítica política habitual y las asocia a valores de unidad nacional. Algunos comentarios (como «Los valencianos tienen que estar enfadados. Han sido abandonados, insultados, ninguneados, esquilados y humillados por la mafia asesina de Sanchinflas» o «Miles de valencianos reclaman justicia mientras el gobierno mira para otro lado») así lo ratifican.

En contraste, el exogrupo, formado principalmente por la clase política autonómica y nacional, fue caracterizado con rasgos de incompetencia, corrupción y desconexión respecto a la realidad social, mientras que los medios de comunicación y, en menor medida, los migrantes, se añadieron como figuras de rechazo secundario. Esta oposición discursiva genera un esquema rígido de legitimación/deslegitimación que alimenta el discurso de odio y marca con claridad la frontera entre un «nosotros» moral y un «ellos» ilegítimo. La dicotomía moral entre un «nosotros» virtuoso y un «ellos» inmoral sustenta la legitimación del odio y refuerza el antagonismo en el espacio digital.

La codificación discursiva —véase la Tabla 1— identificó un uso intensivo de recursos con carga ideológica en los cuatro niveles de análisis (léxico, sintáctico, semántico y retórico). Del nivel léxico (469 segmentos codificados), se registraron 199 ocurrencias de términos con fuerte carga emocional, como «corruptos», «sinvergüenzas», «parásitos» o «psicópatas». La lexicalización polarizante incluyó 133 neologismos y diminutivos peyorativos, entre ellos «sanchicomunista», «feminazi» o «fachapobre». Se observa una tendencia a emplear etiquetas simplificadoras que condensan juicios morales negativos.

Tabla 1. Porcentaje de niveles discursivos codificados.

Niveles discursivos	Segmentos	Porcentaje
Nivel léxico	469	48,0
Nivel retórico	396	40,5
Nivel sintáctico	60	6,1
Nivel semántico	53	5,4
TOTAL	978	100,0

Fuente: elaboración propia.

Dentro del nivel sintáctico (60 segmentos codificados), se aprecia un uso recurrente de estructuras adversativas («nosotros trabajamos, ellos roban»), que enfatizan la oposición moral; asimismo, se utilizan construcciones pasivas para diluir responsabilidades o reforzar victimización («se ha abandonado a la gente»). Las narrativas de victimización del endogrupo, representado como víctima resiliente y héroe colectivo y la criminalización del exogrupo, descrito como culpable de la catástrofe o de su mala gestión primaron en el nivel semántico (53 segmentos codificados). Mientras tanto, como parte del nivel retórico se hallan la ironía y sarcasmo (88

casos) como mecanismos de ridiculización del adversario. Ejemplo: «Gracias, presidente, por venir a la foto cuando ya pasó todo». Los llamamientos a la acción (110 casos) van desde la demanda de dimisiones hasta amenazas explícitas como «la horca para Sánchez y Mazón». También se aprecian las metáforas históricas y bélicas (42 casos), que sitúan la DANA en un marco de guerra o crisis nacional. En términos generales, el 86,6 % de los segmentos analizados contenía recursos discursivos con carga ideológica, mientras que un 12,8 % expresaba polarización explícita, lo que demuestra que la mayor parte del discurso de odio circula a través de estrategias implícitas y normalizadas.

Como ilustra la Tabla 2, el modelo del cuadrado ideológico de van-Dijk aplicado al corpus refuerza esta interpretación. La estrategia más recurrente fue enfatizar lo negativo del exogrupo (50 % de las ocurrencias), seguida de la magnificación de lo positivo del endogrupo (20,1 %). Por el contrario, apenas un 16,7 % se destinó a atenuar las críticas internas y un 13,2 % a minimizar los aspectos positivos de los adversarios, lo que refleja una asimetría estructural que orienta el discurso hacia la cohesión interna y la confrontación externa. Esta tendencia fue más marcada en *El Mundo*, donde la demonización del exogrupo alcanzó un 41 %, frente al 33 % en *El País*. De este modo, se constata que los marcos editoriales no solo condicionan la agenda informativa, sino que también se reflejan en la recepción y producción discursiva de las audiencias en el espacio digital.

Tabla 2. Porcentaje de segmentos codificados del cuadrado ideológico.

	Segmentos	Porcentaje
Potenciar información negativa sobre ellos	72	50,0
Potenciar información positiva sobre nosotros	29	20,1
Mitigar información negativa sobre nosotros	24	16,7
Mitigar información positiva sobre ellos	19	13,2
TOTAL	144	100,0

Fuente: elaboración propia.

El papel de Facebook como espacio de circulación del discurso es igualmente central. La red social no funcionó como un mero repositorio de opiniones individuales, sino como un dispositivo de ampliación de contenidos conflictivos. La alta proporción de recursos ideológicos implícitos (más del 80 %) sugiere que la plataforma favorece la persistencia de marcos narrativos de antagonismo, aun cuando la polarización no se exprese de manera explícita. Además, la reiteración de temas como la gestión política del desastre (identificada en el 54 % de los comentarios), la politización del evento y el señalamiento de culpables (36 %) o la conexión con factores ambientales y cambio climático (23 %), muestra cómo los debates se desplazaron rápidamente de la descripción de la catástrofe hacia la confrontación ideológica. En este sentido, el espacio digital se convierte en un campo de batalla simbólico donde los discursos de odio se normalizan como parte de la interacción cotidiana.

Más allá de la mera descripción de antagonismos, los resultados permiten identificar una dimensión sociopolítica más profunda. La jerarquización del «otro» no es casual: responde a un análisis implícito de las relaciones de poder en la gestión de la crisis. La ciudadanía no se limita a expresar indignación, sino que reconfigura el campo político al situar a determinados actores (los políticos) como responsables de la catástrofe, mientras legitima a otros (el pueblo, la monarquía, el ejército) como garantes de solidaridad y cohesión. Esta construcción también se cruza con divisiones ideológicas más amplias, como las de género y valores: mientras que el endogrupo adopta un discurso asociado al progreso, la igualdad y la resiliencia comunitaria, el exogrupo es caracterizado como defensor de un orden jerárquico y tradicional, lo que refuerza la carga ideológica subyacente en los discursos.

En conjunto, estos hallazgos demuestran que, tras la DANA, el espacio digital se constituyó en un catalizador de narrativas colectivas en pugna. Los comentarios analizados en las páginas de Facebook de *El Mundo* y *El País* no solo evidencian la persistencia del discurso de odio como estrategia de polarización, sino que muestran cómo este se integra en dinámicas más amplias de resistencia ciudadana y disputa ideológica. En este proceso, la construcción de un endogrupo víctima-héroe frente a un exogrupo culpable e ilegítimo no es una reacción aislada, sino la expresión de rezagos culturales e ideológicos que encuentran en las redes sociales un terreno fértil para su reproducción. El estudio de caso confirma, así, que la interacción digital en torno a los medios de comunicación no solo refleja el conflicto político, sino que lo intensifica, por lo que las plataformas se convierten en espacios privilegiados para observar la emergencia y normalización del discurso polarizante en la esfera pública española.

Las cifras reflejadas en esta investigación demuestran una dinámica de refuerzo recíproco, donde las estructuras léxico-retóricas y las estrategias de polarización se alimentan mutuamente, pues crean un ciclo en el que la deslegitimación del exogrupo legitima la cohesión y el empoderamiento del endogrupo. Asimismo, se aprecia una normalización del conflicto. A través de la frecuencia y variedad de recursos —desde la ironía hasta los llamados directos a la acción—, sugieren que el discurso de odio se ha integrado en la interacción cotidiana en Facebook, más allá de episodios aislados. Por otro lado, coloca en tela de juicio el rol de la plataforma: aunque el análisis se centra en los comentarios, la capacidad de Facebook para amplificar contenidos conflictivos incentiva la reproducción de discursos extremos, tal como señalan estudios sobre algoritmos de interacción.

La construcción jerárquica del «otro» antagonista revela una comprensión sofisticada de las estructuras de poder por parte de la ciudadanía. Esta jerarquización no es casual, sino que refleja un análisis implícito de las relaciones de poder y las responsabilidades en la gestión de la crisis. En la construcción de los grupos, el análisis revela una marcada polarización ideológica donde las construcciones de género se articulan a través de dos grupos claramente diferenciados. El endogrupo adopta posiciones progresistas, mientras que el exogrupo es

caracterizado como defensor de valores tradicionales. Esta división se manifiesta en múltiples dimensiones discursivas.

Entre los principales temas identificados en el discurso, se encuentra, en primer lugar, la respuesta y gestión del desastre, pues se discuten los roles de las agencias gubernamentales y la importancia de la coordinación en la respuesta al desastre. En segundo término, los impactos y consecuencias, ya que se detallan las pérdidas humanas y materiales, así como el apoyo a las comunidades afectadas. En tercer lugar, politización y culpa, pues se observa una tendencia a la politización del evento, con acusaciones entre actores políticos sobre la gestión de la crisis. En cuarto lugar, lecciones aprendidas, ya que se enfatiza la necesidad de mejorar la preparación para futuros desastres. Y, por último, factores ambientales y cambio climático, pues se exploran las conexiones entre el evento DANA y factores ambientales más amplios.

El análisis semántico permitió identificar cinco ejes temáticos predominantes: a) gestión política del desastre (54 %): críticas a la ineficiencia de las autoridades autonómicas y nacionales; b) politización y culpabilización (36 %): acusaciones cruzadas entre partidos y deslegitimación de las élites; c) factores ambientales y climáticos (23 %): vinculación de la DANA con el cambio climático y la falta de previsión; d) solidaridad ciudadana (19 %): relatos de autoorganización y apoyo mutuo, y e) migración y otredad (8 %): comentarios que responsabilizan a colectivos migrantes, aunque minoritarios. Estos ejes muestran cómo el foco del debate se desplazó de la catástrofe natural hacia la confrontación política y social.

El estudio comparado de las dos cabeceras analizadas permite matizar estas dinámicas. Mientras que en los comentarios recogidos en la página de *El País* se detectó una mayor presencia de estrategias implícitas de polarización —evaluaciones negativas, ironía o sarcasmo—, en *El Mundo* se observó un incremento significativo de expresiones abiertamente hostiles y descalificaciones explícitas. Así, del total de insultos y neologismos ideológicos registrados (332 ocurrencias), el 62 % se concentró en los comentarios asociados a *El Mundo*, frente al 38 % en *El País*. De igual modo, los llamados directos a la acción contra figuras políticas (110 ocurrencias en total) tuvieron mayor frecuencia relativa en el caso de *El Mundo* (68 %) que en *El País* (32 %). Esta distribución evidencia que, aunque la polarización atraviesa a ambas comunidades digitales, la orientación editorial de los periódicos no es irrelevante: funciona como un marco que predispone a sus audiencias a activar repertorios discursivos más agresivos o más contenidos, según el caso.

Este análisis comparado evidencia la relevancia del marco editorial de cada medio en la configuración de sus comunidades digitales. A su vez, estos datos reflejan que la polarización atraviesa a ambas comunidades, pero con intensidades y estilos distintos, modulados por las líneas editoriales de cada cabecera. De manera general, el análisis revela un discurso altamente polarizado, en el que la construcción ideológica se articula principalmente a través de la oposición entre un pueblo victimizado pero heroico y una clase política demonizada. Las

estrategias discursivas empleadas muestran una clara tendencia hacia la deslegitimación del exogrupo mediante recursos emotivos y retóricos, con un predominio de la criminalización y la demonización como estrategias principales.

Esta formación de identidades colectivas y su caracterización en construcciones opuestas en momento de crisis constituye parte esencial de un proceso de resistencia y autoconfirmación. Al enfrentarse a una situación de vulnerabilidad y desventaja, la ciudadanía construye una narrativa de dignidad y resiliencia que trasciende la simple victimización. Esta dualidad víctima-héroe representa una estrategia psicosocial sofisticada que permite mantener el papel de agente y el control sobre la propia narrativa, al tiempo que se rechaza el papel de sujeto pasivo ante la adversidad. A su vez, las narrativas de solidaridad horizontal que se gestan en la autoorganización ciudadana no se pueden observar de forma simplista como respuestas pragmáticas a la crisis, sino que representan intentos de construir formas alternativas de legitimidad social. Este fenómeno sugiere una transformación más profunda en las formas de organización social, donde las redes ciudadanas emergen como estructuras paralelas a las instituciones tradicionales.

En resumen, estos descubrimientos demuestran que, después de la DANA, el espacio digital actúa como un catalizador y campo de lucha de identidades colectivas en conflicto, donde el odio y la polarización no deberían tener cabida.

5. Discusión y conclusiones

En respuesta a la pregunta de investigación, la ideología que subyace en los discursos de odio se expresa mediante un razonamiento binario de oposición entre el endogrupo y el exogrupo, en la que se forman representaciones contradictorias: por un lado, una ciudadanía víctima, resistente, solidaria y moralmente superior; por otro, una clase política señalada como ineficiente, corrupta y desvinculada de la realidad. Este conflicto discursivo fortalece procesos de polarización emocional, desconfianza institucional y exclusión simbólica. La circulación de estos discursos en Facebook, alimentada por las lógicas algorítmicas y económicas de la plataforma, facilita su viralización y normalización, especialmente en contextos de crisis.

En primer lugar, la polarización entre audiencias conservadoras y progresistas se refleja en la manera en que los mensajes de odio son interpretados y normalizados cuando provienen de emisores que comparten ideologías comunes, y formas de pensar afines (Bustos-Martínez *et al.*, 2019). Este hallazgo es coherente con la teoría de la identidad social y los sesgos intergrupales que explican cómo la afinidad grupal modula la recepción de mensajes hostiles (Ferreira, 2019). Sin embargo, esta constatación explica cómo la identificación con un grupo político o social fortalece las fronteras entre endogrupos y exogrupos, lo cual exacerba la fragmentación social y dificulta la comunicación intergrupal (van-Dijk, 2005).

Los patrones ya descritos en los resultados —endogrupo ciudadano victimizado pero heroico frente a exogrupo político-mediático deslegitimado— se

vinculan con lo planteado por Leader-Maynard y Benesch (2016) sobre el *dangerous speech*. Por ende, este constituye uno de los hallazgos centrales que coincide con estudios previos, relativo a la influencia decisiva de la polarización ideológica en la percepción y el impacto emocional del discurso de odio, en tanto refuerza fronteras simbólicas rígidas y facilitan la normalización del odio cuando hay afinidad ideológica entre emisor y receptor.

Sin embargo, en contraposición a lo que alegan numerosos estudiosos del discurso (van-Dijk, 2005), la polarización observada en el discurso no es meramente ideológica, sino que refleja una crisis más profunda en los mecanismos de cohesión social. Puesto que se refiere a otro tipo de discurso, más malintencionado. El DDO, que emerge como resultado inevitable de la descomposición de los marcos tradicionales de entendimiento común, revela la necesidad de nuevos espacios y estrategias de mediación, comunicación social y construcción de consensos.

En esta línea, la presente investigación corrobora que la proliferación del discurso de odio en Facebook está facilitada por las características estructurales de esta plataforma (como también sucede en otras redes sociales), como el anonimato percibido, la impunidad y los algoritmos que promueven la polarización para maximizar la interacción y el crecimiento comercial (Ramírez-García *et al.*, 2022; Sonnemaker, 2020). Este hallazgo coincide con la crítica de Pérez-Escobar y Noguera-Vivo (2022), quienes señalan que la lógica económica de las plataformas, basada en maximizar la atención y el *engagement*, favorece la proliferación de contenidos polarizadores y de odio, pues estos generan más interacción que los contenidos neutrales o conciliadores. La polarización ideológica juega un rol crucial en la construcción, propagación y normalización del discurso de odio en plataformas digitales como Facebook. Por ende, se reafirma que esta polarización no solo afecta la manera en que se interpretan y perciben los mensajes, sino que también determina su habilidad persuasiva y su grado de aceptación, especialmente cuando hay afinidad política entre emisor y receptor.

En este escenario, se reconocen procesos evidentes de desensibilización y normalización del odio, facilitados por la coincidencia ideológica, que refuerzan el impacto del mensaje y su reproducción social. Tal contradicción pone en evidencia un nuevo desafío teórico y práctico: la regulación del discurso de odio no puede limitarse a la imposición normativa, sino que debe considerar las estructuras algorítmicas y económicas que sustentan la difusión de estos mensajes. Por su parte, la epistemología de la complejidad de Edgar Morin, aplicada al análisis del ecosistema digital, ofrece un marco conceptual útil para entender cómo factores económicos, tecnológicos, sociales e ideológicos se entrelazan para configurar un sistema que reproduce y amplifica la polarización y el odio.

Desde una perspectiva crítica, estos resultados amplían el estado de la cuestión al mostrar que el discurso de odio no solo es un fenómeno de transmisión de mensajes discriminatorios, sino que también actúa como un mecanismo de reforzamiento ideológico y polarización social que puede

desencadenar consecuencias sociales graves, como la normalización de la violencia simbólica y la exclusión política (Bustos-Martínez *et al.*, 2019; Ferreira, 2019). Además, aporta una contribución metodológica relevante al analizar el discurso de odio en sus niveles léxico, sintáctico, semántico y retórico, al identificar las estructuras ideológicas que sustentan los mensajes discriminatorios; ello prueba la una profunda integración del análisis ideológico con el estudio del discurso en sus diferentes niveles. El estudio posibilitó la identificación de las estructuras ideológicas que componen el discurso de odio, como muestra de la fragmentación social existente. A través de una metodología cualitativa, se investigaron las diversas dimensiones del discurso y se evidenció que las ideologías se expresan en el lenguaje mediante metáforas deshumanizantes, adjetivación valorativa, dicotomías éticas, victimización del «nosotros» y criminalización del «otro». Se demostró que estas estructuras no solo legitiman el odio, sino que reproducen desigualdades simbólicas y refuerzan sistemas de dominación social, lo cual aporta una comprensión profunda de las dinámicas ideológicas implicadas.

Mientras que investigaciones anteriores se han centrado mayormente en el contenido o en la recepción del discurso (Abuín-Vences *et al.*, 2022), aquí se evidencia que la ideología no solo se manifiesta en el qué se dice, sino en el cómo se dice, en las formas discursivas que legitiman la exclusión y la violencia simbólica. Por ejemplo, el uso constante de metáforas bélicas fortalece la percepción de amenaza y legitima la hostilidad, un mecanismo que coincide con la conceptualización de Leader-Maynard y Benesch (2016) sobre el *dangerous speech*.

La investigación se alinea, también, con estudios recientes que señalan que el discurso de odio en línea tiene un impacto más allá del espacio digital, pues afecta a la seguridad y el bienestar de las víctimas en su vida cotidiana. Esta dinámica compleja se refleja en la construcción discursiva de «nosotros» versus «ellos» en los comentarios analizados, donde se reproducen estereotipos negativos hacia colectivos vulnerables como migrantes, musulmanes y gitanos, en coincidencia con los datos del Observatorio Español del Racismo y la Xenofobia, aunque en menor medida (Ministerio de Inclusión, 2024).

El estudio amplía así el marco teórico tradicional al mostrar que la polarización no solo es cognitiva o ideológica, sino que tiene una dimensión afectiva y emocional que se manifiesta en la descalificación moral y la personalización de la confrontación política. Esta polarización afectiva, que algunos autores denominan «polarización blanda» o fanatismo simbólico, no solo fragmenta el espacio público, sino que también erosiona la tolerancia y la diversidad de perspectivas. Asimismo, este cuestionamiento sistemático de la legitimidad institucional sugiere una crisis más profunda que la meramente coyuntural.

Tal y como plantean Seguí-Cosme e Irazo-Montés (2023), pudiera hablarse de una presencia de lo que podría interpretarse como una ruptura del contrato social tradicional, donde la ciudadanía no solo cuestiona la eficacia de las instituciones, sino los fundamentos mismos de la representación democrática. Esta crisis de legitimidad refleja un

agotamiento del modelo tradicional de intermediación política y social. A su vez, la presente investigación confirma que el discurso de odio recibe un tratamiento mayoritariamente antagonista en los medios, pero también revela que en las plataformas digitales la dinámica es más compleja debido a la interacción directa con las audiencias y la polarización afectiva. Mientras la prensa tradicional tiende a presentar el DDO como un problema externo, en Facebook los usuarios participan activamente en su producción y reproducción, lo que dificulta su control y regulación. Por otro lado, la investigación coincide con estudios que señalan que el discurso de odio contribuye a la exclusión social y a la violencia simbólica hacia grupos vulnerables, pero añade la dimensión de que esta exclusión se intensifica en contextos de crisis, como la DANA, donde la emergencia social se convierte en catalizador de narrativas discriminatorias (Ferreira, 2019). Este hallazgo sugiere que las crisis no solo afectan la realidad material, sino que también exacerban las tensiones ideológicas y sociales en el espacio digital.

Un aspecto que merece reflexión crítica es la aparente contradicción entre la función aparentemente pluralista que se autoatribuyen las redes sociales y su rol real en la amplificación del discurso de odio y la polarización. La investigación evidencia que, lejos de ser espacios neutrales o democratizadores, estas plataformas reproducen dinámicas de exclusión y violencia simbólica, alimentadas por intereses económicos y por la lógica de la atención (Pérez-Escolar y Noguera-Vivo, 2022; Sonnemaker, 2020).

La investigación demuestra que las redes sociales no son simplemente plataformas neutrales, sino entornos activos de construcción ideológica. En contextos de crisis, como la DANA, emergen discursos intensamente polarizados que legitiman exclusiones y consolidan identidades colectivas antagonistas, en línea con lo planteado por van-Dijk (2008) y Pérez-Escolar y Noguera-Vivo (2022). Así, se evidencia el uso discursivo de crisis sociales y climáticas, como la DANA, para consolidar antagonismos ideológicos y legitimar discursos de odio. La plataforma Facebook, más allá de ser un simple medio de expresión, funciona como un lugar ideológico donde se forjan identidades, se expresan conflictos simbólicos y se normalizan tipos de violencia verbal que perjudican la coexistencia democrática. En este sentido, resulta pertinente subrayar que, si bien la investigación se ha focalizado en los comentarios publicados en Facebook, el corpus procede de las páginas oficiales de dos cabeceras periodísticas españolas con líneas editoriales contrastantes: *El País* y *El Mundo*. Este hecho no es un aspecto menor, ya que la configuración ideológica del discurso de odio no puede atribuirse exclusivamente a la arquitectura de la plataforma, sino que también está mediada por los marcos narrativos y la orientación editorial de cada medio. Los hallazgos reflejan una doble dimensión: por un lado, las dinámicas algorítmicas de Facebook que favorecen la diseminación del contenido polarizante; y, por otro, la influencia de los posicionamientos ideológicos de los periódicos, que inciden en el tipo de interacciones generadas en sus comunidades digitales.

En síntesis, los resultados de este estudio no solo aportan evidencia empírica sobre las formas

discursivas del odio en contextos de crisis, sino que también plantean implicaciones éticas, comunicativas y políticas sobre el rol de las plataformas digitales como espacios de polarización. La investigación sugiere la necesidad de fortalecer los mecanismos de alfabetización mediática, regulación algorítmica y promoción de discursos inclusivos en entornos digitales.

6. Limitaciones y futuras líneas de investigación

Desde el punto de vista metodológico, este estudio presenta varias limitaciones. En primer lugar, se trata de un análisis de caso centrado en un único evento climático (la DANA de 2024) y en dos cabeceras concretas (*El País* y *El Mundo*), por lo que los resultados no son directamente generalizables a otros contextos mediáticos o geográficos. En segundo lugar, el corpus se limita a

comentarios publicados en Facebook, sin considerar otras plataformas con dinámicas socioalgorítmicas distintas. En tercer lugar, el análisis se acota al contenido textual, por lo que deja fuera elementos multimodales relevantes (imágenes, vídeos, emoticonos) que podrían matizar la expresión del odio y la polarización.

Futuras investigaciones podrían ampliar este enfoque comparando distintos eventos climáticos extremos, incorporando otras plataformas como X, TikTok o Instagram, o integrando análisis multimodal que considere imágenes, memes y recursos audiovisuales. Asimismo, resultaría pertinente explorar longitudinalmente cómo evolucionan los discursos de odio y la polarización antes, durante y después de las crisis, así como evaluar el impacto de diferentes estrategias de moderación y alfabetización mediática sobre la reducción de estos discursos en entornos digitales.

7. Contribución de autores

Conceptualización	Ideas; formulación o evolución de los objetivos y metas generales de la investigación.	Autor 1 y 2
Curación de datos	Actividades de gestión para anotar (producir metadatos), depurar datos y mantener los datos de la investigación (incluido el código de <i>software</i> , cuando sea necesario para interpretar los propios datos) para su uso inicial y su posterior reutilización.	Autor 1
Análisis formal	Aplicación de técnicas estadísticas, matemáticas, computacionales u otras técnicas formales para analizar o sintetizar datos de estudio.	Autor 1
Adquisición de fondos	Adquisición del apoyo financiero para el proyecto que conduce a esta publicación.	Autor 1 y 2
Investigación	Realización de una investigación y proceso de investigación, realizando específicamente los experimentos, o la recolección de datos/evidencia.	Autor 1
Metodología	Desarrollo o diseño de la metodología; creación de modelos.	Autor 1
Administración del proyecto	Responsabilidad de gestión y coordinación de la planificación y ejecución de la actividad de investigación.	Autor 2
Recursos	Suministro de materiales de estudio, reactivos, materiales, pacientes, muestras de laboratorio, animales, instrumentación, recursos informáticos u otras herramientas de análisis.	Autor 2
Software	Programación, desarrollo de <i>software</i> ; diseño de programas informáticos; implementación del código informático y de los algoritmos de apoyo; prueba de los componentes de código existentes.	Autor 1 y 2
Supervisión	Responsabilidad de supervisión y liderazgo en la planificación y ejecución de actividades de investigación, incluyendo la tutoría externa al equipo central.	Autor 2
Validación	Verificación, ya sea como parte de la actividad o por separado, de la replicabilidad/reproducción general de los resultados/experimentos y otros productos de la investigación.	Autor 2
Visualización	Preparación, creación y/o presentación del trabajo publicado, específicamente la visualización/presentación de datos.	Autor 1
Redacción / Borrador original	Preparación, creación y/o presentación del trabajo publicado, específicamente la redacción del borrador inicial (incluyendo la traducción sustantiva).	Autor 1 y 2
Redacción / Revisión y edición	Preparación, creación y/o presentación del trabajo publicado por los miembros del grupo de investigación original, específicamente revisión crítica, comentario o revisión, incluidas las etapas previas o posteriores a la publicación.	Autor 1 y 2

8. Declaración sobre uso de inteligencia artificial en la elaboración de este artículo

No se ha utilizado.

9. Referencias bibliográficas

Abuín-Vences, N., Cuesta-Cambra, U., Niño-González, J.-I. y Bengochea-González, C. (2022). Hate speech analysis as a function of ideology: Emotional and cognitive effects [Análisis del discurso de odio

en función de la ideología: Efectos emocionales y cognitivos]. *Comunicar*, 30(71), 37-48. <https://doi.org/10.3916/C71-2022-03>
Bustos-Martínez, L., de Santiago-Ortega, P. P., Martínez-Miró, M. Á. y Rengifo-Hidalgo, M. S. (2019). Discursos de odio: Una epidemia que se propaga en la red. Estado de la cuestión sobre el racismo y la xenofobia en las redes sociales. *Mediaciones Sociales*, 18, 25-42. <https://doi.org/10.5209/meso.64527>

- Cabo-Isasi, A. y García-Juanatey, A. (2017). *El discurso de odio en las redes sociales: Un estado de la cuestión*. https://ajuntament.barcelona.cat/bcnvsodi/wp-content/uploads/2015/03/Informe_discurso-del-odio_ES.pdf
- Charteris-Black, J. (2005). *Politicians and rhetoric: The persuasive power of metaphor*. Palgrave Macmillan.
- Del-Vicario, M., Vivaldo, G., Bessi, A., Zollo, F., Scala, A., Caldarelli, G. y Quattrociocchi, W. (2016). Echo chambers: Emotional contagion and group polarization on Facebook. *Scientific Reports*, 6, 37825. <https://doi.org/10.1038/srep37825>
- Gaal-Fong, J. C., Cortés, F. I. G. y Villanueva, Ó. M. (2022). Ideological manipulation on social media: Harassment, deception and violence in the digital environment. *Palabra Clave*, 25(3). <https://doi.org/10.5294/pacla.2022.25.3.9>
- Ferreira, C. (2019). Vox as representative of the radical right in Spain: A study of its ideology. *Revista Española de Ciencia Política*, 2019(51), 73–98. <https://doi.org/10.21308/recp.51.03>
- Fuentes-Lara, C. y Arcila-Calderón, C. (2023). Islamophobic hate speech on social networks: An analysis of attitudes to Islamophobia on Twitter. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 14(1), 225–239. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM.23044>
- Gagliardone, I., Gal, D., Alves, T. y Martínez, G. (2015). *Countering online hate speech* (UNESCO, Ed.). https://www.researchgate.net/publication/284157227_Countering_Online_Hate_Speech_-_UNESCO
- Galvez-Hernandez, P., Dai, Y. y Muntaner, C. (2025). The DANA disaster: Unraveling the political and economic determinants for Valencia's floods devastation. *International Journal for Equity in Health*, 24(1), 64. <https://doi.org/10.1186/s12939-025-02435-0>
- Ghasiya, P. y Sasahara, K. (2022). Rapid sharing of Islamophobic hate on Facebook: The case of the Tablighi Jamaat controversy. *Social Media and Society*, 8(4). <https://doi.org/10.1177/20563051221129151>
- Guillén-Nieto, V. (2023). *Hate speech linguistic perspectives*. https://www.researchgate.net/publication/365964757_Hate_Speech_Linguistic_Perspectives
- Leader-Maynard, J. y Benesch, S. (2016). Dangerous speech and dangerous ideology: An integrated model for monitoring and prevention. *Genocide Studies and Prevention*, 9(3), 70–95. <https://doi.org/10.5038/1911-9933.9.3.1317>
- Mansilla-Corona, R. (2018). Las ciencias sociales en el umbral de las redes sociales. *INTER DISCIPLINA*, 5(13), 123. <https://doi.org/10.22201/ceich.24485705e.2017.13.62387>
- Matamoros-Fernández, A. y Farkas, J. (2021). Racism, hate speech, and social media: A systematic review and critique. *Television and New Media*, 22(2), 205–224. <https://doi.org/10.1177/1527476420982230>
- Ministerio de Inclusión. (2024, diciembre 17). *El 30% de los discursos de odio en noviembre se relacionaron con la población migrante en el contexto de la DANA*. <https://www.inclusion.gob.es/w/el-30-de-los-discursos-de-odio-en-noviembre-se-relacionaron-con-la-poblacion-migrante-en-el-contexto-de-la-dana>
- Naciones Unidas. (2019). *Plan de Acción de las Naciones Unidas para combatir el discurso de odio*. https://www.un.org/en/genocideprevention/documents/Action_plan_on_hate_speech_ES.pdf
- Pérez-Escolar, M. y Noguera-Vivo, J. M. (Eds.). (2022). *Hate Speech and Polarization in Participatory Society*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003109891>
- Observatorio Español del Racismo y la Xenofobia [OBERAXE]. (2023). *Informe anual de monitorización del discurso de odio en redes sociales 2023*. <https://www.inclusion.gob.es/web/oberaxe/w/informe-anual-de-monitorizacion-del-discurso-de-odio-en-redes-sociales-2023>
- Ramírez-García, A. González-Molina, A., Gutiérrez-Arenas, M. del P., y Moyano-Pacheco, M. (2022). Interdisciplinarity of scientific production on hate speech and social media: A bibliometric analysis. *Comunicar*, 30(72), 10–20. <https://doi.org/10.3916/C72-2022-10>
- Reisigl, M. y Wodak, R. (2001). *Discourse and Discrimination: Rhetorics of Racism and Antisemitism*. Routledge.
- Rodríguez Hernández, J. y Ortega Fernández, E. (2025). Comunicación institucional en plataformas digitales durante emergencias climáticas: análisis del uso de X en la DANA de Valencia. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 31(3), 639–654. <https://dx.doi.org/10.5209/emp.100623>
- Sánchez-Torres, M., Pastor-Marín, F. M. y Magallón-Rosa, R. (2025). Desinformación y catástrofes naturales. El caso de la Dana de Valencia en 2024. *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, 30, 105–132. <http://dx.doi.org/10.6035/adcomunica.9015>
- Seguí-Cosme, S. y Irazo Montés, A. (2023). Acusaciones de odio, prensa y elecciones en España (2004–2019). *Index.comunicación*, 13(2), 159–182. <https://doi.org/10.62008/ixc/14/02Acusac>
- Sonnemaker, T. (2020, 27 de mayo). Facebook tenía pruebas de que sus algoritmos polarizan y enfrentan a los usuarios, pero sus directivos descartaron soluciones. *Business Insider España*. <https://www.businessinsider.es/politica/algoritmo-facebook-divide-gente-incentiva-polarizacion-648027>
- Suau, J. y Puertas-Graell, D. (2023). Disinformation narratives in Spain: reach, impact and spreading patterns. *Profesional de la información*, 32(5), e320508. <https://doi.org/10.3145/epi.2023.sep.08>
- van-Dijk, T. A. (1999). *Ideología: Una aproximación multidisciplinaria*. Editorial Gedisa.
- van-Dijk, T. A. (2005). Ideología y análisis del discurso. *Utopía y Praxis Latinoamericana*, 10(29), 9–36. https://ve.scielo.org/scielo.php?pid=S1315-52162005000200002&script=sci_arttext
- van-Dijk, T. A. (2008). Semántica del discurso e ideología. *Discurso y Sociedad*, 2(1), 201–261.

<https://rua.ua.es/server/api/core/bitstreams/c7f68f06-4138-4f88-ae34-f9f5040fc3df/content>

Wodak, R. (2015). *The politics of fear: The shameless normalization of far-right*. <https://www.torrossa.com/en/resources/an/5019443>

Amalia Ramos Pérez. Doctoranda en Comunicación por la Universidad de Huelva, periodista e investigadora especializada en análisis del discurso, comunicación digital y estudios mediáticos. Cuenta con experiencia profesional como corresponsal internacional, presentadora y productora audiovisual en el Instituto Cubano de Radio y Televisión y Telesur, así como en comunicación institucional y gestión estratégica de contenidos digitales. Su trayectoria académica incluye el Máster en Comunicación y Educación Audiovisual, junto con publicaciones científicas en áreas como ideología, discurso mediático y representaciones socioculturales. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9540-5745>

Patricia de Casas Moreno. Contratada Doctora en la Facultad de CC. de la Documentación y la Comunicación de la Universidad de Extremadura. Doctora en Comunicación por la rama de alfabetización mediática. Miembro del Grupo Comunicar, colectivo veterano en España en alfabetización mediática. Ha sido Editora Asociada de la revista científica *Comunicar*, una de las principales publicaciones internacionales en educación y comunicación (que estuvo indexada en JCR-Q1, Scopus-Q1, top 1 % mundial...). Integrante de Red Alfamed y miembro de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación (AEIC). Investigadora del grupo de investigación Edutransforma-T de la Universidad de Extremadura. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1205-8106>